



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

EMPRENDER O NO EN ESPAÑA. UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y RETOS FUTUROS

Autor: Marta Guiomar Cruz López de Ochoa
Director: Verónica María Fernández Trapa Díaz Obregón

Madrid
Junio 2018

Marta Guiomar
Cruz
López de Ochoa

**EMPRENDER O NO EN ESPAÑA. UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y RETOS
FUTUROS**



RESUMEN

El fenómeno del emprendimiento en España ha evolucionado sustancialmente en los últimos años. Si bien hace unas décadas los recién licenciados y trabajadores preferían la seguridad que proveía el formar parte de una gran empresa frente a los riesgos que la propia empresa implicaba, en la actualidad podemos afirmar que esto está cambiando, dando lugar a una nueva coyuntura. En este trabajo se pretende esclarecer qué ha motivado este cambio, así como describir qué explica el fenómeno en la actualidad desde un punto de vista político-cultural, legal y económico-financiero. Así, las redes sociales, las nuevas tecnologías, la globalización y los métodos alternativos de financiación se perfilan como los motores de este cambio de mentalidad. En último lugar, se abordan los retos y oportunidades que se presentan en un futuro próximo y cuál será la mejor manera de abordarlos en aras de un próspero avance socioeconómico.

Palabras clave: emprendimiento, *start-up*, PYME, universidad

ABSTRACT

The entrepreneurship phenomenon in Spain has substantially evolved in the last few years. Although graduates and workers before preferred the security big corporations offered rather than the risk that having your own business implied, currently we can assure this is changing, giving rise to a new scenario. This paper aims to clarify what has motivated these changes, as well as to describe what explains the phenomenon today from a political, cultural, legal, economic and financial point of view. For that matter, social networks, information technologies, globalization and alternative financing methods define themselves as drivers of such switch of mindset. Finally, the challenges and opportunities of the future and which might be the best way to solve them in order to achieve a proper social and economic progress are approached.

Key words: entrepreneurship, *start-up*, SME, university

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | | |
|-----------|---|----|
| 1. | Introducción..... | 5 |
| 1.1. | Objetivos..... | 6 |
| 1.2. | Metodología..... | 7 |
| 1.3. | Estado de la cuestión..... | 8 |
| 1.4. | Partes principales que componen el TFG..... | 9 |
| 2. | Marco teórico..... | 10 |
| 2.1. | Aproximación al concepto de emprendimiento..... | 10 |
| 2.2. | Negociante, emprendedor y empresario..... | 11 |
| 3. | Estudio de campo..... | 18 |
| 3.1. | Entrevistas personales..... | 19 |
| 3.2. | Encuesta..... | 20 |
| 4. | La mentalidad presente en España..... | 23 |
| 4.1. | Análisis histórico y estado de la cuestión en la actualidad..... | 23 |
| 4.2. | ¿Qué ha motivado este cambio en España?..... | 29 |
| 5. | Factores que incentivan o limitan la apertura de nuevas empresas y <i>start-ups</i> | 36 |
| 6. | Retos y oportunidades a abordar..... | 50 |
| 7. | Conclusiones..... | 53 |
| 8. | Bibliografía..... | 55 |
| 9. | Anexos..... | 58 |
| 9.1. | Encuesta lanzada mediante formulario de google..... | 58 |
| 9.2. | Resumen de respuestas al formulario (versión original)..... | 61 |
| 9.3. | Respuestas individuales al formulario (en forma binomial)..... | 66 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|----------------------|----|
| TABLA NÚMERO 1 | 13 |
| TABLA NÚMERO 2 | 16 |
| TABLA NÚMERO 3 | 21 |
| TABLA NÚMERO 4 | 24 |
| TABLA NÚMERO 5 | 26 |
| TABLA NÚMERO 6 | 32 |
| TABLA NÚMERO 7 | 38 |
| TABLA NÚMERO 8 | 39 |
| TABLA NÚMERO 9 | 44 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|------------------------|----|
| GRÁFICO NÚMERO 1 | 22 |
| GRÁFICO NÚMERO 2 | 30 |
| GRÁFICO NÚMERO 3 | 33 |
| GRÁFICO NÚMERO 4 | 40 |
| GRÁFICO NÚMERO 5 | 41 |
| GRÁFICO NÚMERO 6 | 42 |
| GRÁFICO NÚMERO 7 | 43 |
| GRÁFICO NÚMERO 8 | 45 |

1. INTRODUCCIÓN

La concepción del emprendimiento que se tiene en España está evolucionando y progresivamente existen más personas que en algún momento de su vida deciden emprender y tener su propia empresa, ya sea esta un negocio tradicional o una *start-up* escalable. Mientras que hace unas décadas emprender se concebía como una acción arriesgada y negativa, hoy la sociedad percibe la decisión de emprender como valiente, innovadora y positiva, tendente a mejorar el *statu quo* mediante ideas disruptivas

Hace 25 años, tanto entre los recién graduados de estudios superiores como entre las personas con más años de experiencia en el mercado laboral, imperaba un sentimiento general de preferencia por la incorporación a grandes multinacionales y corporaciones que proveyesen de un futuro más estable y seguro, pese a que en el tejido empresarial español primase la PYME sobre dichos organismos. La visión del emprendedor cobraba un matiz ciertamente más temerario y arriesgado, y los allegados y familiares a este no concebían los beneficios como superiores a los costes que abrir tu propio negocio conllevaba.

Factores como la globalización, la aparición de internet o los últimos avances tecnológicos, han motivado que se haya dado un cambio de mentalidad en la sociedad española. En este trabajo se recogerán los factores que explican estos dos momentos culturales en la historia de España una vez se haya aclarado qué entendemos exactamente por empresario, negociante y emprendedor, así como por *start-up* y PYME. Posteriormente, se analizará con profundidad cuáles son los factores que motivan e inhiben el emprendimiento en España en la actualidad (culturales, legales, financieros...). Por último, se plantearán unas conclusiones en las que se plantearán posibles retos futuros y cómo se podrían abordar de cara a aprovechar las oportunidades que implican en toda su amplitud.

1.1. OBJETIVOS

El presente trabajo tiene un doble objetivo. En primer lugar, pretende analizar desde un punto de vista descriptivo-explicativo el fenómeno del emprendimiento en España, tanto actualmente como en su coyuntura de hace 25 años. De cara a una descripción y análisis exhaustivo y minucioso de la materia, es preciso comprender y describir los factores que singularizan cada momento histórico presentado con la finalidad de extraer los *drivers* del emprendimiento en cada marco temporal expuesto. Asimismo, se debe exponer razonadamente qué relación existe entre dichas circunstancias, sus puntos en común y sus diferencias, desde el escenario de actuación y operación para los distintos agentes económicos, tanto públicos como privados, que existe en la actualidad. Solo de este modo es factible vislumbrar un escenario que permita extraer sendas conclusiones de validez y eficacia de cara a proponer soluciones a los retos que pudieran presentarse en el futuro. En otras palabras, se empleará una investigación exploratoria a efectos de determinar los factores con repercusión más considerable en el emprendimiento presentes en cada momento histórico propuesto para, posteriormente, comprobar a través de un tipo de investigación confirmatoria si las características recogidas tuvieron efectivamente un impacto real en el escenario del emprendimiento español, perjudicándolo o haciéndolo más próspero.

La segunda parte del trabajo pretende una indagación en aras de un objetivo predictivo-normativo, al ser el segundo objetivo una derivación natural del primero, y de índole conclusiva. Se pretende realizar una predicción de lo que este fenómeno depara para los próximos años en España y se aspira igualmente a realizar una serie de recomendaciones diversas en relación con el futuro estado de la cuestión en nuestro país, de cara a un óptimo afrontamiento en todas sus vertientes: social, económica, cultural, política y legal, entre otras.

Cabe añadir, por último, que este trabajo pretenderá arrojar luz de manera transversal sobre el término del ‘emprendimiento’ así como de los agentes que lo llevan a cabo. Para ello se explicará el significado de los términos ‘negociante’, ‘emprendedor’ y

‘empresario’, que son tratados como sinónimos en el ámbito informal e incluso en el profesional pese a no referir la misma realidad. Se procederá de igual manera con los términos ‘PYME’ y ‘*start-up*’.

1.2. METODOLOGÍA

Con la finalidad de lograr los objetivos expuestos (*vid.* 1.1. OBJETIVOS), se realizará no solo un análisis cualitativo sino también un análisis cuantitativo del estado de la cuestión desde un enfoque investigativo deductivo. Para ello, se aprovecharán los contenidos de utilidad manifiesta recogidos en artículos y revistas académicas procedentes de la literatura científica, así como otras fuentes, como los informes elaborados por entidades y asociaciones expertas en la materia (por ejemplo, el informe GEM España o el *Doing Business* del *World Bank Group*, entre muchos otros).

No siendo suficiente un aprovechamiento cuantitativo y cualitativo de los datos que de estos informes se puedan extraer para dar respuesta válida a los objetivos planteados, se realizará una aproximación a la cuestión a través de diversos métodos cualitativos adicionales.

En primer lugar, se llevará a cabo un trabajo de campo consistente en sendas entrevistas con estudiantes de Ingeniería de Telecomunicaciones nacidos en generaciones diferentes, por ser un perfil muy cercano al mundo del emprendimiento a través de las *start-ups*. El total de entrevistas realizadas fue de dos.

En segundo lugar, a modo de soporte de las entrevistas personales, y viceversa, se elaborará una encuesta en la que se plantearán interrogantes relacionados con la cuestión tratada en el presente trabajo de cara a conocer el parecer y la realidad de personas pertenecientes a distintos colectivos de edad. De esta manera será posible demostrar cómo

la sociología y contexto social y cultural presente en cada momento histórico expuesto se ha manifestado y qué factores han caracterizado dicha coyuntura.

1.3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Uno de los temas que más ha interesado a la literatura científica durante los últimos años ha sido dilucidar cuáles son los factores o las motivaciones que presumiblemente disuaden o, por el contrario, llevan a una persona a enfrentarse a los riesgos y porvenires de la propia empresa frente a la comodidad que tradicionalmente ha caracterizado la pertenencia a una multinacional o gran empresa dada su particular estabilidad económica y su volumen de negocios. Atendiendo al caso particular español, el pretexto de encontrar estos fundamentos radica en la conformación del tejido empresarial español, esencialmente formado por pequeñas y medianas empresas (“PYMES”), tanto actualmente como antaño.

En las últimas décadas el estado de la cuestión de este fenómeno económico, social y cultural ha cambiado de paradigma debido a numerosos factores englobados en un contexto contemporáneo de globalización y de presencia exponencialmente creciente de las tecnologías de la información, lo que ha abocado a un escenario radicalmente distinto de aquel en que nacieron y se formaron anteriores generaciones. Asimismo, la reciente crisis económica y la manifestación de que ni las más grandes corporaciones están exentas de la quiebra, ha removido los cimientos de este fenómeno del emprendimiento. En la actualidad, por tanto, cabe entender que los factores a los que nos referíamos en el párrafo anterior sean distintos o, al menos, insuficientes, de cara a comprender la *ratio* por la cual una persona decide, en cierto momento de su vida profesional, emprender o no.

Este trabajo de fin de grado justifica su investigación y, por ende, su contenido, en la pretensión de una búsqueda de aquellos factores más caracterizadores -en un sentido positivo y negativo- de cada momento histórico de cara a afrontar los retos que se puedan presentar en el futuro e, incluso, de cara a adoptar una posición de ventaja competitiva en un ámbito internacional singularizado por una progresiva relevancia cada vez mayor del

crecimiento económico relativo y del poder adquisitivo, tanto a nivel macro como microeconómico. Una vez se conozca el escenario adecuado de competencia y los factores que impulsan una economía más fuerte, se podrán implantar medidas de cambio orientadas en la dirección óptima para la economía española y, particularmente, para un incremento del PIB y consumos per cápita de forma que España mejore la posición que ostenta en niveles de paridad de poder adquisitivo.

1.4. PARTES PRINCIPALES QUE COMPONEN EL TFG

El presente trabajo se estructura en seis partes. En la primera se presenta un marco teórico de la cuestión acompañado de una aproximación al concepto de ‘emprendimiento’, con un énfasis dirigido a discernir correctamente qué se entiende por negociante, emprendedor y empresario, es decir, agentes que participan en la creación y dirección de PYMES y *start-ups* de cara a completar uno de los objetivos expuestos. De igual manera, se define tanto ‘PYME’ como ‘*start-up*’, concretando también los rasgos distintivos de ambas. En el segundo punto se describe con detalle la metodología empleada en la elaboración de las fuentes principales de este trabajo, describiéndose las técnicas empleadas, a saber, la encuesta y las sendas entrevistas personales llevadas a cabo. En el tercer apartado se aborda el estado de la cuestión de la mentalidad presente en España relativa al fenómeno del emprendimiento tanto actualmente como en su coyuntura de hace 25 años. Así mismo, se expondrán los factores que han motivado efectivamente el cambio de mentalidad español. El cuarto bloque recoge una enumeración de aquellos factores que han tenido un mayor impacto y repercusión de cara a la apertura de *start-ups*: político-culturales, legales y económico-financieros, entre otros. Todo ello nos permitirá alcanzar el quinto punto, donde se hace referencia a los retos y oportunidades que se presentan en los años venideros. Finalmente se extraen las conclusiones más relevantes.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO

Si consultamos el Diccionario de la Real Academia Española¹, ‘emprendimiento’ se define, en su primera acepción, como “acción y efecto de emprender” y, en su segundo significado, el término se precisa como “cualidad de emprendedor” (Real Academia Española, 2017).

Según el informe GEM² España (2018:125), si bien existen numerosas definiciones de este término en función de la disciplina tratada y el enfoque utilizado, el emprendimiento es, en definitiva, llevado a cabo por individuos y se materializa en una actividad emprendedora formada por tres indicadores de medición: 1) “la producción de patentes de innovaciones”, 2) “la recepción de fondos de riesgos” y, 3) “la creación de nuevas empresas”, siendo el último indicador aquel que define más rigurosamente el emprendimiento (Beckman *et al.*, 2012, citado por GEM España, 2018:126), al considerarse que es la nota más relacionada con la identificación de oportunidades que se presentan y la explotación de las mismas (Phan y Foo, 2004, citado por GEM España, 2018:126).

Para otros autores, ‘emprendimiento’, en su vertiente más amplia, es el desarrollo de una idea o negocio, principalmente en el ámbito empresarial (Juliá, 2013:1). Cabe deducir, por tanto, que podemos referirnos a ‘emprendimiento’ como el desarrollo de una idea o de un negocio en el ámbito empresarial por un agente denominado emprendedor.

¹ También se hace alusión a esta institución por su acrónimo: RAE. Versión actualizada del año 2017.

² *Global Entrepreneurship Monitor* (“GEM”) es uno de los observatorios del emprendimiento con más prestigio y relevancia a nivel mundial. Aporta un estudio sobre la situación emprendedora de nuestro país cada año, desde el año 2000. De este modo, cabe compararla con la posición que ostentan otros países, así como conocer la condición del emprendimiento a un nivel regional de la geografía española. En este trabajo será una fuente bibliográfica relevante por aportar datos a nivel macro del fenómeno y por su prestigio en la literatura científica de la materia.

Como recuerda este mismo autor, es un fenómeno económico y social de gran relevancia en la actualidad. En el mismo sentido, según el informe GEM España, 2016:179): "toda sociedad que aspire a ser competitiva y gozar de mayores oportunidades debería contar con una sólida base emprendedora". No obstante, su presencia en la teoría económica se remonta al siglo XVII, cuando Richard Cantillon acuña el término *entrepreneur* (Cantillon, 1755), y su importancia para la economía capitalista ya se puso de manifiesto en la primera mitad del siglo XX de la mano del economista Joseph Alois Schumpeter, quien expresó la trascendencia de la innovación y el emprendimiento como variables explicativas del crecimiento económico de un país (Schumpeter, 1934, citado por Śledzik, 2013:1), al ser el emprendedor quien explota dichas innovaciones a través del emprendimiento que lleva a cabo, lo cual enlaza con la visión mantenida por el GEM expuesta.

2.2. NEGOCIANTE, EMPRENDEDOR Y EMPRESARIO

De lo anteriormente expuesto (*vid.* 2.1. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO), y trayendo de nuevo a colación las dos acepciones de ‘emprendimiento’ recogidas por la RAE, queda claro que emprender es un acto llevado a cabo por un emprendedor. La sencillez inicial del concepto pasa fugazmente a un segundo plano debido al siguiente inciso: si bien decíamos que emprendimiento se refiere a la creación de nuevas empresas por un emprendedor, no todas van a estar igualmente definidas en atendimiento a su capacidad de escalabilidad, lo que repercutirá en la estipulación de su agente correspondiente. En otras palabras, es preciso distinguir la denominación que se ha de emplear para nominar a los agentes que gestionan la PYME tradicional, las grandes corporaciones o multinacionales y las *start-ups*, ya que, como recuerdan algunos autores, son muy distintos y tienen diversas implicaciones (USIL International Business School, 2017).

Como expone este autor, por un lado, los rasgos comunes de estas empresas son numerosos, siendo el más notorio que todas ellas implican riesgos, por lo que la posibilidad de fracaso es real en todos los casos, estando sujetas a los mercados por igual.

No obstante, por otro lado, las *start-ups* se diferencian de los negocios tradicionales³ en que buscan crear nuevos modelos de negocio, lanzando al mercado productos o servicios novedosos caracterizados habitualmente por 1) la tecnología y 2) la innovación. Estas dos características permiten que las *start-ups* sean rápidamente escalables y que tengan como respaldo una idea que pretenda simplificar procesos y trabajos complicados con el objetivo de que el mercado tenga una experiencia más sencilla en disfrute de un bien o servicio. Cabe incluso manifestar que estamos siendo testigos del momento histórico en que crear una empresa con alcance global puede ser más barato y sencillo -aunque no lo sea en todos los casos (Zarate, 2017). Por citar unos cuantos ejemplos, véase cómo Netflix ha cambiado la forma en que consumimos contenido digital, cómo Skype ha facilitado la comunicación entre particulares a miles de kilómetros de distancia o, en el ámbito profesional, en reuniones de trabajo que ya no requieren necesariamente un desplazamiento de personas, y cómo Airbnb ha revolucionado el sector hotelero e inmobiliario, todo ello en un abrir y cerrar de ojos.

La velocidad de su crecimiento -su escalabilidad-, así como la innovación que implican, las convierte en *target* de inversión para el capital-riesgo, como queda demostrado por los millones invertidos en este tipo de empresas en los últimos años en el mercado español. Así, según el periódico El Mundo, durante el año 2016 se produjeron un total de 584 operaciones de inversión en *start-ups* españolas. Pese a que evidencia un 12% menos de operaciones en número respecto al año 2015, las inversiones efectuadas en 2016 implicaron sumas superiores a nivel individual, alcanzando un volumen de inversión total de 2.992 millones de euros, lo que supone un 3% más que en 2015. Cabe añadir que el sector informático es el más veces elegido por el *venture capital*, ya que se han efectuado 263 operaciones en el mismo acumulando un volumen total de 354 millones de euros de inversión (Iglesias, 2017). El total de *start-ups* españolas ya supera las 3.000 (Startupxplore, 2018, citado por Alonso, 2018).

De lo expuesto cabe concluir que un negociante es un emprendedor por desarrollar un negocio en el ámbito empresarial, pero que no todo emprendedor es negociante, al

³ Englobamos aquí tanto PYMES como grandes empresas.

abarcar aquel concepto también a todos los agentes que montan una *start-up*, desligada del negocio tradicional por su escalabilidad.

La fundamentación de la realización de esta distinción como objetivo del trabajo de fin de grado radica en que, según la encuesta⁴ realizada con motivo del mismo, un 33,62% de los encuestados afirmó que los términos ‘negociante’, ‘emprendedor’ y ‘empresario’ son sinónimos, siendo la diferencia -66,38%- aquellos que afirmaron lo contrario. Del mismo modo, un 14,66% de los encuestados consideró que una PYME y una *start-up* son lo mismo frente a un 85,34% que manifestó que no son necesariamente conceptos exactos.

TABLA NÚMERO 1⁵

| Rango de edad del encuestado | Piensan que negociante, empresario y emprendedor son sinónimos: | Lo que supone un porcentaje acumulado del: | De los cuales tienen estudios superiores... | Lo que supone un porcentaje del: |
|------------------------------|---|--|---|----------------------------------|
| 18-25 | 23 | 58,97% | 16 | 69,57% |
| 26-35 | 7 | 76,92% | 5 | 71,43% |
| 36-50 | 2 | 82,05% | 2 | 100% |
| 50-65 | 7 | 100% | 7 | 100% |
| 66 | 0 | 100% | 0 | |
| TOTAL | 39 | | 30 | |
| De n = 116 | 33,62% | | | |
| Del subtotal de n = | | | 76,92% | |
| Rango de edad del encuestado | Piensan que PYME y start-up son lo mismo: | Lo que supone un porcentaje acumulado del: | De los cuales tienen estudios superiores... | Lo que supone un porcentaje del: |
| 18-25 | 12 | 70,59% | 7 | 58,33% |
| 26-35 | 4 | 94,12% | 3 | 75,00% |
| 36-50 | 0 | 94,12% | 0 | |
| 50-65 | 1 | 100% | 1 | 100% |
| 66 | 0 | 100% | 0 | |
| TOTAL | 17 | | 11 | |
| De n = 116 | 14,66% | | | |
| Del subtotal de n = | | | 64,71% | |

⁴ La metodología empleada en su realización se recoge en un apartado *ad hoc*: vid. 3. ESTUDIO DE CAMPO).

⁵ Fuente: elaboración propia.

Exponiendo un análisis más detallado de las respuestas de la encuesta elaborada cabe apreciar como, de entre el total de encuestados⁶, 39 consideran que los términos ‘negociante’, ‘emprendedor’ y ‘empresario’ tienen el mismo significado, frente a 77 que no incurren en error. Es importante resaltar como el 58,97% de aquellos que consideran sinónimos los conceptos tienen entre 18 y 25 años, lo que puede indicar una falta de aproximación en el ámbito universitario en general a lo tocante a esta distinción, lo cual puede devenir en un reto a abordar en el futuro, esto es, que los jóvenes universitarios tengan claras las funciones, actividades, riesgos y oportunidades de cada rol o agente económico-social involucrado en la creación de empresas. Esta conclusión deriva además de que, de entre aquellos que consideran estos tres términos como sinónimos y cuya edad está comprendida entre los 18 y 25, aproximadamente un 70% tiene estudios superiores. Del mismo modo, todos los encuestados que cometen el mismo error con edades entre 36 y 55 años -un total de 9-, tienen igualmente estudios superiores.

Por su parte, en cuanto a la falta de distinción entre el concepto de ‘PYME’ y ‘*start-up*’, segundo análisis llevado a cabo en la tabla *supra*, cabe mencionar que solo 17 personas de las 116 encuestadas incurren en el citado error. Pese a ello, es de nuevo alarmante de cara al entorno educativo español que más de un 70% de las mismas sean menores de 25 años, lo cual indica que podría mejorarse el acercamiento a la materia tanto en la Educación Secundaria como en la Obligatoria y la Superior. En referencia a esta última, un 58% de los que piensan que los términos son sinónimos se encuentran cursando sus estudios universitarios. El porcentaje debería tener una tendencia decreciente y no una creciente si se pretende que exista una claridad conceptual en torno al emprendimiento que mejore sus expectativas de éxito operacional en los próximos años.

Es vital presentar una distinción conceptual de estos dos vocablos. ‘PYME’, según el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (2018:1), se refiere a todas aquellas empresas pertenecientes al tejido empresarial español que cuentan con un

⁶ La conformación de la muestra, esto es, 116 encuestados, queda detallada en el apartado tercero del trabajo (*vid.* 3.2.ENCUESTA).

número de trabajadores inferior a 250, y que supone un total, en fecha de enero de 2018, de 1.307.776 empresas. A esta cifra habría que sumar todas aquellas empresas que no tienen asalariados entre sus filas, esto es, los autónomos propiamente dichos, y cuya cifra asciende a 1.535.472, pero que también deben ser considerados como PYMES. Cabe destacar, por tanto, como la moda de empleados en España es cero. Por su parte, las grandes empresas (250 o más asalariados) son únicamente 4.487. De lo anterior cabe deducir que las PYMES españolas representan un 99,84% del total de empresas inscritas en la Seguridad Social. De ello deriva su trascendencia en la economía española.

Cabe concluir, trayendo a colación lo ya estipulado en relación con las *start-ups*, que las PYMES son pequeñas y medianas empresas que, en casi todos los casos, seguirán siéndolo puesto que llevan a cabo un modelo de negocio existente y conocido. Además, suelen necesitar de grandes plazos de tiempo así como considerables sumas de dinero para crecer. Frente a ellas, las *start-ups* se caracterizan por ser empresas que comienzan teniendo un tamaño igualmente reducido pero que gracias a su escalabilidad, su principal y más vital característica, tienen la capacidad de ser muy grandes en poco tiempo y con pocos recursos, de manera que implementan un nuevo y distinto modelo de negocio, diferente a lo existente previamente en el mercado.

Es preciso reiterar que es la naturaleza distinta por su capacidad de rápido crecimiento de las *start-ups*, y no la tecnología, que no es requisito necesario e indispensable para poder hablar de *start-up*, lo que causa la necesidad de utilizar dos conceptos diferentes. En caso contrario bastaría con hablar de PYMES rápidamente exitosas. Las *start-ups* no solo ofrecen un producto o servicio que se requiere por un gran volumen de personas, sino que también son capaces de atender a dicha demanda por el modelo de negocio que operan. En palabras de Graham (2012), las *start-ups* tienen otro ADN: “son diferentes por naturaleza, de la misma manera en que una semilla de secuoya tiene un destino diferente a un brote de soya”. A modo de ejemplo, este mismo autor compara Google con una peluquería: Google no fue una peluquería exitosa, sino que nació, desde sus orígenes, siendo algo distinto a un pequeño negocio minorista.

Partiendo de la asunción de que PYME y *start-up* no son necesariamente lo mismo, en la encuesta llevada a cabo se planteaba a los participantes la elección entre uno o varios de los siguientes puntos como fundamentos de tal diferenciación: 1) “las *start-up* están necesariamente basadas en tecnología”; 2) “las *start-up* son escalables: crecen muy rápidamente”; o 3) “*start-up* es el término que define las microempresas creadas en siglo XXI”. Los resultados recogidos se presentan en la siguiente tabla:

TABLA NÚMERO 2⁷

| Rango de edad del encuestado | Escalables | % del total del grupo de edad | Tecnología | % del total del grupo de edad | S.XXI | % del total del grupo de edad |
|------------------------------|------------|-------------------------------|------------|-------------------------------|-----------|-------------------------------|
| 18-25 | 47 | 62,67% | 22 | 29,33% | 23 | 30,67% |
| 26-35 | 5 | 50% | 3 | 30% | 4 | 40% |
| 36-50 | 5 | 55,56% | 4 | 44,44% | 3 | 33,33% |
| 50-65 | 12 | 66,67% | 4 | 22,22% | 2 | 11,11% |
| 66 | 0 | 0% | 3 | 75% | 1 | 25% |
| TOTAL | 69 | | 36 | | 33 | |
| Respecto del total n = 116 | 59,48% | | 31,03% | | 28,45% | |

Cabe apreciar la gran diferencia en los resultados que existe en función de si atendemos a las respuestas dadas por los encuestados pertenecientes a uno u otro rango de edad. Pese a que en todos ellos (salvo las personas de más de 66 años), al menos la mitad de los encuestados afirma que la diferencia estriba en la escalabilidad de las *start-ups*, un porcentaje no despreciable de los encuestados (31%) considera que la distinción tiene raíz en la tecnología necesariamente existente en las *start-ups* frente a las PYMES y, de igual manera, alrededor de un 28% de los participantes encuentran la distinción en el momento temporal de la aparición jurídico-social de la empresa.

En último lugar, procede abordar en este apartado el concepto de ‘empresario’, que en la exposición inicial de los conceptos no se ha definido ni caracterizado

⁷ Fuente: elaboración propia.

individualmente. De nuevo acudiendo a la RAE, se define ‘empresario’ en una de sus acepciones⁸ como “titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa” (Real Academia Española, 2017). Se recoge el término desde la propiedad o tenencia de acciones o participaciones por parte de su dueño, así como desde la dirección ejecutiva del mismo. Por tanto, empresario es el sujeto que o bien tiene una empresa en propiedad o bien se encarga de su gestión. En definitiva, siendo pragmáticos, los conceptos de ‘empresario’ y ‘emprendedor’ se distinguen, sobre todo, a nivel operativo. Según algunos autores, se debe producir una evolución natural de la figura del emprendedor -en sentido amplio- a la del empresario (Santiago Antognolli, 2009, citado por Emprende PYME, 2016). De acuerdo con esta idea, por ejemplo, el emprendedor hace mientras que el empresario delega, y el primero es “imprescindible en el momento de crear una empresa y echarla a rodar” mientras que el segundo es necesario “para hacer crecer la empresa” una vez ha empezado a hacerlo.

⁸ La única que se trae a colación en el trabajo por ser la que exclusivamente presenta una vinculación con el tema.

3. ESTUDIO DE CAMPO

Procede en este apartado del trabajo describir con detalle la metodología empleada en su elaboración. Cabe señalar que las fuentes empleadas suponen una combinación cuantitativa y cualitativa.

En primer lugar, se ha llevado a cabo un análisis de la literatura científica versada en la materia, formada principalmente por sendos informes y estadísticas de carácter prestigioso por su trascendencia, notoriedad y autoridad. Cabe destacar los informes anuales del GEM España, al igual que los informes Global y Nacional de *Doing Business* 2018. Han sido empleados para conocer datos macro y tendencias a grandes rasgos del emprendimiento no solo a nivel nacional sino a nivel global en un grado relativo y comparativo entre economías de distinto tamaño y características. Así mismo, ha resultado de utilidad la lectura de varios informes de la Asociación Española de Capital, Crecimiento e Inversión (“ASCRI”), de cara a obtener una visión general así como datos cuantitativos de la inversión realizada por los sectores del *Venture Capital* y el *Private Equity* en numerosos proyectos de emprendimiento español, con especial incidencia, claro está, en las *start-ups*. Por otro lado, se ha empleado también el informe “Perfil emprendedor del estudiante universitario” del Observatorio de Emprendimiento Universitario de cara a obtener una mejor perspectiva y medición del apoyo universitario al fenómeno del emprendimiento.

En segundo lugar, por ser insuficientes los datos recabados de las fuentes señaladas para el cumplimiento de los objetivos a los que este trabajo pretende dar respuesta, se ha llevado a cabo, adicionalmente, una encuesta, así como varias entrevistas personales, con el fin de lograr una aproximación más cercana, real y práctica al fenómeno. Una y otras ejercen un soporte mutuo, dando lugar a una fuente sólida, notable y válida de información principalmente cualitativa y de la que se extraerán numerosas conclusiones de cara a la consecución de los propósitos proyectados. Se explican con mayor profundidad en los apartados a continuación.

3.1. ENTREVISTAS PERSONALES

Junto a la encuesta, es la fuente que mayor valor añadido aporta al presente trabajo. Se han practicado dos entrevistas a perfiles similares, esto es, a personas con unos estudios y orientación laboral parecidas. Sin embargo, su diferencia de edad aporta mayor valor añadido a la tesis puesto que permite deducir las diferencias que se perciben por ambos grupos de población en torno al fenómeno de estudio.

En primer lugar, nos hemos reunido con **Carlos Morrás Ruiz-Falcó**, Ingeniero Superior de Telecomunicaciones licenciado por la Universidad Politécnica de Madrid en el año 1989, y experto en Big Data, Business Intelligence, digitalización e innovación. Es, en la actualidad, director del Máster de Big Data en Tecnología y Analítica Avanzada de la Universidad Pontificia Comillas, y tiene más de quince años de experiencia en Telefónica Movistar España. Aunque nunca ha creado su propia *start-up*, es algo que quizás haga en el futuro (C. Morrás Ruiz-Falcó, comunicación personal, 3 de mayo, 2018).

En segundo lugar, se ha entrevistado a **Begoña Sesé de Lucio**, graduada en el año 2015 igualmente por la Escuela Técnica Superior de la Universidad Politécnica de Madrid en Ingeniería de Tecnologías y Servicios de Telecomunicación y Sistemas de Telecomunicación. Pese a que nunca se le había pasado por la cabeza emprender hasta su tercer curso de carrera, tras asistir al Foro de Empleo y Tecnología Satelec Emprendedores⁹, y quedar en tercer lugar, Begoña comenzó a interesarse por el mundo de las *start-ups* e incluso ha colaborado en la configuración de alguna de ellas durante un tiempo de su carrera profesional. Se ha planteado abrir su propia *start-up* pero considera que no tiene una idea revolucionaria, pese a que no considera que sea algo esencial. Cree que la clave del éxito de una *start-up* radica en los valores en los que esté sustentada, como la consecución de un mundo más limpio y sostenible ecológicamente a través del

⁹ Para conocer más acerca del foro de empleo del cual nace Satelec Emprendedores, visitar su página web: <http://satelec.etsit.upm.es/emprendedores/nosotros/>

reciclaje y la reutilización de residuos (B. Sesé de Lucio, comunicación personal, 5 de mayo, 2018).

3.2. ENCUESTA

Como se adelantaba en la sección precedente (vid. 3.1. ENTREVISTAS PERSONALES), tras un pausado análisis de aquello que era de mayor interés conocer, así como de la información que era necesario recabar, sin que la extensión se tornase tediosa, se ha redactado y lanzado al público una encuesta con la finalidad de llevar a cabo un acercamiento al fenómeno del emprendimiento más pragmático y que verificase aquellos parámetros que era de mayor utilidad medir de cara al cumplimiento de los objetivos expuestos en este trabajo. Entre otros, estos parámetros son: el conocimiento presentado por la muestra de los conceptos más básicos vinculados al emprendimiento así como de su correcto significado e implicaciones, los factores que han provocado un cambio en la mentalidad emprendedora de los españoles -en caso de que crean que efectivamente hemos sido testigos de una transformación en el estado de la cuestión-, qué factores influyen en mayor medida el deseo de emprender, el apoyo que se brinda al emprendimiento desde el ámbito público, privado y familiar, asignando puntuaciones del uno al diez, y más.

En consecuencia, las preguntas que recoge la encuesta, y que ascienden a un total de trece¹⁰, son de tipo cuantitativo y cualitativo. Este último es el modelo de análisis que está presente en una mayor cantidad de las cuestiones planteadas a los encuestados por la sociología que impregna el fenómeno de estudio de manera transversal y que no se puede calibrar cuantitativamente en exclusiva.

La encuesta se ha elaborado con la herramienta de formularios de Google, se ha difundido por redes sociales (Whatsapp, Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otras) así

¹⁰ De cara a una exposición más pedagógica, eficaz y directa del trabajo, la totalidad de las preguntas realizadas en la encuesta, así como las respuestas a las mismas, a nivel individualizado y de resumen, se encuentra desglosado en el apartado de anexos al final del trabajo (vid. 10. ANEXOS).

como por correo electrónico, y sus respuestas se han obtenido a través de una hoja de cálculo de Excel. Por su parte, el tratamiento de los datos se ha canalizado utilizando tanto Excel como Gretl, un software de análisis econométrico. De cara al tratamiento numérico de las variables cualitativas, se han empleado “n-1” variables dicotómicas.

El número total de observaciones recogidas es de 116 personas, por lo que esta cifra constituye nuestra muestra de cara al estudio en cuestión. Las principales notas que destacar de la misma se recogen en la siguiente tabla:

TABLA NÚMERO 3¹¹

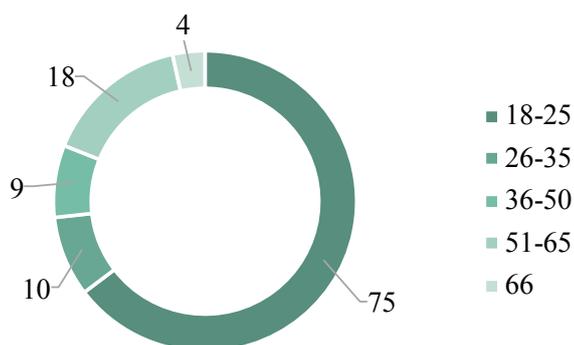
| Rango de edad del encuestado | Número de encuestados en cada rango de edad | Porcentaje que representa este rango de edad de entre el total de los encuestados: |
|------------------------------|---|--|
| 18-25 | 75 | 64,66% |
| 26-35 | 10 | 8,62% |
| 36-50 | 9 | 7,76% |
| 51-65 | 18 | 15,52% |
| 66 | 4 | 3,45% |
| TOTAL | 116 | 100% |

Como cabe apreciar, se divide la muestra en cinco grupos de edad: de 18 a 25 años (64,66%), de 26 a 35 años (8,62%), de 36 a 50 años (7,76%), de 51 a 65 años (15,52%) y, por último, un grupo formado por todos aquellos encuestados de más de 66 años. Debido al pequeño porcentaje que implica esta última categoría con respecto al total (3,45%) y, más aún, por el reducido número de personas pertenecientes a dicho rango de edad que ha rellenado la encuesta (4), las conclusiones que se infieran del grupo más envejecido observado no deben ser consideradas como concluyentes a efectos científicos

¹¹ Fuente: elaboración propia.

por la escasa representatividad que implica su participación¹². Con la finalidad de que quede patente de forma visual con mayor claridad la participación de cada grupo de edad en la encuesta, se presenta el siguiente gráfico:

GRÁFICO NÚMERO 1¹³



¹² De cara a futuras encuestas sobre esta materia u otra, sería recomendable plantearse el canalizar este estudio a través de medios que accedan con más intensidad a este conjunto de personas ya que cabe deducir que, por su edad, no emplean las redes sociales ni el correo electrónico con la misma asiduidad y normalidad que el resto de los grupos de edad. Otras vías serían, por ejemplo, la carta escrita, llamadas telefónicas o formularios en papel.

¹³ Fuente: elaboración propia.

4. LA MENTALIDAD PRESENTE EN ESPAÑA

4.1. ANÁLISIS HISTÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN EN LA ACTUALIDAD

Partiendo de la configuración del tejido empresarial español, cimentado en las PYMES (*vid.* 2.2. NEGOCIANTE, EMPRENDEDOR Y EMPRESARIO), cabe preguntarse si podemos afirmar que en la actualidad somos testigos de una metamorfosis sociológica, cultural, política y legal en torno al fenómeno del emprendimiento en España, entendida no tanto en lo referente a la apertura de negocios locales sino en lo concerniente a la toma en consideración de España como un lugar óptimo de ubicación empresarial sirviendo como germen en la creación de *start-ups* escalables, globales y con modelos de negocio innovadores.

En el año 2017, la actividad emprendedora en España ha superado por primera vez desde el año 2008 la ratio de seis personas involucradas en una iniciativa emprendedora por cada cien personas de población adulta. Y es que, pese a experimentar un pequeño descenso en 2016, la tasa de actividad emprendedora total (“TEA”)¹⁴ en España alcanzó el 6,2% (GEM España, 2018:34). De estos datos cabría inferir un paulatino incremento en el interés mostrado por parte de la sociedad española por el fenómeno del emprendimiento escalable.

No obstante, datos de esta misma fuente muestran que un 28,3% de dicha actividad emprendedora se corresponde con proyectos de emprendimiento motivados por causa de la necesidad, hecho que representaba un mero 15% en 2009. Se entiende que estos datos tienen origen en la profunda crisis económica que ha vivido España en su pasado reciente, así como en la alta tasa de desempleo con la que cuenta España -pese a su considerable mejora según los últimos datos presentados¹⁵ (Ministerio de Empleo y Seguridad Social,

¹⁴ La TEA se refiere al porcentaje de población española de entre 18 y 64 años que ha estado involucrada en iniciativas emprendedoras o proyectos de emprendimiento en fase inicial en los últimos tres años y medio.

¹⁵ La cifra total de parados registrados en el mes de mayo de 2018 asciende a 3.252.130 personas, la cifra más baja desde diciembre de 2008. Implica que el paro se ha reducido en 1.788.092 personas desde los niveles máximos alcanzados en el mes de febrero de 2013.

2018)-. Uno de los participantes de la encuesta considera que el cambio de mentalidad en torno al emprendimiento se basa en que, en palabras suyas: “la gente ha entendido que, o emprende, o se muere de hambre”. Podría dudarse, en conclusión, de que exista efectivamente un cambio de mentalidad. No obstante, según GEM España (2016:46), cerca del 53% de la población española de entre 18 y 64 años piensa que emprender es una buena opción profesional en España. Esta discrepancia impregna de relevancia las tomas de contacto llevadas a cabo en el análisis cualitativo principal del trabajo: las entrevistas personales además de la encuesta.

Una de las primeras preguntas expuestas a los tomadores de la encuesta, fue si su deseo al terminar la carrera era entrar en una gran corporación o si, por el contrario, tenían la incertidumbre de emprender y abrir su propio negocio o *start-up*. Los resultados de esta y de otras preguntas, desglosadas por rangos de edad, se presentan en la siguiente tabla:

TABLA NÚMERO 4¹⁶

| Rango de edad del encuestado | Quisieron emprender al acabar los estudios superiores frente a entrar a una gran empresa: | Se han planteado alguna vez tener un negocio o <i>start-up</i> propios: | De los que se lo han planteado, han realizado algún acto en esta dirección: |
|------------------------------|---|---|---|
| 18-25 | 10 | 59 | 8 |
| 26-35 | 2 | 8 | 2 |
| 36-50 | 2 | 7 | 3 |
| 50-65 | 0 | 14 | 6 |
| 66 | 1 | 3 | 2 |

Como se aprecia, únicamente el rango de edad compuesto por los más jóvenes (entre 18 y 25 años) presenta una cifra absoluta significativa de interés por el emprendimiento inmediatamente después de finalizar los estudios (incluso teniendo en cuenta su importancia dentro de la muestra). Estas personas no han querido o quieren entrar a una gran empresa al inicio de su carrera profesional pese a que ciertamente supone menores riesgos que emprender. Por el contrario, el resto de las personas encuestadas quiso, sin

¹⁶ Fuente: elaboración propia.

ninguna duda, entrar a una gran corporación al acabar la universidad por la estabilidad que podía suponer y el prestigio que se derivaba de la pertenencia a una multinacional y que ha día de hoy se pone en duda.

En lo que se refiere al planteamiento personal de participar en el fenómeno del emprendimiento, cabe destacar como todos los grupos de edad, pese a las diferencias coyunturales de su nacimiento, educación y experiencia profesional, presentan un porcentaje similar de interés, esto es, aproximadamente un 80%. Esto podría deberse a dos motivos: o bien porque es algo consustancial a la persona y a los rasgos de su personalidad, sin que afecte el respectivo contexto coetáneo, o bien porque el cambio de mentalidad que se pretende probar ha impactado a la sociedad conjuntamente considerada de forma transversal, independientemente de la edad del interesado eventualmente por emprender. En cualquier caso, llama la atención el porcentaje de gente joven (menos de 25 años) que se ha planteado emprender pese a su corta experiencia e involucración en la vida profesional.

A propósito de aquellos que habiéndose planteado en cierto momento emprender, han realizado algún acto en este sentido, es preciso mencionar que aquellos encuestados más senior han tenido más tiempo para hacerlo debido a su edad. Con todo, destaca que un 10% de los encuestados de entre 18 y 25 años ya hayan abierto su propio negocio o montado una *start-up*.

Paralelamente, cabe preguntarse si existen diferencias entre géneros a la hora de tomar la decisión de emprender. Según Fuentes García y Sánchez-Cañizares (2010:1) existe una menor iniciativa emprendedora entre las mujeres, tanto nacionalmente como a nivel internacional. El conocimiento de las posibles eventuales diferencias entre hombres y mujeres a la hora de adoptar iniciativas emprendedoras se aborda igualmente por otros autores. En este sentido, según GEM España (2018:33) el TEA femenino representó en el año 2017 un 5,6% mientras que el TEA masculino supuso un 6,8%. Pese a que la iniciativa masculina es superior a la femenina en la actualidad, cabe mencionar como la variación con respecto al año 2016 es superior para el género femenino, siendo esta un 19,7%. Como señalan algunos autores, para la mujer es vital contar con un respaldo de

carácter institucional a la hora de emprender (Ventura Fernández & Quero Gervilla, 2013:143). Otros autores como Fuentes García y Sánchez-Cañizares (2010:6) consideran que esta diferencia puede estar fundamentada en el hecho de que las mujeres son más adversas al riesgo. En cualquier caso, los motivos que llevan a cada género a emprender son diferentes. Es por eso que señalan que “los programas de fomento de la actividad emprendedora deben tener en cuenta las diferencias de percepción y de cultura emprendedora entre géneros”, en aras de que exista una igualdad material de partida entre ambos sexos a la hora de crear una empresa. Pese a lo expuesto, para los dos géneros la independencia y la realización de ideas personales son los motivos de mayor peso que les llevan a emprender (Fuentes García & Sánchez-Cañizares, 2010:15), lo que concuerda con las conclusiones que aquí se alcanzan (*vid.5. FACTORES QUE INCENTIVAN O LIMITAN LA APERTURA DE NUEVAS EMPRESAS Y START-UPS*).

No obstante, el conocer si existe ánimo emprendedor o no en España no basta para dar respuesta a la totalidad de los objetivos planteados. Así, procede abordar la cuestión relativa a la existencia de un cambio de mentalidad en torno a este fenómeno económico-social. En este sentido, la tabla a continuación recoge las impresiones de los encuestados relativas a la existencia o no de un cambio de mentalidad según su parecer:

TABLA NÚMERO 5¹⁷

| Rango de edad del encuestado | ¿Crees que se ha producido un cambio de mentalidad? | | | | | |
|------------------------------|---|------------------------------------|----------|------------------------------------|-----------|------------------------------------|
| | Sí | % del total de este grupo de edad: | No | % del total de este grupo de edad: | Tal vez | % del total de este grupo de edad: |
| 18-25 | 55 | 73,33% | 3 | 4% | 17 | 22,67% |
| 26-35 | 5 | 50% | 1 | 10% | 4 | 40% |
| 36-50 | 7 | 77,78% | 1 | 11,11% | 1 | 11,11% |
| 50-65 | 13 | 72,22% | 1 | 5,56% | 4 | 22,22% |
| 66 | 3 | 75% | 0 | 0% | 1 | 25% |
| TOTAL | 83 | 71,55% | 6 | 5,17% | 27 | 23,28% |

¹⁷ Fuente: elaboración propia.

En la tabla se observa como un 71,55% del total de los encuestados considera que un cambio de mentalidad ha tenido lugar, un 23,28% tiene dudas al respecto y tan solo un 5,17% de los participantes opina que no ha existido tal episodio. Cabe destacar la opinión ostentada por aquellos participantes más adultos puesto que son los que han asistido a los dos momentos temporales que se pretende contrastar; hace 25 años aquellos menores de 25 no habían nacido y, por tanto, su valoración del nuevo *statu quo* tiene una menor significación y representatividad científica. En efecto, del subgrupo muestral formado por aquellos mayores de 36 años, formado por 31 encuestados, un 74,19% opina que existe efectivamente una nueva mentalidad y un 25,81% opina que no nos encontramos ante un escenario inédito o no lo tiene claro.

A favor del cambio de mentalidad en España está Carlos Morrás Ruiz-Falcó, el primer entrevistado con motivo de la realización de este trabajo. Según Carlos (comunicación personal, 3 de mayo, 2018), él mismo, al terminar sus estudios superiores universitarios, montó su propia empresa, aunque la dejó de lado para ser un asalariado y entrar en una gran empresa. “Cuando acabé la carrera, que es cuando comenzó el boom de las telecomunicaciones y se crearon empresas tan exitosas como Microsoft o Apple a nivel internacional, el grueso de la gente quería meterse en una gran empresa”, añade. “Existía la posibilidad de montar un negocio, pero en aquel momento no se hablaba de *start-up*”. “La gente prefería trabajar en una gran empresa, o en una pequeña que fuera innovadora, pero trabajar de asalariado en vez de montar una empresa”. Así mismo, es crítico con la cultura que se dio en el momento social y políticamente hablando: “en España la gente no quiso subirse al carro o no hubo facilidades para unirse al boom de las telecomunicaciones. La gente prefería incorporarse a una gran empresa y dejarse de líos”.

Cabe concluir, por lo expuesto, que hace 25-30 años, los titulares superiores tenían como intención manifiesta entrar en una gran empresa puesto que era lo habitual y lo esperado por parte de todos, así como lo más conservador en cuanto a riesgos. A propósito de las *start-ups*, Carlos subraya que “hace 25 años en España había una presión social en contra de las *start-ups* al implicar mucho riesgo. Ello dificultaba mucho económica y legalmente su éxito”.

Gracias a la experiencia o *background* de Carlos en el ámbito universitario, es interesante conocer su opinión sobre este entorno. Así, expone que “ahora, todos los recién titulados, lo primero que quieren ser es emprendedores y montar una *start-up* que sea un unicornio y llegar a los diez millones”. Es decir, que los jóvenes de hoy en día buscan crear una *start-up* de éxito que les aleje del mundo corporativo a gran escala.

Finalmente, cabe afirmar que las *start-ups* han supuesto un impacto en la vida de Carlos, tal y como manifiesta en la entrevista: “ayer estuve con Geoblink¹⁸, una *start-up* que, en tres años, ha alcanzado ocho millones de euros de capital social y cuenta con cuarenta empleados, así como sedes en Madrid y Londres”. A la pregunta de cuál ha sido uno de los factores clave en su éxito asegura que la globalización, que “les ha permitido obtener financiación más fácilmente” y de un modo que no habrían logrado de estar únicamente financiados por agentes en España.

El propósito de contar con una segunda entrevista personal en aras de asentar este trabajo con más fuentes cualitativas se fundamenta en obtener un contraste entre la situación en la que se formó un titulado superior en el pasado, hace treinta años, y un universitario actualmente. Así, la segunda entrevistada, Begoña Sesé de Lucio, también está a favor de la existencia de un cambio de mentalidad en España en lo referente al emprendimiento. Pese a que ella no ha emprendido porque considera que le falta una idea revolucionaria, aunque admite que no es imprescindible, tiene compañeros que están muy interesados en el emprendimiento, ya que “teleco es una carrera que está muy enfocada a crear tu propia *start-up*” (comunicación personal, 5 de mayo, 2018). Sin embargo, incide en que su promoción se ha visto muy perjudicada en el ánimo emprendedor por causa de la crisis económica tan severa que ha vivido España en su historia reciente: “al final la crisis ha asustado bastante a mi generación y muchos han preferido por tal motivo incorporarse a una gran empresa”. En cualquier caso, reitera que el cambio de mentalidad es verídico y que “el contrato indefinido ya no es algo que persigamos los jóvenes”. Así,

¹⁸ *Start-up* cuyo modelo de negocio se basa en proporcionar información para conocer el lugar óptimo donde localizar tiendas, negocios o inmuebles, empleando Big Data. Ver más en: <https://www.geoblink.com/es/>

ella se decidiría a emprender para crear algo a su medida y trabajar con gente que tenga su misma filosofía.

Al interpellarle por ejemplos de *start-ups* que hayan supuesto un mayor impacto en su vida personal, cita numerosos ejemplos, entre los cuales destaca Bq¹⁹ y Airbnb²⁰: “Bq es la *start-up* que más me ha impactado y me ha servido como referencia. Además, me impresiona el ejemplo de Airbnb y cómo se ha conseguido posicionar. Por otro lado, empresas como Emov²¹ o Car2Go²² han sabido centrar su actividad hacia donde tienden los valores de la sociedad”. En este mismo sentido apunta que “como ahora tenemos mucha conciencia medioambiental, eso ha motivado que muchas *start-ups* lo tengan como centro de su modelo de negocio”. Finaliza concluyendo que, en su opinión, “todas las *start-ups* que tengan valores como pilar esencial tienen garantizado el éxito”.

Cabe concluir este apartado del trabajo señalando que, por todo lo expuesto, podemos afirmar y se entiende probada la hipótesis de que existe efectivamente un cambio de mentalidad radical en torno al emprendimiento en España en la actualidad con respecto a la coyuntura existente hace 25 años.

4.2. ¿QUÉ HA MOTIVADO ESTE CAMBIO EN ESPAÑA?

Si bien las variables que han dado lugar a este cambio de mentalidad son inabarcables por su número y su complejidad, es posible llevar a cabo un análisis elemental pero detallado de las causas y motivos de peso principales que han traído como consecuencia una modificación del *statu quo* del emprendimiento español pese a los avances ya presentados. Esta cuestión, al igual que otras expuestas anteriormente, se planteó en el sondeo realizado, más concretamente, en la novena pregunta²³. El siguiente gráfico recoge las principales impresiones²⁴ a destacar:

¹⁹ <https://www.bq.com/es/>

²⁰ <https://www.airbnb.es/>

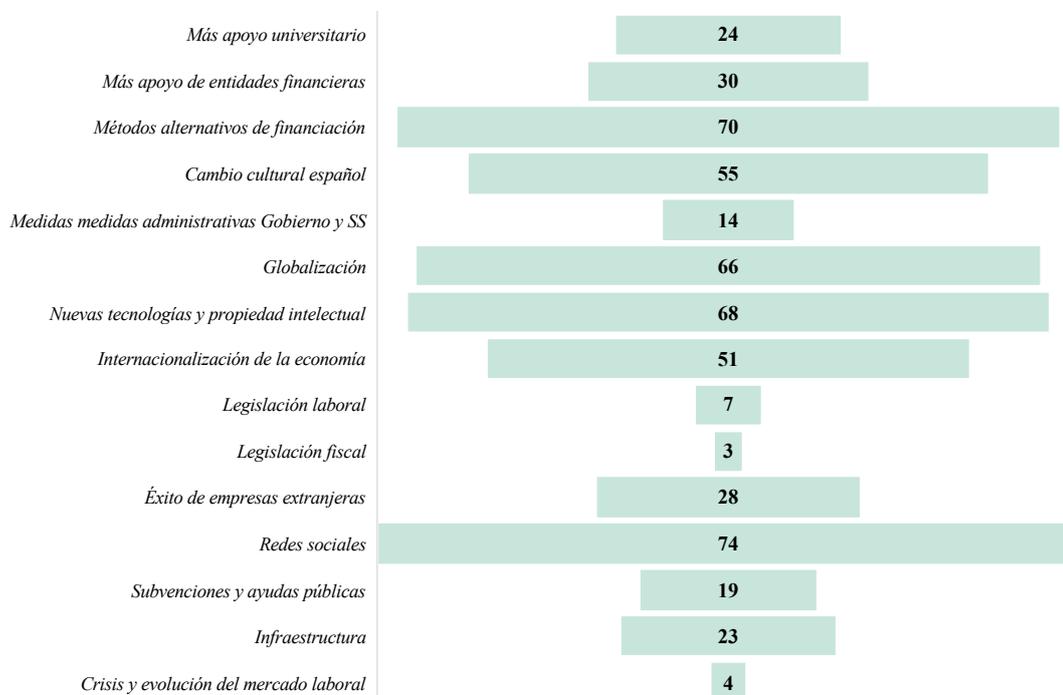
²¹ <https://emov.es/>

²² <https://www.car2go.com/ES/es/>

²³ En un apartado posterior se recoge la encuesta en su totalidad, así como la formulación literal de cada pregunta (*vid.* 9. ANEXOS).

²⁴ De modo previo a su análisis, se debe señalar que en esta pregunta la muestra no es de 116, como lo es para las restantes, sino de 110, puesto que se excluye a los seis encuestados que consideraron que no procede

GRÁFICO NÚMERO 2²⁵



Cabe destacar que, según los encuestados, las redes sociales se postulan como el principal y más importante propulsor del cambio de mentalidad probado. Facebook, Instagram, Whatsapp, LinkedIn, Twitter, entre otras, han permitido una mejor y rápida difusión de contenidos e información que han demostrado ser vitales para la promoción, éxito y crecimiento de las *start-ups* más tecnológicas. En segundo lugar, con un total de 70 observaciones, lo cual supone más de un 63% del total, los métodos alternativos de financiación como el *crowdfunding*, los *business angels* y la economía colaborativa suponen una trascendental potencia en el motor renovado del emprendimiento español. En este sentido, cabe destacar como el capital-riesgo manifiesta un interés gradual por el crecimiento escalable de numerosas compañías caracterizadas con frecuencia por un matiz innovador y tecnológico. La aparición de las nuevas tecnologías de la información, el internet de las cosas y la propiedad intelectual se posicionan como el tercer factor de

afirmar un cambio de mentalidad. Aclarado este punto, mencionar que se fijó a modo de referencia para los encuestados que marcaran las tres opciones que considerasen más relevantes. Pese a ello, algunas observaciones señalan una o dos opciones únicamente y otras rubrican hasta trece de las quince opciones.

²⁵ Fuente: elaboración propia.

impulso del cambio en opinión de los encuestados. Cabe recordar que una *start-up* no necesita necesariamente de la tecnología puesto que su distinción con respecto a una PYME tradicional deriva de su naturaleza escalable y no de las herramientas o *know-how* tecnológico del que se valgan (si bien muchas de ellas se sustentan en él). A continuación, es decir, en cuarta posición, nos encontramos la globalización, que se define como la difusión mundial de modos, valores o tendencias (Real Academia Española, 2017). Muy vinculada con las redes sociales y las tecnologías de la información, la globalización ha supuesto una apertura de fronteras no solo en el plano físico sino también en el plano cultural. La apertura internacional que tuvo lugar en España en las décadas posteriores a la Guerra Civil Española fueron la semilla de lo que vino después tras la incorporación a la Unión Europea en 1986 y la ulterior consecución de sus cuatro libertades fundamentales, a saber, la libre circulación de mercancías, la libre circulación de trabajadores, la libre circulación de servicios y la libre circulación de capitales²⁶ (Eurojoves, 2017). El cambio cultural español ocupa el quinto lugar más destacado en la encuesta como hecho generador del cambio de mentalidad aunque, como es apreciable, muestra una plausible conexión con otros factores ya mencionados.

Pese a que según los encuestados han tenido un impacto menor, factores como el apoyo en el seno universitario, el incremento de financiación proporcionada por entidades de crédito, la difusión y verosímil extrapolación de sucesos de éxito extranjero, así como la crisis y su impacto en el mercado laboral²⁷, han contribuido a modificar el *statu quo* existente hace 25 años.

Por añadidura a los factores expuestos en el gráfico, se hizo saber por parte de algunos encuestados criterios adicionales que, a su parecer, han secundado la nueva concepción del emprendimiento, a saber, la generación *millennial*²⁸ y el cambio de

²⁶ Para saber más, consultar la página web del Parlamento Europeo: <http://www.europarl.europa.eu/portal/es>

²⁷ “La crisis y la evolución del mercado laboral” se ha incluido en el gráfico como uno de los factores de referencia a tener en cuenta pese a que no se presentó como opción inicial de respuesta. Ha sido manualmente incorporada por hasta cuatro encuestados, hecho del que se deduce su significación práctica.

²⁸ Según Howe & William (2000:414), son *millennials* aquellas personas nacidas a partir de 1982 y hasta veinte años después, aproximadamente.

concepción por parte del público general de la gran empresa, donde el tener trabajo ya no está garantizado.

TABLA NÚMERO 6²⁹

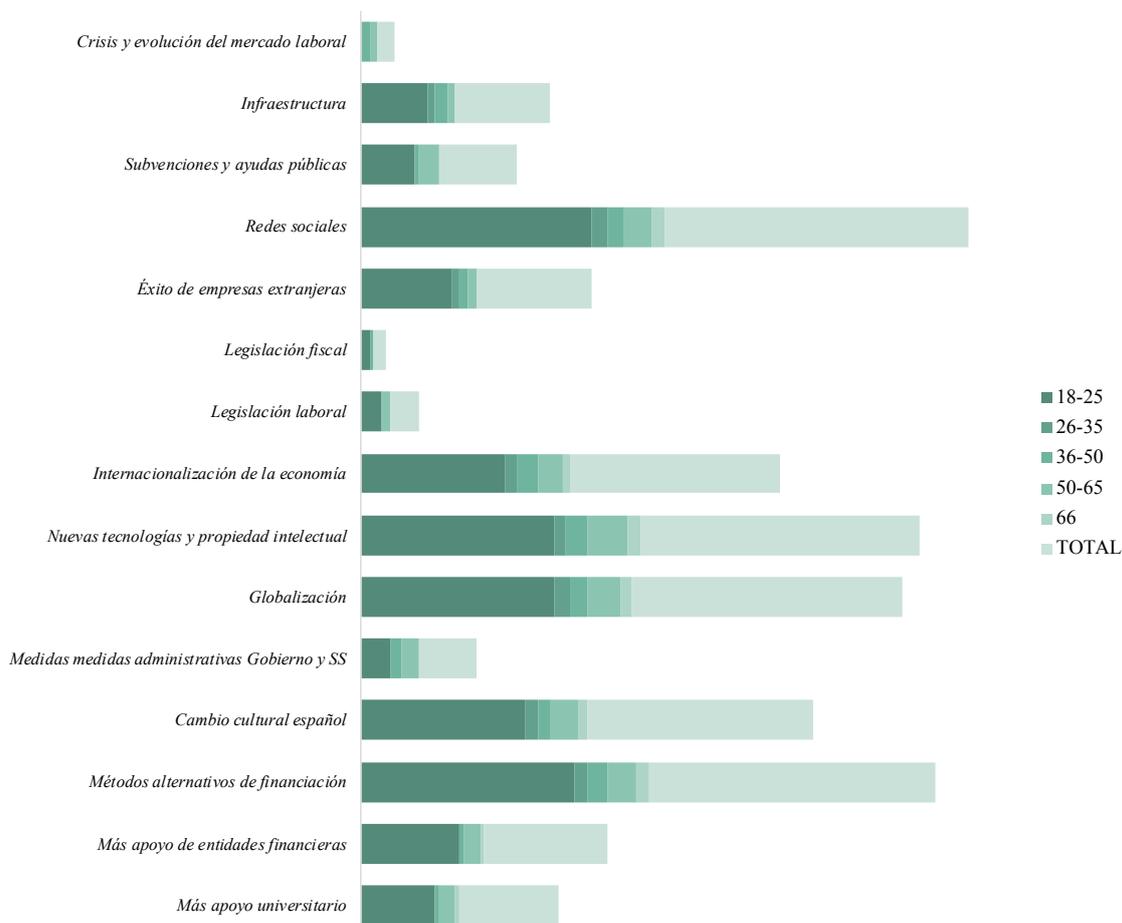
| Rango de edad del encuestado | Más apoyo universitario | Más apoyo de entidades financieras | Métodos alternativos de financiación | Cambio cultural español | Medidas medidas administrativas Gobierno y SS | Globalización | Nuevas tecnologías y propiedad intelectual | Internacionalización de la economía |
|------------------------------|-------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------|---|---------------|--|-------------------------------------|
| 18-25 | 18 | 24 | 52 | 40 | 7 | 47 | 47 | 35 |
| 26-35 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | 4 | 3 | 3 |
| 36-50 | 1 | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 50-65 | 4 | 4 | 7 | 7 | 4 | 8 | 10 | 6 |
| 66 | 1 | 1 | 3 | 2 | 0 | 3 | 3 | 2 |
| TOTAL | 24 | 30 | 70 | 55 | 14 | 66 | 68 | 51 |

| Rango de edad del encuestado | Legislación laboral | Legislación fiscal | Éxito de empresas extranjeras | Redes sociales | Subvenciones y ayudas públicas | Infraestructura | Crisis y evolución del mercado laboral |
|------------------------------|---------------------|--------------------|-------------------------------|----------------|--------------------------------|-----------------|--|
| 18-25 | 5 | 2 | 22 | 56 | 13 | 16 | 0 |
| 26-35 | 0 | 0 | 2 | 4 | 0 | 2 | 0 |
| 36-50 | 0 | 1 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 |
| 50-65 | 2 | 0 | 2 | 7 | 5 | 2 | 2 |
| 66 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 7 | 3 | 28 | 74 | 19 | 23 | 4 |

En virtud de una evaluación pormenorizada, la tabla *supra* desglosa los datos ya mostrados en el gráfico comentado y aporta un valor añadido: distingue la relevancia de cada uno de los factores motores del cambio expuestos para cada rango de edad analizado. Así, para los más jóvenes, las causas sobre las cuales se enraíza el cambio probado del fenómeno son las redes sociales y la globalización. El grupo de edad intermedio (36-50 años) se decanta de igual manera por los métodos alternativos de financiación, las nuevas tecnologías y la propiedad intelectual, así como la internacionalización de la economía y de los mercados financieros. Los encuestados más veteranos se inclinan también por la relevancia de nuevas tecnologías de la información. En el siguiente gráfico se distingue con precisión las notas expuestas aquí:

²⁹ Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO NÚMERO 3³⁰



Es preciso acudir también a las entrevistas en este apartado para encauzar un análisis cualitativo emprendido inicialmente con la encuesta. En esta discusión, Carlos Morrás también nos presenta su parecer personal. Así, al preguntarle si considera que podemos hablar de un nuevo *statu quo* del emprendimiento, alega que las cosas han cambiado radicalmente: “a principios de los noventa, el empresario era un enemigo social que buscaba el enriquecimiento personal mientras que, ahora, el que emprende o abre una *start-up* es una persona creativa, imaginativa, con mucho talento y creadora de riqueza, por lo que el concepto ha adoptado un tono muy positivo y se intenta impulsar y promover” (comunicación personal, 3 de mayo, 2018). “Ahora ha cambiado mucho la cultura de no sólo los estudiantes sino también de los diversos agentes sociales españoles: está muy bien visto ser emprendedor. Antes implicaba o una pretensión de

³⁰ Fuente: elaboración propia.

enriquecimiento, o el no ser lo suficientemente bueno como para ser contratado por una compañía”.

En definitiva, el factor que más peso ha tenido según Carlos en esta transición que efectivamente se ha dado en su opinión es el cultural: “el cambio importante ha sido el cultural. Ha pasado a estar muy bien visto tomar este papel mientras que antes había presión social en contra. Esto arrastra primero a los jóvenes y, luego, lleva a instituciones y empresas a apoyarlo para congraciarse con la sociedad”. No obstante, en su opinión, la clave de dicho cambio no reside únicamente en una renovación cultural sino que también es parte del quid de la cuestión el apoyo y facilidades brindadas al emprendimiento: “hay una visión mucho más positiva desde el punto de vista social y hay muchas más facilidades para poder montar una empresa o *start-up*”. Mientras que antes era prácticamente imposible conseguir financiación, un local o ayudas, en la actualidad existen ayudas “de incubadoras, de organismos oficiales, del ICEX³¹, de bancos y de muchos otros sujetos”. En definitiva, considera que “han mejorado mucho las facilidades a disposición de las *start-ups*. Consiguen mucha más financiación y prestigio social. También, aunque no tanto, para el emprendedor/negociante tradicional”.

En relación con el Capital Privado, la estimación de inversión total correspondiente al año 2017 alcanza los 4.900 millones de euros, lo cual implica un incremento de más de un 25% con respecto a 2016. Esta cantidad está distribuida en un total de 679 inversiones. Este máximo histórico trae por causa la estabilidad económica, la liquidez del mercado y el buen momento en que se encuentran las gestoras nacionales e internacionales (Asociación Española de Capital, Crecimiento e Inversión, 2018:14). Cabe destacar cómo su financiación, junto con la contribución de capital que realizan y el apoyo que brindan en la gestión de las empresas consideradas, permite que las mismas crezcan en términos de empleo, ventas, beneficios (EBITDA) e inversión (Asociación española de capital, crecimiento e inversión, 2018:8).

³¹ ICEX España Exportación e Inversiones se define a sí misma como una entidad pública empresarial de ámbito nacional que tiene como misión promover la internacionalización de las empresas españolas. Ver más en <https://www.icex.es/icex/es/index.html>

Paralelamente, Begoña Sesé considera que “internet, la tecnología y la globalización han cambiado la forma en que percibimos culturalmente el emprendimiento en España. Así, las tecnologías te permiten emprender de forma más sencilla, por ejemplo, a través de una aplicación, y sin que sea necesaria una inversión considerable”. Como continúa diciendo, “ver que una aplicación muy sencilla puede triunfar motiva a que más gente pruebe a tener éxito” y, en consecuencia, “estamos abriendo nuestra mente y emprender ya no implica necesariamente tanto riesgo para la sociedad”. Trae a colación ejemplos tan exitosos como los de Google y Facebook y puntualiza que “son dos de las empresas más importantes hoy en día y no tienen tantos años” (comunicación personal, 5 de mayo, 2018).

A estos factores añade el fomento que se brinda al emprendimiento desde la Universidad, ya que subraya cómo ha tenido un importante papel en su formación: durante la carrera, ella y sus compañeros han tenido tres o cuatro asignaturas que tenían como objetivo sacar adelante una empresa o un proyecto. A su parecer, “te ayuda a acercarte al emprendimiento y te planteas crear tu propia empresa”. Además, “de vez en cuando había alguna charla de emprendedores”. Esta misma idea también se ha validado por más de un 20% de los encuestados.

5. FACTORES QUE INCENTIVAN O LIMITAN LA APERTURA DE NUEVAS EMPRESAS Y *START-UPS*

Según *World Economic Forum*³² (2017:270), España se sitúa en el puesto número 34 de un total de 137 países en el ranking del índice de competitividad global³³ que elabora³⁴ esta institución. Esta posición implica un empeoramiento de dos posiciones con respecto al año anterior (puesto 32) aunque una mejora si tomamos como referencia el año 2012-2013 (puesto 36³⁵), de lo que cabe inferir una tendencia positiva y al alza. Este índice de competitividad global se desglosa en varias categorías que, a su vez, contienen numerosas subcategorías más específicas. El desglose de los doce pilares más importantes, así como la posición de España sobre 137 en cada uno de ellos, es:

- i. Instituciones: puesto número 54.
- ii. Infraestructura: puesto número 12.
- iii. Entorno macroeconómico: puesto número 90.
- iv. Sanidad y educación: puesto número 32.
- v. Educación superior y servicios de formación: puesto número 28.
- vi. Eficiencia del mercado de bienes: puesto número 49.
- vii. Eficiencia del mercado laboral: puesto número 70.
- viii. Desarrollo del mercado financiero: puesto número 68.
- ix. Madurez tecnológica: puesto número 28.
- x. Tamaño del mercado: puesto número 17.
- xi. Sofisticación empresarial: puesto número 29.
- xii. Innovación: puesto número 42.

A modo de resumen, cabe destacar la buena posición que ocupa España en el segundo pilar (Infraestructura) y el margen de mejora existente en el primero (Instituciones) y el tercero (Entorno macroeconómico), lo que debe orientar la actividad del Gobierno y las

³² Institución independiente, imparcial, sin ánimo de lucro, ubicada en Ginebra (Suiza) y creada en 1971. Tiene como misión “mejorar el estado del mundo” gracias a la cooperación público-privada. Ver más en: <https://www.weforum.org/about/world-economic-forum>

³³ Siendo el número 1 el país con mejor competitividad.

³⁴ Para recabar los datos que le permiten clasificar las 137 economías de estudio, el Foro Económico Mundial emplea tanto sondeos de opinión como datos del Fondo Monetario Internacional.

³⁵ Aunque en este año fueron objeto de estudio un total de 144 países, siete más que en 2017-2018.

entidades públicas. Así mismo, la subcategoría más fuerte y más débil que ostentamos son, respectivamente, esperanza de vida (puesto 4) y deuda pública (puesto 122).

Por otro lado, según el informe *Doing Business* España 2018 (World Bank Group, 2017:2-4), que estudia el “*ease of Doing Business in Spain*”, es decir, la facilidad de hacer negocios en nuestro país, España se posiciona en el puesto número 28 de 190³⁶. La *ratio* que sigue esta institución para ordenar las heterogéneas economías que constituyen el ranking se fundamenta en que las primeras posiciones denotan un entorno regulatorio más favorable para la creación y operación de las empresas. De esta manera, la clasificación se establece ordenando el agregado de las puntuaciones de distancia a la frontera en diez categorías a las que se otorga el mismo valor, consistiendo cada una de varios indicadores³⁷. Dichas áreas principales son:

- i. Apertura de un negocio
- ii. Manejo de permisos de construcción
- iii. Obtención de electricidad
- iv. Registro de propiedades
- v. Obtención de crédito
- vi. Protección de los inversionistas minoritarios
- vii. Pago de impuestos
- viii. Comercio transfronterizo
- ix. Cumplimiento de contratos
- x. Resolución de la insolvencia

En la siguiente tabla se observa la clasificación de los diez primeros países³⁸, así como la posición que ostenta España, para cada una de las categorías desglosadas *supra*:

³⁶ En fecha de junio de 2017.

³⁷ La frontera constituye el mejor resultado mostrado por cada uno de los indicadores por parte cualquier economía desde el año 2005.

³⁸ Las primeras diez economías de este ranking y que, por tanto, constituyen un punto de referencia a tener en cuenta de cara a abordar futuros retos son, en orden numérico: Nueva Zelanda, Singapur, Dinamarca, República de Corea, Hong Kong (China), Estados Unidos, Reino Unido, Noruega, Georgia y Suecia.

TABLA NÚMERO 7³⁹

| Economía | Facilidad de hacer negocios (clasificación) | Apertura de un negocio | Manejo de permisos de construcción | Obtención de electricidad | Registro de propiedades | Obtención de crédito | Protección de los inversionistas minoritarios | Pago de impuestos | Comercio transfronterizo | Cumplimiento de contratos | Resolución de la insolvencia |
|--------------------|---|------------------------|------------------------------------|---------------------------|-------------------------|----------------------|---|-------------------|--------------------------|---------------------------|------------------------------|
| Nueva Zelanda | 1 | 1 | 3 | 37 | 1 | 1 | 2 | 9 | 56 | 21 | 32 |
| Singapur | 2 | 6 | 16 | 12 | 19 | 29 | 4 | 7 | 42 | 2 | 27 |
| Dinamarca | 3 | 34 | 1 | 16 | 11 | 42 | 33 | 8 | 1 | 32 | 7 |
| República de Corea | 4 | 9 | 28 | 2 | 39 | 55 | 20 | 24 | 33 | 1 | 5 |
| Hong Kong | 5 | 3 | 5 | 4 | 55 | 29 | 9 | 3 | 31 | 28 | 43 |
| Estados Unidos | 6 | 49 | 36 | 49 | 37 | 2 | 42 | 36 | 36 | 16 | 3 |
| Reino Unido | 7 | 14 | 14 | 9 | 47 | 29 | 10 | 23 | 28 | 31 | 14 |
| Noruega | 8 | 19 | 21 | 23 | 14 | 77 | 10 | 28 | 22 | 8 | 6 |
| Georgia | 9 | 4 | 29 | 30 | 4 | 12 | 2 | 22 | 62 | 7 | 57 |
| Suecia | 10 | 13 | 27 | 6 | 9 | 77 | 29 | 27 | 18 | 36 | 16 |
| España | 28 | 86 | 123 | 42 | 53 | 68 | 24 | 34 | 1 | 26 | 19 |

A grandes rasgos, cabe apreciar cómo España ostenta una posición fuerte en comercio transfronterizo pero cómo tiene un extenso recorrido de mejora en las áreas primera y segunda que son, respectivamente, las dimensiones relativas a la apertura de un negocio y el manejo de permisos de construcción. De esta información se deriva, en relación con los futuros retos que implica el fenómeno de estudio, objetivo a tratar por el presente trabajo, que de cara a mejorar, fomentar y apoyar el emprendimiento, se debe mejorar la facilidad y el coste, en dinero y tiempo, de abrir una empresa en España desde la legislación y las instituciones públicas.

Como se pone de manifiesto en el informe *Doing Business 2018 Global*, numerosos gobiernos en todo el mundo están llevando a cabo y cultivando medidas en aras de reducir las trabas burocráticas que supone abrir un negocio gracias al uso las tecnologías de la información, incrementando así la transparencia en los trámites. A modo de ejemplo, señalan que, hoy en día, en 65 de las 190 economías estudiadas en el informe se puede gestionar, como mínimo, un procedimiento online, frente a tan solo 9 de 145 economías en que esto se podía hacer en el año 2004 (World Bank Group, 2018:1). No obstante, emprendedores de numerosos países siguen enfrentándose a un gran número de barreras a la hora de abrir una empresa (World Bank Group, 2018:24).

Estos informes de comparación relativa entre distintas economías pretenden arrojar luz sobre la competitividad de un país y la facilidad para emprender en cada uno de ellos,

³⁹ Fuente: *Doing Business España 2018*. World Bank Group.

respectivamente, lo cual deviene en un buen parámetro de referencia para la mejora de numerosos aspectos, al permitirnos conocer no sólo qué tenemos que renovar y actualizar sino, incluso, a qué país podemos observar para hacerlo óptimamente o con buenos resultados. En consecuencia, siendo la posición de España mejorable en ambos informes, deben inspirar un anhelo de progreso para agentes operantes no solo públicos sino también privados.

Procede ahora analizar el apoyo que se considera que recibe el emprendimiento desde distintos ámbitos en opinión de los encuestados.

TABLA NÚMERO 8⁴⁰

| ESTADÍSTICOS PRINCIPALES | Media | Mediana | Mínimo | Máximo | Desv. Típica | Porc. 5% | Porc. 95% |
|---------------------------------|-------|---------|--------|--------|--------------|----------|-----------|
| Apoyo de instituciones públicas | 4,21 | 4 | 1 | 8 | 2,00 | 1 | 7 |
| Apoyo de instituciones privadas | 5,91 | 6 | 1 | 10 | 1,87 | 2 | 8 |
| Apoyo del ámbito familiar | 6,39 | 7 | 1 | 10 | 1,93 | 3 | 9,15 |

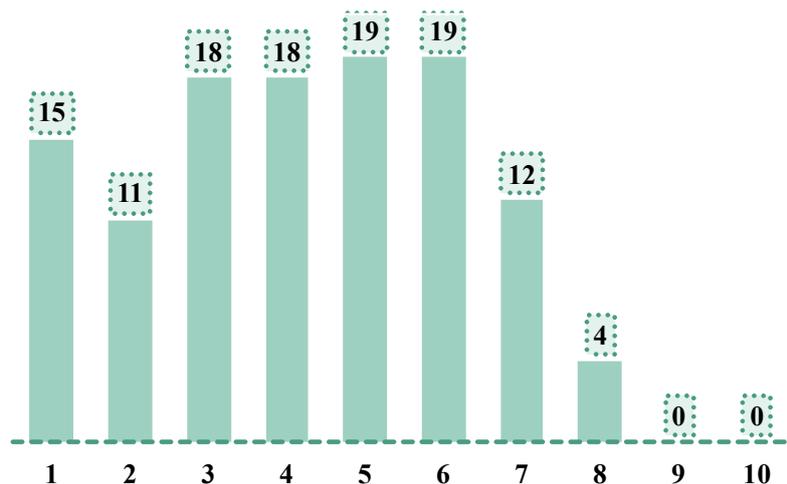
La presente tabla recoge un desglose de los estadísticos principales de las variables objeto de estudio, a saber: el apoyo de las instituciones públicas, privadas y la energía y ánimos que desde el ámbito familiar se brinda a los emprendedores según las 116 observaciones tomadas de la encuesta elaborada. Procede advertir el escaso apoyo que se percibe por parte de la sociedad de las instituciones públicas, que suspenden con un 4,21 de media siendo, sin ir más lejos, un 8 la máxima calificación otorgada. Por su parte, el apoyo convalidado por parte de las instituciones privadas es algo superior pero muy suficiente y, por ende, detenta un amplio margen de mejora. Tiene una nota media de 5,91, a pesar de que algunas observaciones consideran que este apoyo es ínfimo (siendo el valor mínimo otorgado, 1), y otras perciben que es sobresaliente (siendo el valor máximo de referencia, 10). Finalmente, el ámbito familiar parece posicionarse como aquel que menos decepciona al emprendimiento. Tiene la nota media más alta de las tres variables (un 6,39) y es la alternativa que más veces ha exhibido la máxima puntuación -

⁴⁰ Fuente: elaboración propia.

hasta en cinco ocasiones-. De ello cabe deducir que la mayoría de la sociedad española no ve, en la actualidad, a su familia como una fuente de desaliento y preocupación adicional a la de su nueva empresa, con los riesgos que esta comporta, sino que la valora como sustento de entusiasmo, vitalidad y optimismo. No obstante, no todas las observaciones están de acuerdo con esta afirmación: aproximadamente un 15% de los participantes califican con un 4 o menos el apoyo que proporcionan las familias a su proyecto.

El gráfico número 4, que desglosa las respuestas dadas referentes al apoyo institucional, refleja como la moda de opiniones se divide entre las notas 5 y 6 teniendo, a una corta distancia, las notas 3 y 4, que se repiten hasta un total de 18 ocasiones. Se debe puntualizar cómo un 86,21% de los encuestados, esto es, aquellos que han marcado una puntuación de 6 o menos, se sienten decepcionados con las prestaciones, procedimientos burocráticos, tramitaciones y legislación estatales, entre otras. Así mismo, hay que destacar que nadie califica de sobresaliente la actividad ejercida por los entes públicos estatales, autonómicos y locales.

GRÁFICO NÚMERO 4⁴¹

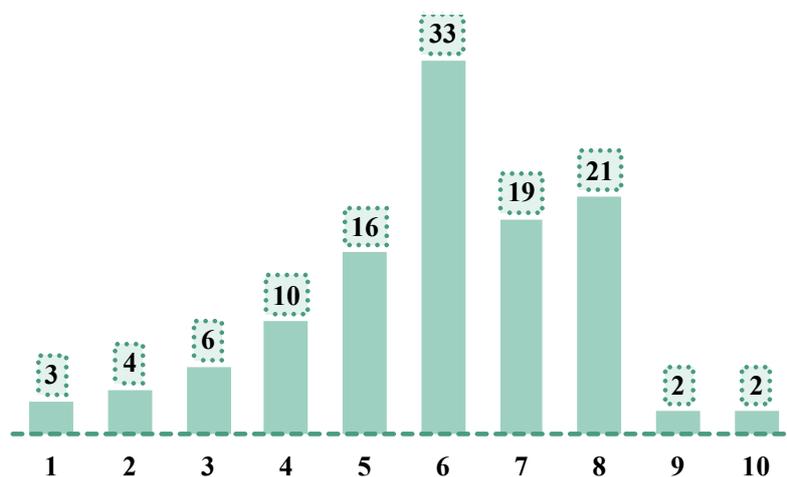


⁴¹ Fuente: elaboración propia.

Por su parte, el gráfico número 5 representa el apoyo que perciben los encuestados de parte de organismos privados, a saber, empresas cotizadas y no cotizadas, entidades financieras, fundaciones y numerosas instituciones educativas, entre otros sujetos. La moda es 6, que ha obtenido 33 observaciones, y supone, por poco, un 30% de la participación registrada. Cabe apreciar cómo las calificaciones asignadas se distribuyen de manera similar a una normal, teniendo los valores extremos una importancia significativamente menor. Aún así, aproximadamente un 11% opina que el apoyo merece una valoración de 3 o inferior mientras que únicamente un 3% de los participantes considera que el entusiasmo mostrado por parte de estas instituciones es excelente.

Cabe citar a modo de ejemplo cómo desde el Banco Santander se apoyan diferentes iniciativas de sensibilización, formación e impulso de la cultura emprendedora a través de proyectos como Santander X, una iniciativa que pretende potenciar la atmósfera emprendedora en España mediante el acompañamiento por parte de la entidad al emprendedor (GEM 2018:17).

GRÁFICO NÚMERO 5⁴²

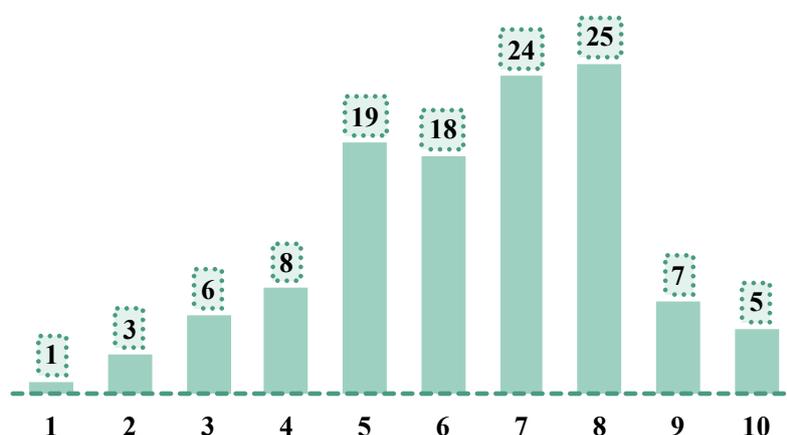


En lo referente al gráfico número 6, en el que figuran las opiniones de los encuestados en torno al apoyo procedente del contexto familiar, destacar que, frente a los casos

⁴² Fuente: elaboración propia.

anteriores, la moda es 8 con 25 puntuaciones, lo que representa más de un 20% de la muestra. Es más, la distribución de frecuencias es negativa. Así, en lo concerniente al ambiente más cercano al individuo que o bien pretende emprender o bien lo ha hecho efectivamente, se desprende un sentir general más positivo. Cabe destacar que es el parámetro evaluado que ha obtenido calificaciones, de media, más elevadas. Sin embargo, aún hay espacio para la mejoría: el escenario perfecto sería aquel en el que la moda es 10 con 116 valoraciones. Solo en esta coyuntura no podría alegarse el argumento de que quizá el apoyo obedece a la variable dependiente del concreto ámbito familiar, con más o menos recursos, educación recibida o seguridad laboral y económica.

GRÁFICO NÚMERO 6⁴³

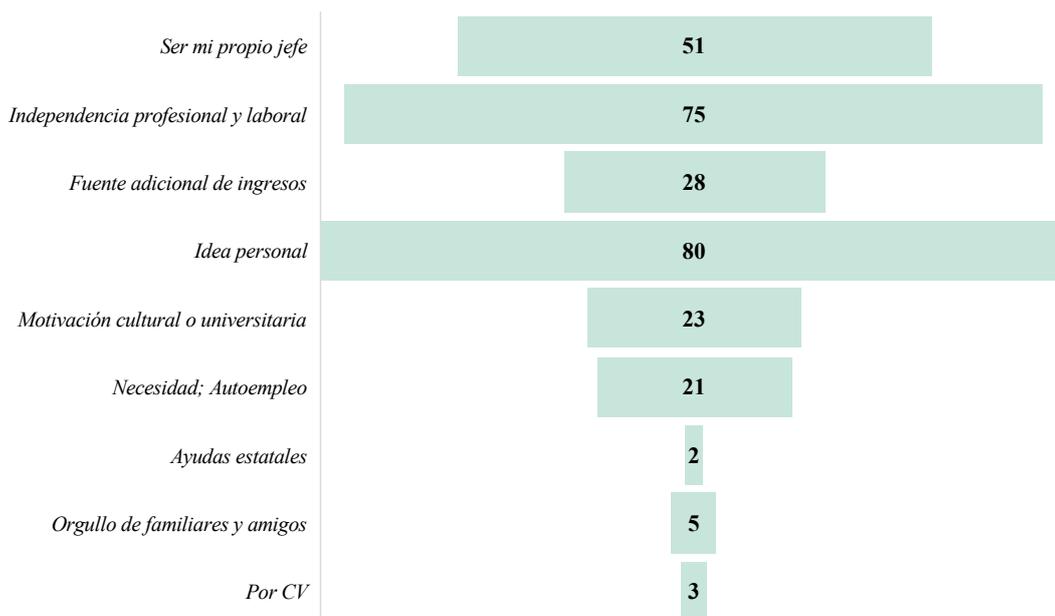


A modo de conclusión, de los tres gráficos previos puede inferirse que solo el ámbito más cercano al que ha emprendido o pretende hacerlo incentiva su actuación. Muy al contrario, las instituciones públicas y privadas deben progresar en su proceder pragmático de cara a no desalentar a aquellos agentes que desean crear su propia empresa. Conviene poner énfasis en que las conclusiones que se extraían del *Global Competitiveness Report* así como del informe *Doing Business 2018* al inicio de este apartado eran idénticas: aunque se debe progresar en ambas direcciones, son las instituciones públicas y el Gobierno los que deben enriquecer con vehemencia las condiciones que determinan la coyuntura legal, política y económica en la que nos encontramos actualmente.

⁴³ Fuente: elaboración propia.

Paralelamente, la encuesta también planteó a los encuestados cuál sería el motivo de peso que les haría emprender, de hacerlo en algún momento. Se les presentaron nueve alternativas diferentes, así como la posibilidad de incluir alguna opción adicional en caso de precisarlas. Los resultados se presentan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO NÚMERO 7⁴⁴



Este gráfico confirma que el motivo principal que fundamenta la decisión de emprender es la posibilidad de ejecutar una idea personal o una idea de negocio que pueda hacer la vida más fácil a otras personas. No es complicado traer a colación ejemplos de *start-ups* que han simplificado procesos arduos en otro tiempo (véanse los cambios disruptivos que ha experimentado el sector del taxi con la llegada de Uber, Cabify o MyTaxi⁴⁵). El modelo de negocio renovador que llevan como distintivo este tipo de empresas escalables rápidamente trae como consecuencia una mejor calidad de vida para la sociedad. La aspiración por ostentar independencia profesional y laboral, e incluso de contar con cierta flexibilidad en la toma de decisiones, es la pretensión más valorada en segundo lugar con 75 de 116 respuestas. Queda claro cómo uno de los beneficios de

⁴⁴ Fuente: elaboración propia.

⁴⁵ (Cramer & Krueger, 2016:177)

emprender, que es el abandono de pirámides jerárquicas preestablecidas y rígidas típicas de grandes corporaciones con un largo recorrido, es el aliento que muchas personas ven como vital de cara a tomar una decisión que implica numerosos riesgos y cierto nivel de inversión en cualquier caso. Muy vinculado con este hecho, el deseo de ser el propio jefe de uno mismo completa el pódium de las razones que llevan a un agente económico a emprender. Otros de los fundamentos presentados, pese a no tener tanto respaldo por los encuestados fueron, entre otros: la posibilidad de crear una empresa que genere ingresos adicionales a la fuente de ingresos principal, emprender por necesidad como vía de autoempleo debido a la crisis económica y el desempleo que ha generado, o bien el emprender para que los más allegados estén orgullosos.

Por añadidura, varios de los encuestados ingresaron motivos personales complementarios no especificados en alguna de las opciones planteadas. A saber:

- ✓ “Intentar alcanzar cierta libertad financiera que genere una base sólida de sustento a la empresa, de tal manera que tenga empleados que trabajen por mí y yo me limite a revisar que todo está en orden”.
- ✓ “Llevar a cabo una idea propia con reconocimiento propio”.
- ✓ “Sentirme auto-realizado”.

A modo de resumen, puntualizar cómo los factores más relevantes son del tipo laboral, económico y sociocultural.

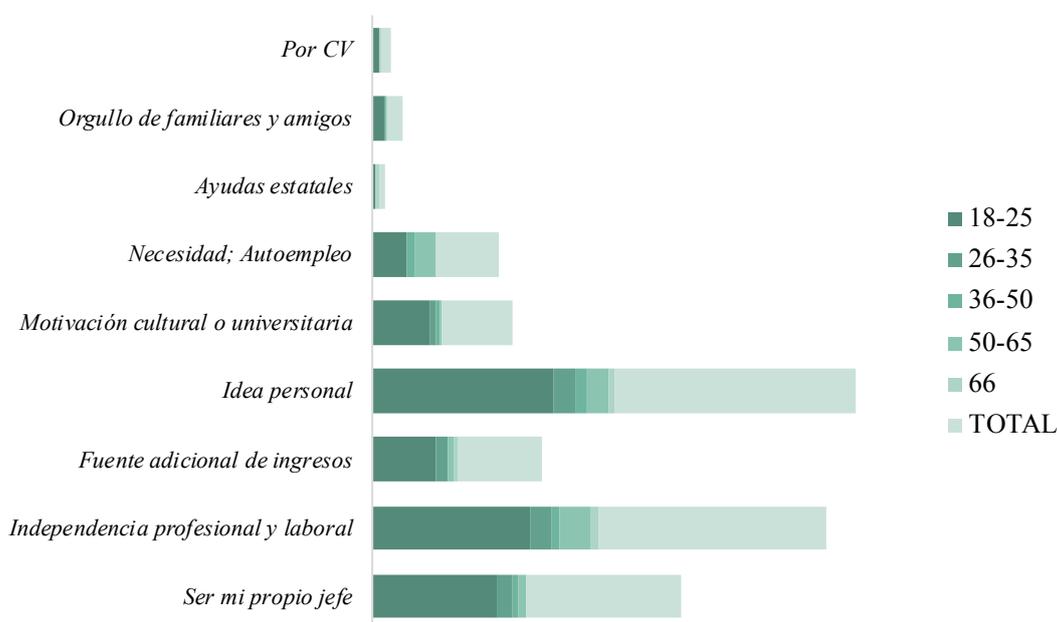
TABLA NÚMERO 9⁴⁶

| Rango de edad del encuestado | Ser mi propio jefe | Independencia profesional y laboral | Fuente adicional de ingresos | Idea personal | Motivación cultural o universitaria | Necesidad; Autoempleo | Ayudas estatales | Orgullo de familiares y amigos | Por CV |
|------------------------------|--------------------|-------------------------------------|------------------------------|---------------|-------------------------------------|-----------------------|------------------|--------------------------------|--------|
| 18-25 | 41 | 52 | 21 | 60 | 19 | 11 | 1 | 4 | 2 |
| 26-35 | 5 | 7 | 4 | 7 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 36-50 | 2 | 3 | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 |
| 50-65 | 3 | 10 | 2 | 7 | 1 | 7 | 0 | 1 | 0 |
| 66 | 0 | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| TOTAL | 51 | 75 | 28 | 80 | 23 | 21 | 2 | 5 | 3 |

⁴⁶ Fuente: elaboración propia.

La presente tabla contiene un desglose de los motivos mencionados *supra* en función del rango de edad del encuestado con la finalidad de conocer si se manifiestan o no diferencias en el parecer de cada uno de dichos grupos. Lo cierto es que tales diferencias no se presentan, al menos en un grado significativo. Cabe señalar, sin embargo, que el tercer fundamento de mayor relevancia para los encuestados de entre 36 y 65 años, edades que abarcan dos de los cinco grupos analizados, es la necesidad de auto emplearse, y que sin duda trae como causa la reciente crisis económica.

GRÁFICO NÚMERO 8⁴⁷



Este gráfico reitera visualmente los datos recogidos por la tabla número 9. Se aprecia cómo queda probado el cambio de mentalidad al que nos referíamos⁴⁸ sin que el crecimiento en importancia que ha manifestado el emprendimiento en España en estos últimos años se sustente por necesidad de manera inequívoca. En este sentido, *circa* un 18% de los participantes estima que el emprendimiento es una exigencia ineludible para

⁴⁷ Fuente: elaboración propia.

⁴⁸ *Vid.* apartado 4. LA MENTALIDAD PRESENTE EN ESPAÑA

subsistir en una economía de mercado frente a un 69% que opina que lo considera como una oportunidad de mejorar el *statu quo*.

A continuación, cabe hacer alusión a las informaciones obtenidas de sendas entrevistas personales realizadas. Por su parte, Carlos Morrás (comunicación personal, 3 de mayo, 2018) señala que, en la actualidad “los que montan *start-ups* suelen ser gente joven, recién graduada o a punto de hacerlo”. Entiende que no existen factores transversales de relevancia que inhiban el emprendimiento: “lo que ahora disuade a alguien de emprender son pocas cosas, a lo sumo la seguridad o la falta de ideas. Pocas cosas disuaden más allá de la propia aversión al riesgo y creatividad, es decir, los factores personales de cada uno”. Considera que “las personas jóvenes, que no tienen compromisos económicos (familia, hijos, hipoteca), lo más que pueden perder es el tiempo” al emprender.

Según el entrevistado, el impacto actual del ambiente universitario en el emprendimiento, que se engloba como uno de los parámetros político-culturales más importantes del fenómeno, es crítico y ha influido considerablemente: “que la universidad impulse el emprendimiento es un factor crítico de éxito”. Añade que “antes no se fomentaba en absoluto el emprendimiento, ni existía asignatura alguna focalizada en el mismo, ni se animaba a los alumnos a emprender, ni había espacios para favorecerlo, ni se daba ningún tipo de colaboración con la universidad”. Por todo lo anterior manifiesta que “las universidades se han unido al carro de las causas creadoras de un nuevo escenario junto al cambio cultural general y las nuevas tecnologías de la información”.

Numerosos autores han afirmado la importancia ascendente de la cooperación entre el ámbito universitario y las empresas privadas en la sociedad del conocimiento, en el crecimiento de la economía en general (Etzkowitz, Klofsten & Jones-Evans, 2010, citado por Davey *et al.*, 2015:2) y, más concretamente, en las *start-ups* que proceden de este entorno (Shane, 2002, citado por Davey *et al.*, 2015:2). Como señalan estos autores, de la literatura científica se desprende que los estudiantes españoles solo se ven motivados a emprender por esta cooperación cuando la perciben como positiva de cara a sus

investigaciones de mercado. Además, estudios revelan que existe una escasez de planes de cooperación, así como una ausencia de incentivos y promoción de estos (Galan Muros *et al.* 2013, citado por Davey *et al.*, 2015:17). Según el informe “Perfil emprendedor del estudiante universitario”, cuyos datos se extraen de una encuesta elaborada a 14.413 estudiantes, un 56,1% de los encuestados, es decir, más de la mitad, desean crear su propia empresa (Observatorio de emprendimiento universitario, 2016:32). Además, según esta misma fuente, el 29,3% de los encuestados tiene la pretensión de crear su propia empresa en un futuro próximo inferior a tres años.

A este factor cultural se suma otro de carácter tecnológico: el hecho de contar con modernas tecnologías permite al emprendedor competir al más alto nivel y le posibilita materializar su idea de negocio en paridad competitiva. Como subraya el entrevistado: “las disrupciones tecnológicas te permiten empezar a la vez que los demás. Aunque seas una empresa pequeña puedes montar una *start-up* que crezca rápido en un sector del mercado que antes no existía. Permite que se dé una disrupción en el *statu quo* del ámbito empresarial”. Concluye señalando que somos testigos de una oleada emprendedora gracias a internet: “durante los últimos años, con la revolución de internet, hay una nueva oleada de capacidad de crecimiento que ayuda a que la gente encuentre en qué ser emprendedora”.

Por otro lado, según Begoña Sesé (comunicación personal, 5 de mayo, 2018) el factor que tiene una mayor incidencia en la decisión de emprender es el deseo de implementar una idea que cambie a mejor el *statu quo* en que está inmersa nuestra sociedad. Manifiesta lo siguiente cuando se le pregunta por las personas que emprenden actualmente: “veo gente con muchas ganas, mucho talento, mucha creatividad y ganas de cambiar el mundo. Creo que desde una empresa grande cuesta hacerlo por su rigidez, pero que desde algo más pequeño puedes mantener mejor tu filosofía de vida, tus valores y autenticidad”. Además, aprecia “mucho inquietud y ganas de crear un impacto positivo en el mundo”.

Por el contrario, reitera en varias ocasiones cómo los factores que desincentivan el emprendimiento también se deben tener en cuenta. Tres son, a su parecer, los más dignos

de mención. En primer lugar, la falta de conocimiento del sector por los más jóvenes. La experiencia es un factor vital para tener éxito al emprender y, en su opinión, supone un desaliento ya que aquellos que tienen las ganas de emprender no cuentan con la misma. Es por ello por lo que asegura que en la actualidad “emprender es una opción más válida cuando tienes 30 años y ya conoces algo el mundo empresarial, sabes cómo manejarte y tienes algo de experiencia”. En segundo lugar, la falta de financiación por parte de empresas e instituciones. En particular, pone énfasis en que “el problema es que existen personas con mucho talento, pero no se les dan los medios necesarios” para emprender. Por último, y en tercer lugar, la aversión al riesgo, motivada en gran medida por la crisis económica.

Según Blank (2013), emprender, ya sea mediante una *start-up* tecnológica, un pequeño negocio o una pequeña iniciativa en una gran empresa, siempre es una “*hit-or-miss proposition*”. En otras palabras, se tiene éxito o se fracasa, sin grises que valgan. Como continúa diciendo, un 75% de las *start-ups* fracasan, de ahí su riesgo.

Con respecto a los aspectos legales que inciden en el emprendimiento, pese a que son notorios los avances que se han dado de cara a mejorar el escenario en que las empresas operan durante las últimas décadas, es evidente que aún quedan muchos pasos por dar. Así queda reflejado en informes ya referidos como el *Global Competitiveness Report* o el *Doing Business*. Este último concreta específicamente algunas medidas implementadas en los últimos años por el Gobierno español que han logrado mejorar su atmósfera empresarial. En el plano administrativo se recoge la reducción de costas judiciales que supone la presentación de demandas, lo que favorece el cumplimiento efectivo de los contratos suscritos; en el ámbito fiscal, se hace mención a la reducción de las tasas a pagar por el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados; y en el ámbito laboral, se citan los diversos cambios de la legislación laboral en torno a los contratos temporales así como el incremento del salario mínimo interprofesional (World Bank Group, 2017:70).

En definitiva, por lo anteriormente expuesto en este apartado, cabe apreciar como los factores que incentivan o desmotivan a un individuo o a un conjunto de ellos a crear un negocio tradicional o montar una *start-up*, son de diverso carácter: políticos, culturales, legales y económico-financieros, entre otros.

6. RETOS Y OPORTUNIDADES A ABORDAR

Son numerosos los retos que depara el futuro del emprendimiento en España, pero también pueden devenir en oportunidades si aquellos se abordan cuanto antes en tiempo y en la forma adecuada. En este apartado se enuncian los retos más importantes que cabe esperar afrontar en referencia al emprendimiento en España.

En primer lugar, es necesario, de cara a adoptar la correcta dirección, que los jóvenes universitarios distingan con claridad los términos ‘negociante’, ‘empresario’ y ‘emprendedor’, por un lado, y los conceptos ‘PYME’ y ‘*start-up*’, por otro. No es un objetivo que se pretenda solo para este conjunto de personas, pero sí cabe resaltar la importancia en que los universitarios lo tengan claro puesto que su impacto al emprendimiento puede ser mayor en el contexto actual presentado. En este sentido, de cara a planificar y ejecutar acciones adecuadas que favorezcan una sólida economía emprendedora en la que se generen oportunidades innovadoras y se cuente con un marco competitivo, eficiente e innovador -como el ejemplo al que se ha hecho referencia de Santander X-, es imprescindible conocer el ecosistema emprendedor (GEM 2018:17), tal y como se ha pretendido en este trabajo.

En segundo lugar, es necesario aclarar que las grandes empresas necesitan de las *start-ups* y viceversa (Vesga, 2018), por lo que no se contempla en ningún caso un futuro en que solo esté presente un tipo de empresa. En este sentido, el reto que deben afrontar las grandes corporaciones es la manera en que se procederá a la determinación de la colaboración interempresarial, que tendrá lugar sin duda alguna. Queda claro que aquellas empresas que no sepan incorporar las innovaciones que las *start-ups* aportan a los mercados mediante sus modelos de negocio transgresores estarán abocadas a la desaparición.

El tercer reto que se presenta en el futuro tiene que ver no con la colaboración interempresarial sino con la colaboración entre el ámbito universitario y el mundo

empresarial. Si bien se han mencionado algunos ejemplos que evidencian someros vestigios de esta cooperación en la actualidad, no es menos cierto que no solo es ineficiente sino que su alcance es exiguo. Además, la tendencia internacional se dirige hacia “un acercamiento por parte de las empresas al ámbito universitario para sacar proyectos adelante con un futuro real” (B. Sesé de Lucio, comunicación personal, 5 de mayo, 2018). Begoña Sesé de Lucio opina que, en el futuro, “más que las empresas ayuden a sacar adelante una *start-up*, tendremos empresas que propongan proyectos dentro de algún plan a mayor escala y que haya particulares que, a modo de colaboración externa, trabajen por buscar una solución óptima y eficaz para el mismo”. Es por ello por lo que considera que se debe mejorar la colaboración y brindar más apoyos, y hace una crítica: considera que en España “hay muchas incubadoras, pero pocas aceleradoras” frente a otros países como Estados Unidos que deben servir de referencia en este sentido.

De acuerdo con lo expuesto, según Carlos Morrás Ruiz-Falcó (comunicación personal, 5 de mayo, 2018) se debe favorecer “un ecosistema de empresas mixtas con la universidad en la que profesores, alumnos y exalumnos puedan crear empresas que crezcan a la sombra de la universidad” puesto que “muchas *start-ups* se inician por gente joven en sus trabajos de fin de grado o de máster y es muy difícil materializar ideas a medias con la universidad”. En otras palabras, se debe concebir la Universidad como medio “facilitador, financiador o incubadora de proyectos de emprendimiento, a un modo similar en que opera el MIT en Estados Unidos”.

No obstante, cabe deducir esta potencial colaboración en dos sentidos más: entre emprendedores e instituciones públicas mediante una colaboración público-privada en proyectos con un impacto real y que tengan un trasfondo inmediato para la sociedad; y entre emprendedores a través de programas de *mentoring*. Así, se podrían hacer pequeños talleres donde emprendedores con algo de experiencia asesorasen a personas más jóvenes en cuanto a los primeros pasos a dar al emprender (B. Sesé de Lucio, comunicación personal, 5 de mayo, 2018). En otras palabras: debemos “crear un aura colaborativa”.

En cuarto lugar, el reto que se presenta es político y legal. En España deben tener lugar mejoras legislativas inmediatas instadas por las diferentes instituciones públicas que favorezcan la creación de empresas y simplifiquen los numerosos trámites administrativos que se deben llevar a cabo en tal gestión. Esta carencia se pone de manifiesto por numerosos informes internacionales, como se ha hecho notar a lo largo del trabajo, y traen por consecuencia que no sea sencillo hacer negocios en nuestro país, lo que implica una pérdida de oportunidades de inversión con su impacto correspondiente en el crecimiento económico, la riqueza y el empleo. Este aspecto también se pone de manifiesto en la entrevista mantenida con Carlos Morrás: “España tiene que favorecer jurídicamente este tipo de negocios, aún con todo lo que ha mejorado. Montar una *start-up* en España sigue siendo mucho más complicado que en otros países por la complejidad de las sociedades jurídicas o la forma de los contratos laborales” (comunicación personal, 5 de mayo, 2018).

El quinto reto que se afronta es tocante a la vertiente cultural y, más concretamente, a la esfera educativa. Como se ha puesto de manifiesto por Juliá (2013:21), hemos pasado de la importancia de una enseñanza basada en el saber, informativa, a una enseñanza basada en el saber hacer, es decir, en la adquisición de habilidades, y debemos desarrollar una solución que nos permita trasladar dichos cambios, primero, al ámbito educativo para, después, trasladarlos al ámbito económico, dando pie a numerosas nuevas oportunidades innovadoras, creativas y basadas en valores como la cooperación, la sostenibilidad, el respeto al medioambiente y el compromiso ético (Juliá, 2013:25). Tal y como se ponía de manifiesto en las entrevistas personales, la importancia de los valores en la empresas del futuro será trascendental para su supervivencia a corto y largo plazo (B. Sesé de Lucio, comunicación personal, 5 de mayo, 2018) y, de cara a “crear una mejor sociedad”, se debe “crear conciencia social” en torno a los problemas que nos afectan tanto local como, sobre todo, globalmente.

7. CONCLUSIONES

El presente trabajo ha canalizado un análisis reflexivo del fenómeno del emprendimiento en España, tanto actualmente como en lo referente a su evolución desde hace 25-30 años, de cara a conocer los factores que más han impactado su conformación actual así como en aras de determinar los retos y oportunidades que se presentan en un futuro próximo.

Partiendo de la base de que un negociante, un emprendedor y un empresario describen realidades diferentes, así como el concepto de PYME y de *start-up*, se ha concluido que, en la actualidad, podemos hablar de un cambio de mentalidad en el emprendimiento español motivado, principalmente, por el auge de las redes sociales, la globalización, los nuevos métodos de financiación y la aparición de las nuevas tecnologías de la información junto a internet. Mientras que las personas que se titulaban de estudios superiores hace 25 años preferían incorporarse a una gran empresa o multinacional por la seguridad que esto supone laboral y económicamente hablando, hoy en día, los jóvenes, al terminar sus estudios universitarios, se decantan por la opción del emprendimiento en una mayoría de consideración. Este cambio de mentalidad a dado pie a un *statu quo* en el cual emprender está motivado por el deseo de llevar a cabo una idea personal que mejore la forma en que vivimos hoy en día así como por la pretensión de lograr independencia laboral y profesional trabajando en una empresa propia.

Factores como las ayudas procedentes de instituciones públicas, privadas y del ámbito familiar tienen un amplio margen de mejora de cara a incentivar el emprendimiento, siendo las primeras percibidas como alarmantemente escasas. Además, el miedo al fracaso y la alta tasa de fracaso de las *start-ups* son los aspectos principales que limitan el que las personas se decidan a emprender. Por el contrario, los factores que conducen a que una persona emprenda en España encuentran su fundamentación en sus rasgos de personalidad y en su talento, carácter innovador, creatividad e ilusión por llevar a cabo un proyecto disruptivo, tanto en una vertiente social como económica, y siguiendo

los ejemplos de *start-ups* tan conocidos como Google o Facebook, que se han convertido en empresas de un gran tamaño y de referencia mundial o, en atención a ejemplos más modernos, empresas como Bq, Car2Go, Airbnb o Emov, que ponen de manifiesto también la importancia que tendrá la economía colaborativa en los años venideros.

Finalmente se han expuesto los retos y oportunidades que presenta el emprendimiento en el futuro. Se aboga principalmente por una mayor y transversal colaboración entre los distintos sujetos o *stakeholders* de los emprendedores: intraempresarial, público-privada, entre el ámbito universitario y las empresas, entre las universidades y los entes públicos así como entre emprendedores con distintos grados de experiencia. Por añadidura, se debe instaurar una atmósfera más respetable con el emprendimiento y la búsqueda de una mejora en la facilidad de hacer negocios en nuestro país mediante la innovación legislativa, la estabilidad política y el apoyo cultural al emprendimiento desde el ámbito financiero, familiar, educativo e institucional.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Śledzik, K. (30 de abril de 2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship. *SSRN*(978-80-554-0736-4), 1-7.
- Alonso, G. (marzo de 2018). Cómo las start-ups han revolucionado el mercado laboral. *EL MUNDO*.
- Asociación Española de Capital, Crecimiento e Inversión. (2018). *Anuario ASCRI Capital Privado 2018*. ASCRI.
- Asociación española de capital, crecimiento e inversión. (2018). *Impacto económico y social del Capital Privado en las operaciones de middle market en España*. ASCRI.
- Blank, S. (mayo de 2013). Why the lean start-up changes everything. *Harvard Business Review* , 91 (5), 63-75.
- Cantillon, R. (1755). *Institut Coppet*. Consultado en abril de 2018, de Essai sur la nature du commerce en général: <https://www.institutcoppet.org/wp-content/uploads/2011/12/Essai-sur-la-nature-du-commerce-en-gener-Richard-Cantillon.pdf>
- Cramer, J., & Krueger, A. B. (mayo de 2016). Disruptive Change in the Taxi Business: The Case of Uber. *American Economic Review*(106), 177-182.
- Davey, T., Rossano, S., & van der Sijde, P. (octubre de 2015). Does context matter in academic entrepreneurship? The role of barriers and drivers in the regional and national context. *The Journal of Technology Transfer*, 1-26.
- Emprende PYME. (2016). *Emprende PYME*. Consultado en abril de 2018, de <https://www.emprendepyme.net/las-diferencias-entre-el-emprendedor-y-el-empresario.html>
- Eurojoves. (2017). *Las cuatro libertades en la UE*. Consultado en abril de 2018, de <http://www.eurojoves.com/Union-Europea.html>
- Fuentes García, F. J., & Sánchez-Cañizares, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28-3(1133-3197), 1; 6; 15.
- GEM España. (2016). *Informe GEM España 2016*. Asociación RED GEM España. Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria.

- GEM España. (2018). *Informe GEM España 2017-2018*. Asociación RED GEM España. Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- Graham, P. (septiembre de 2012). *Start-up = Crecimiento*. Consultado en abril de 2018, de <http://paulgraham.es/ensayos/startup-crecimiento.html>
- Howe, N., & William, S. (2000). *Millennials Rising*. Vintage Books.
- Iglesias, A. (19 de enero de 2017). El capital riesgo invirtió cerca de 3.000 millones de euros en 2016. *EL MUNDO*.
- Juliá, J. F. (2013). Tribuna de opinión: Emprendimiento y universidad. Una referencia al caso de España y a la UPV. *Revista de Estudios Cooperativos*, 1885-8031(113), 7-27.
- Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. (2018). *Cifras PYME*. Gobierno de España.
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social. (4 de junio de 2018). *Gabinete de Comunicación*. Consultado en junio de 2018, de <http://prensa.empleo.gob.es/WebPrensa/noticias/laboral/detalle/3295>
- Observatorio de emprendimiento universitario. (2016). *Perfil emprendedor del estudiante universitario. Informe 2015-2016*. Crue Universidades Españolas;RedEmprendia;CISE.
- Real Academia Española. (2017). *Definición de 'globalización'*. Consultado en abril de 2018, de Diccionario de la Lengua Española: <http://dle.rae.es/?id=JFCXg0Z>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. Consultado en abril de 2018, de Definición de 'empresario': <http://dle.rae.es/?id=Et5NIRo>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. Consultado en abril de 2018, de Definición de 'emprendimiento': <http://dle.rae.es/?id=Esj9hsT>
- USIL International Business School. (28 de noviembre de 2017). Consultado en abril de 2018, de <https://usilmiami.com/emprendimiento-startup-diferencias/>
- Ventura Fernández, R., & Quero Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13 - N.º 1(1131 - 6837), 143.
- Vesga, A. (8 de mayo de 2018). “Las grandes empresas necesitamos a las startups para responder al mercado”. *Emprendedores*.

World Bank Group. (2017). *Doing Business 2018 - Economy Profile of Spain*. World Bank Group.

World Economic Forum. (2017). *Spain - The Global Competitiveness Report*. Insight Report, World Economic Forum, Ginebra.

Zarate, Á. (17 de febrero de 2017). *De pyme tradicional a startup escalable, ¿cómo doy el salto?* Consultado en abril de 2018, de Medium: <https://medium.com/@alvarozarate/de-pyme-tradicional-a-startup-escalable-c%C3%B3mo-doy-el-salto-f13842935c22>

9. ANEXOS

9.1. ENCUESTA LANZADA MEDIANTE FORMULARIO DE GOOGLE

EL EMPRENDIMIENTO EN ESPAÑA

La presente encuesta tiene como objetivo proporcionar información y apoyar la elaboración de un Trabajo de Fin de Grado relativo al Emprendimiento en España. Las respuestas son completamente anónimas y solo te llevarán dos minutos. Muchas gracias por tu ayuda.

- 1) ¿Cuántos años tienes?
 - a. 18-25
 - b. 26-35
 - c. 36-50
 - d. 51-65
 - e. +66

- 2) ¿Tienes estudios superiores?
 - a. Sí
 - b. No

- 3) Cuando terminaste los estudios y te incorporaste por primera vez al mundo laboral, ¿preferías entrar en una gran empresa o emprender?
 - a. Gran empresa/ multinacional
 - b. Emprender

- 4) ¿Alguna vez te has planteado abrir tu propio negocio o crear una *start-up*?
 - a. Sí, y lo he hecho
 - b. Sí, pero no he llevado nada a cabo. Es solo una idea
 - c. No

- 5) Negociante, emprendedor, empresario... ¿son sinónimos?

- a. Sí
 - b. No
- 6) Y microempresa y *start-up*, ¿es lo mismo?
- a. Sí
 - b. No
- 7) Asumiendo que no lo son, ¿cuál crees que es la diferencia? Marca una o varias opciones:
- a. Las *start-up* están necesariamente basadas en tecnología
 - b. Las *start-up* son escalables: crecen muy rápidamente
 - c. *Start-up* es el término que define las microempresas creadas en siglo XXI
- 8) ¿Crees que podemos hablar de un cambio en la mentalidad emprendedora en España hoy en día con respecto a la situación existente hace 25 años?
- a. Sí
 - b. No
 - c. Tal vez
 - d. Otro:
- 9) En caso afirmativo, ¿qué medidas/sucesos piensas que son las que han dado lugar a este cambio de mentalidad? Marca todas las que apliquen
- a. No creo que haya un cambio de mentalidad
 - b. Más apoyo universitario
 - c. Más apoyo de entidades financieras
 - d. Métodos alternativos de financiación (como, por ejemplo, *crowdfunding* o *business angels*)
 - e. Cambio cultural español
 - f. Nuevas medidas administrativas del Gobierno y la Seguridad Social
 - g. Globalización
 - h. Nuevas tecnologías y propiedad intelectual
 - i. Internacionalización de la economía y los mercados financieros

- j. Legislación laboral
- k. Legislación fiscal
- l. Extrapolación y conocimiento público de sucesos de éxito de empresas extranjeras
- m. Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn...)
- n. Subvenciones y ayudas públicas
- o. Infraestructura (transporte, comunicaciones...)
- p. Otro:

10) ¿Cómo definirías el apoyo que se brinda en España al emprendimiento desde las instituciones públicas? Escala lineal del 1 al 10

11) ¿Y desde las instituciones privadas? Escala lineal del 1 al 10

12) ¿Y desde el ámbito familiar? Escala lineal del 1 al 10

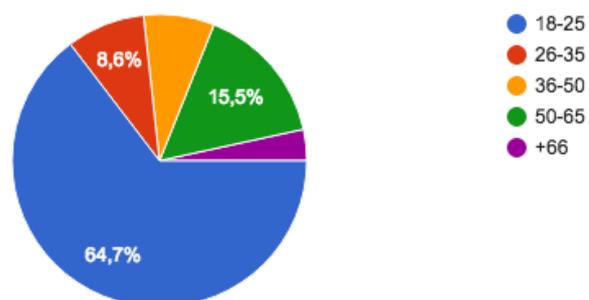
13) Si has abierto un negocio o una *start-up*, o quisieras hacerlo en el futuro, ¿cuál sería el motivo de peso que te llevaría a hacerlo? Selecciona tres opciones:

- a. Ser mi propio jefe
- b. Independencia profesional y laboral; flexibilidad en la toma de decisiones
- c. Fuente adicional de ingresos a la fuente de ingresos principal
- d. Poder llevar a cabo una idea personal o una idea de negocio que pueda hacer la vida más fácil a otros
- e. Motivación fruto de impulsos universitarios o culturales
- f. Necesidad: vía de autoempleo para poder obtener ingresos
- g. Ayudas estatales
- h. Para que familiares y amigos estuvieran orgullosos
- i. Por currículum: está bien visto y se aprende mucho
- j. Otro:

9.2. RESUMEN DE RESPUESTAS AL FORMULARIO (VERSIÓN ORIGINAL)

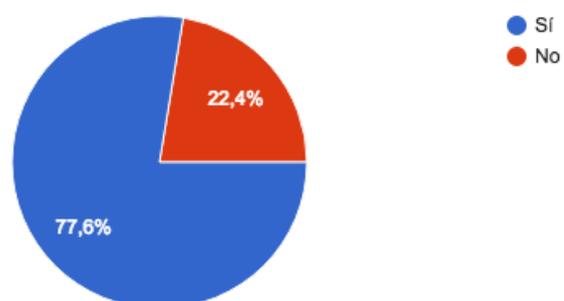
¿Cuántos años tienes?

116 respuestas



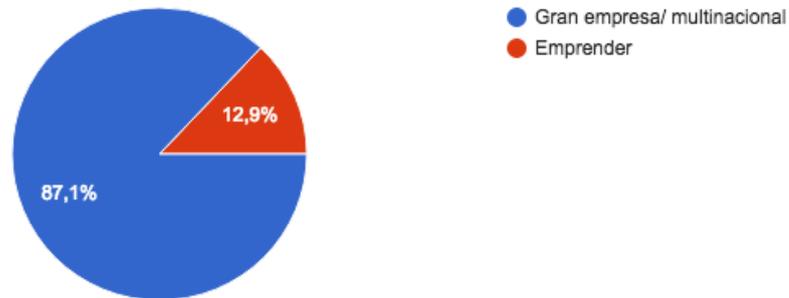
¿Tienes estudios superiores?

116 respuestas



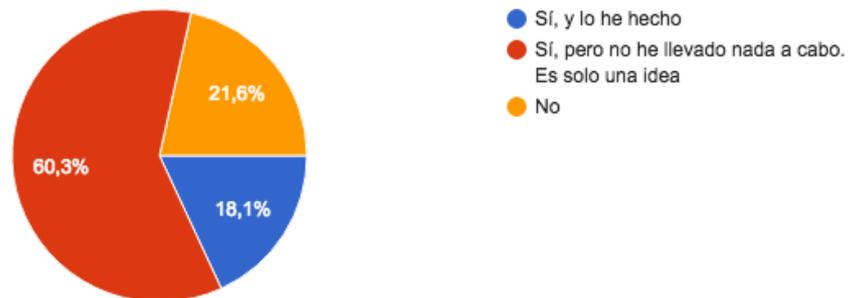
Cuando terminaste los estudios y te incorporaste por primera vez al mundo laboral, ¿preferías entrar en una gran empresa o emprender?

116 respuestas



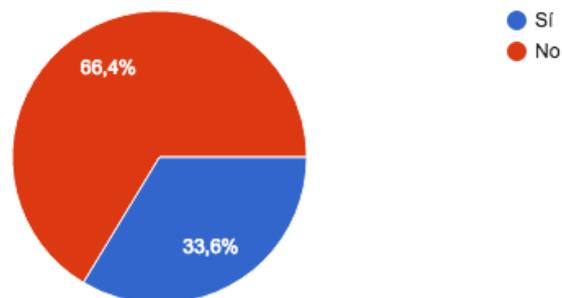
¿Alguna vez te has planteado abrir tu propio negocio o crear una start-up?

116 respuestas



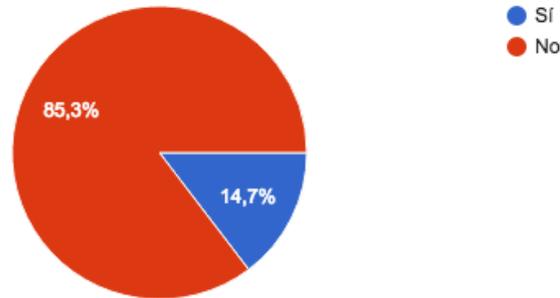
Negociante, emprendedor, empresario...¿son sinónimos?

116 respuestas



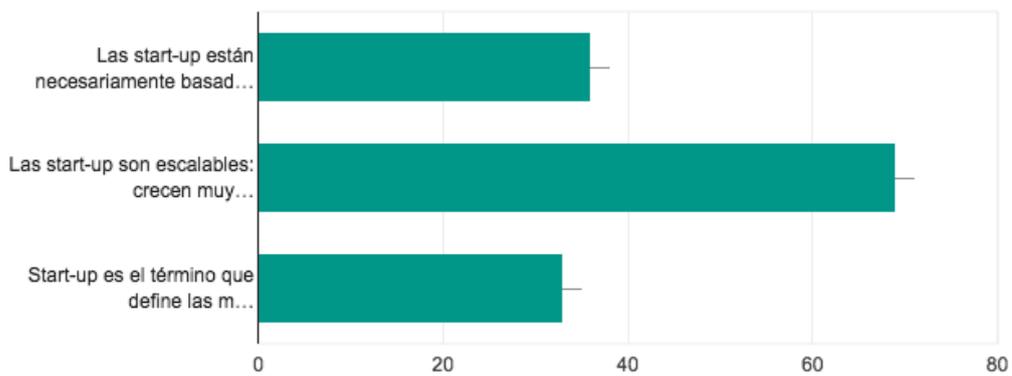
Y microempresa y start-up, ¿es lo mismo?

116 respuestas



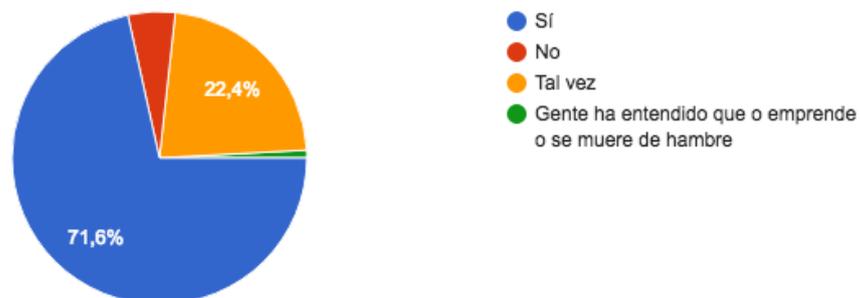
Asumiendo que no lo son, ¿cuál crees que es la diferencia? Marca una o varias opciones:

116 respuestas



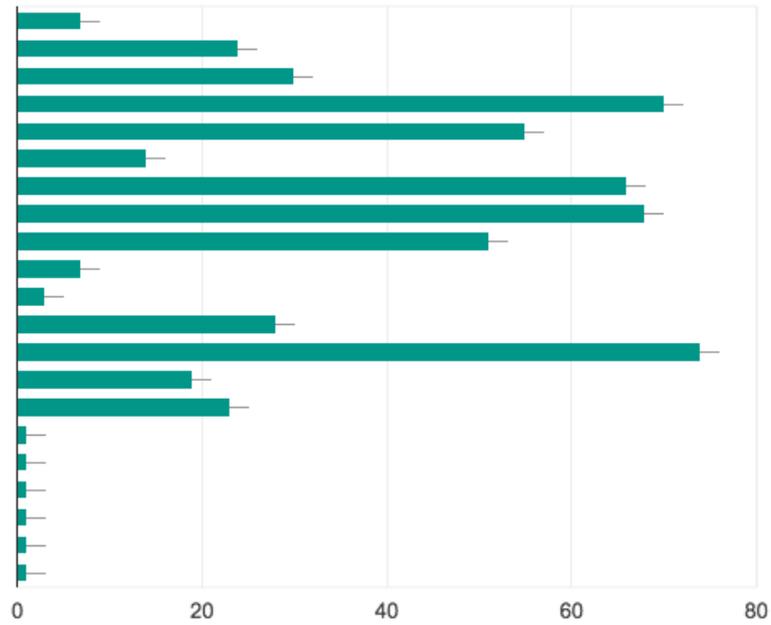
¿Crees que podemos hablar de un cambio en la mentalidad emprendedora en España hoy en día con respecto a la situación existente hace 25 años?

116 respuestas



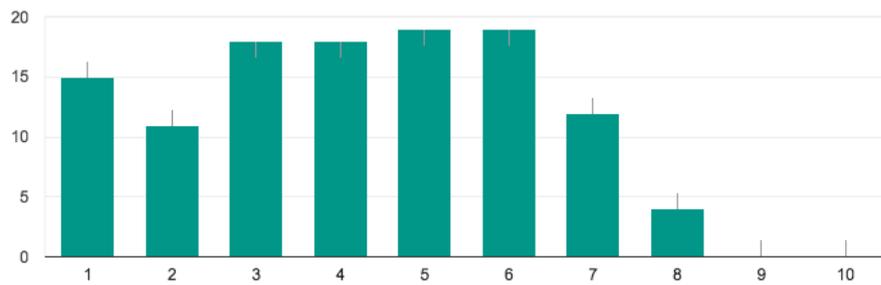
En caso afirmativo, ¿qué medidas/sucesos piensas que son las que han dado lugar a este cambio de mentalidad? Marca todas las que apliquen

116 respuestas



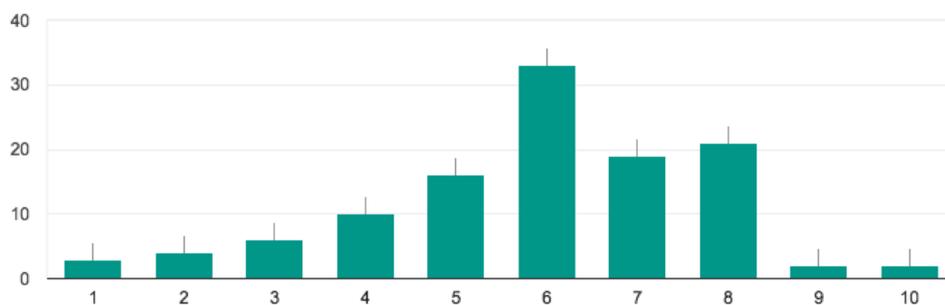
¿Cómo definirías el apoyo que se brinda en España al emprendimiento desde las instituciones públicas?

116 respuestas



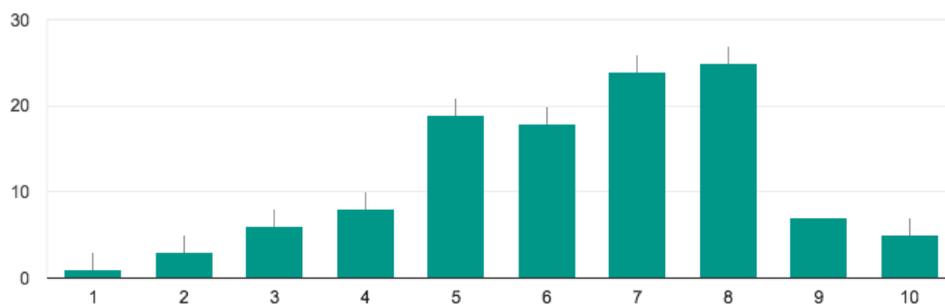
¿Y desde las instituciones privadas?

116 respuestas



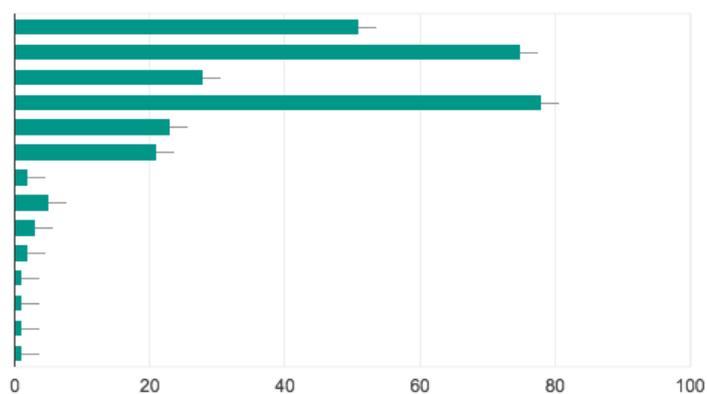
¿Y desde el ámbito familiar?

116 respuestas



Si has abierto un negocio o una start-up, o quisieras hacerlo en el futuro, ¿cuál sería el motivo de peso que te llevaría a hacerlo? Selecciona 3 opciones:

116 respuestas



9.3. RESPUESTAS INDIVIDUALES AL FORMULARIO (EN FORMA BINOMIAL)

| Nº observación | Edad: 18-25 | Edad: 26-35 | Edad: 36-50 | Edad: 50-65 | Edad: +66 | Estudios superiores | Emprender/ Gran empresa | Plantear propio negocio | Llevar a cabo | Negocio empresarial sinónimos | Microempresa startup sinón | start-up escalables | start-up tecnología | start-up s.XXI | Cambio ment: si | Cambio ment: no | Más apoyo universitario | Más apoyo ent. financieras | Métodos alt. financiación | Cambio cultural español | Medidas Gob y SS | Globalización |
|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|---------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|-------------------------------|----------------------------|---------------------|---------------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------------|------------------|---------------|
| 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 9 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 10 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 11 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 13 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 14 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 15 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 16 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 17 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 18 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 19 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 20 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 21 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 22 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 23 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 24 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 25 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 26 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 27 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 28 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 29 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 31 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 32 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 33 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 34 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 35 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 36 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 37 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 38 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 39 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 40 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 41 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 42 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 43 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 44 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 45 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 46 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 47 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 48 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 49 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 50 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 51 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 52 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 53 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 54 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 55 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 56 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 57 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 58 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| N° observación | Nuevas tecnologías y prop int | Intern economía | Legis laboral | Legis fiscal | Éxito extranjero | Redes sociales | Subv y ayudas pccas | Infraestructura | Crisis e impacto mercado laboral | Apoyo inst publ | Apoyo inst priv | Apoyo amb ram | Ser propio jefe | Independencia prof y lab | Fuente adicional ingresos | Idea personal | Motivación cultural o univ | Necesidad estatales | Ayudas estatales | Orquillo familiares y amigos | Por CV |
|----------------|-------------------------------|-----------------|---------------|--------------|------------------|----------------|---------------------|-----------------|----------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|--------------------------|---------------------------|---------------|----------------------------|---------------------|------------------|------------------------------|--------|
| 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 8 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 7 | 6 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 6 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 6 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 5 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 7 | 8 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 9 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 4 | 6 | 8 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 10 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 8 | 6 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 11 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 | 10 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 | 6 | 7 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 13 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 | 4 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 14 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 8 | 6 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 15 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 3 | 5 | 7 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 16 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 6 | 6 | 9 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 17 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 7 | 10 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 18 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 19 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 20 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 | 6 | 10 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 21 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 4 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 22 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 | 6 | 9 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 23 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 6 | 8 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 24 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 8 | 5 | 8 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 25 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 5 | 6 | 6 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 26 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 6 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 27 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 7 | 6 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 28 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 9 | 10 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 29 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 8 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 31 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 32 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 33 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 7 | 7 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 34 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 5 | 7 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 35 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 36 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 37 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 8 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 38 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 5 | 8 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 39 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 7 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 40 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 7 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 41 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 9 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 42 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 43 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 4 | 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 44 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 6 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 45 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 6 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 46 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 | 9 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 47 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 6 | 8 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 48 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 7 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 49 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 | 6 | 7 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 50 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 6 | 8 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 51 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 8 | 8 | 7 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 52 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 5 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 53 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 7 | 5 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 54 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 55 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 8 | 8 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 56 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 10 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 57 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 58 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 8 | 8 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| Nº observación | Edad: | | | Edad: +66 | Estudios superiores | Emprender/ Gran empresa | Plantear propio negocio | Lievado a cabo | Negoc empresario sinónimos | Microempresa startup sinón | start-up escalables | start-up tecnología | start-up s XXI | Cambio ment: si | Cambio ment: no | Más apoyo | | | | Cambio cultural español | Medidas Gov y SS | Globalización |
|----------------|-------|-------|-------|-----------|---------------------|-------------------------|-------------------------|----------------|----------------------------|----------------------------|---------------------|---------------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------|-------------------------|------------------|---------------|
| | 18-25 | 26-35 | 36-50 | | | | | | | | | | | | | Más apoyo universitario | Más apoyo ent financieras | Métodos alt financiación | Más apoyo Gov y SS | | | |
| 59 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 60 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 61 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 62 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 63 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 64 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 65 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 66 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 67 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 68 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 69 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 70 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 71 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 72 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 73 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 74 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 75 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 76 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 77 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 78 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 79 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 80 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 81 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 82 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 83 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 84 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 85 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 86 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 87 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 88 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 89 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 90 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 91 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 92 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 93 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 94 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 95 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 96 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 97 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 98 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 99 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 100 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 101 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 102 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 103 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 104 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 105 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 106 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 107 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 108 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 109 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 110 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 111 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 112 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 113 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 114 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 115 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 116 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| N° observación | Nuevas tecnologías y prop.int | Intern economía | Legis laboral | Legis fiscal | Éxito extranjero | Redes sociales | Suby y ayudas pzas | Infraestructura | Crisis e impacto mercado laboral | Apoyo inst públ | Apoyo inst priv | Apoyo amb fam | Ser propio jefe | Independencia prof y lab | Fuente adicional ingresos | Idea personal | Motivación cultural o univ | Necesidad estatales | Ayudas estatales | Orgullo familiares y amigos | Por CV |
|----------------|-------------------------------|-----------------|---------------|--------------|------------------|----------------|--------------------|-----------------|----------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|--------------------------|---------------------------|---------------|----------------------------|---------------------|------------------|-----------------------------|--------|
| 59 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 60 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 6 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 61 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 62 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 7 | 4 | 5 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 63 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 7 | 7 | 9 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 64 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 6 | 9 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 65 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 7 | 8 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 66 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 6 | 7 | 8 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 67 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 | 3 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 68 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 6 | 5 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 69 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 70 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 71 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 72 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 73 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 7 | 6 | 8 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 74 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 | 6 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 75 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 76 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 77 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 8 | 8 | 6 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 78 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 6 | 4 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 79 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 8 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 80 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 5 | 7 | 7 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 81 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 8 | 8 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 82 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 | 7 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 83 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 6 | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 84 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 7 | 7 | 6 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 85 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 7 | 3 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 86 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 5 | 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 87 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 7 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 88 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 6 | 9 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 89 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 4 | 6 | 7 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 90 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 7 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 91 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 92 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 | 7 | 8 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 93 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 8 | 7 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 94 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 | 6 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 95 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 | 6 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 96 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 7 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 97 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 7 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 98 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 5 | 5 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 99 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 4 | 7 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 100 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 5 | 7 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 101 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 3 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 102 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 6 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 103 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 104 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 4 | 7 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 105 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 5 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 106 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 107 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 7 | 5 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 108 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 6 | 6 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 109 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 110 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 111 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 8 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 112 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 4 | 6 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 113 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 10 | 5 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 114 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 7 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 115 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 116 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 | 8 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |