



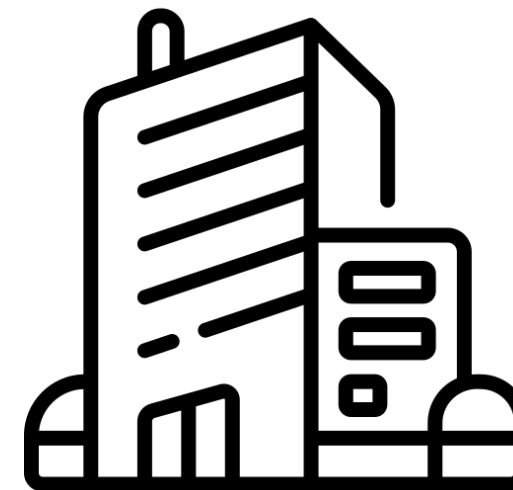
# Plan para la promoción y mejora de la imagen del empresariado

**CEOE  
CEPYME**  
Cantabria

15 de noviembre, 2023

 **Idea Gestión**  
INVESTIGACIÓN Y OFICINA DE PROYECTO

<b>1</b>	Presentación.....	3
<b>2</b>	Metodología.....	5
<b>3</b>	Diagnóstico.....	9
	<b>3.1.</b> Ciudadanía.....	10
	<b>3.2.</b> Empresariado.....	15
	<b>3.3.</b> Comparativa.....	19
	<b>3.4.</b> Informantes clave.....	27
<b>4</b>	Plan de acción.....	33



# 1. Presentación



**La Comisión de Fomento de las Vocaciones Empresariales**, creada desde **CEOE España**, tiene como objetivo *visibilizar la importancia de los empresarios/as y las empresas como vía para el fomento de las vocaciones empresariales y para el desarrollo económico y social de España.*

En un contexto en el que la figura del empresario/a está siendo objeto de difamación por parte de determinados agentes sociales y políticos, la **Junta Directiva de CEOE Cepyme Cantabria promueve esta iniciativa**, con la que pretende **visibilizar la importancia del empresario/a y la empresa como motor económico y social.**

**Idea Gestión es la empresa contratada para articularlo.**

## 2. Metodología

<b>FICHA TÉCNICA ENCUESTA CIUDADANÍA</b>	
<b>Universo</b>	Población mayor de edad.
<b>Ámbito territorial</b>	Cantabria.
<b>Ámbito temporal</b>	Del 3 al 18 de julio de 2023.
<b>Tamaño muestral</b>	1200 personas. Para un nivel de confianza del 95% y máxima indeterminación, el error muestral máximo es de $\pm 2,83\%$ .
<b>Método de muestreo</b>	Proporcional por sexo, edad y tamaño del municipio.
<b>Técnica de investigación</b>	Cuestionario semiestructurado que se realizará a través de dos canales: <ul style="list-style-type: none"><li>- Sistema RAPI (Robot Assisted Phone Interviewing) a través de voicebot de inteligencia artificial a los integrantes de la muestra mayores de 29 años.</li><li>- Encuesta personal a los integrantes de la muestra menores de 30 años.</li></ul>

<b>FICHA TÉCNICA ENCUESTA EMPRESARIADO</b>	
<b>Universo</b>	Empresas de Cantabria.
<b>Ámbito territorial</b>	Cantabria.
<b>Ámbito temporal</b>	Del 11 de julio al 11 de agosto de 2023.
<b>Tamaño muestral</b>	260 empresas. Para un nivel de confianza del 95% el error muestral máximo es de $\pm 6\%$ .
<b>Técnica de investigación</b>	Cuestionario semiestructurado realizado a través de herramienta online.

<b>FICHA TÉCNICA GRUPOS DE DISCUSIÓN Y ENTREVISTAS</b>	
<b>Público objetivo</b>	Miembros del Comité Ejecutivo y Junta Directiva de CEOE- Cepyme Cantabria. Personas relevantes en el ámbito socioeconómico de la región.
<b>Ámbito temporal</b>	Los grupos tuvieron lugar los días 11, 13, 18 y 21 de julio de 2023 en la sede de CEOE-Cepyme. Las entrevistas a informantes clave se realizaron los días 1 de agosto y 11 y 12 de septiembre.
<b>Desarrollo</b>	Participación abierta con soporte visual de los temas.
<b>Técnica</b>	Focus group moderado a partir de cuatro áreas de debate. Duración: 60 minutos. Entrevista a informantes clave con preguntas en torno a estas áreas. Duración: 45 minutos.



### **3. Diagnóstico de situación:** una aproximación a la imagen del empresariado en Cantabria

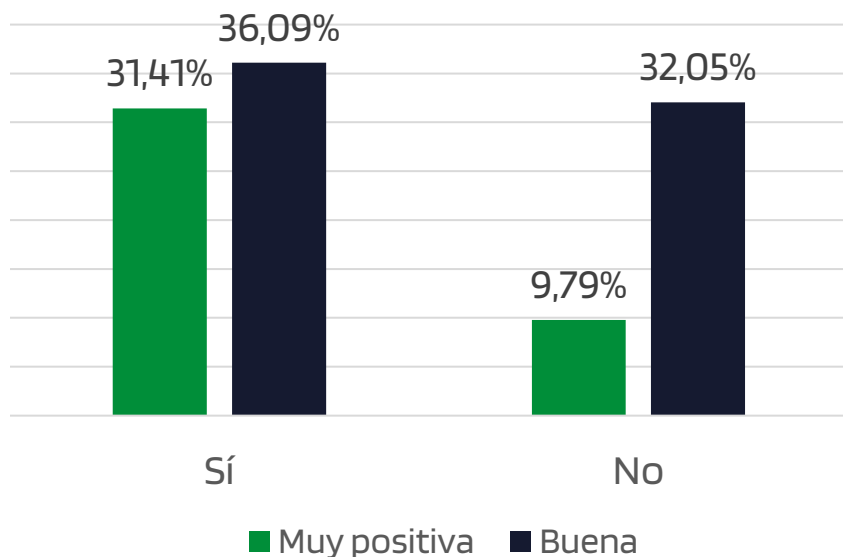
## 3.1. Resultados ciudadanía

## 3.1. Resultados ciudadanía – valoración general

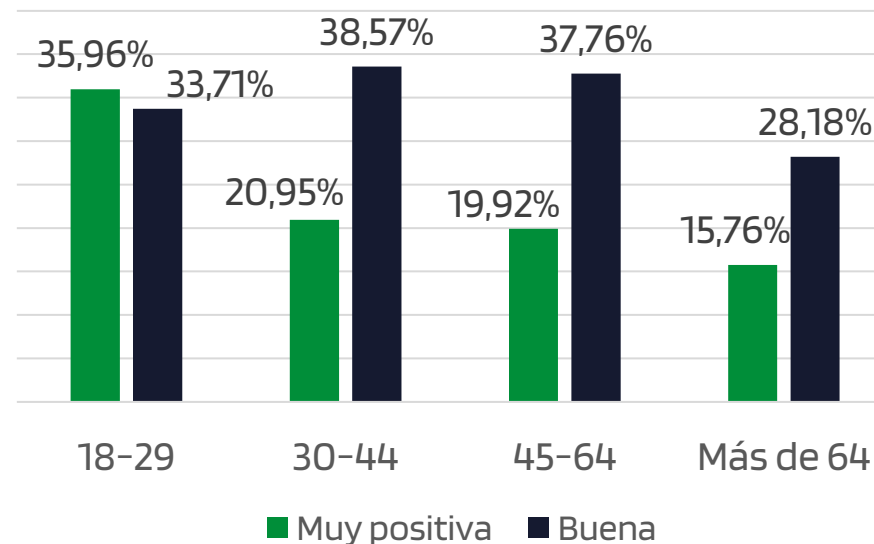


El **56%** de los cántabros valora de forma positiva o muy positiva al empresariado.

Entre aquellos que tienen un empresario en su entorno cercano, la valoración positiva o muy positiva asciende al 67,5%.



Para los jóvenes, la valoración positiva o muy positiva asciende al 69,6%. Mientras que para los mayores de 64 solamente alcanza el 43,9%.



## 3.1. Resultados ciudadanía – cualidades y referencias

### 'Los empresarios/as son modelos a seguir' (Valoración de 0 a 10)

6,5	
No tiene un empresario/a en su entorno cercano	Tiene un empresario/a en su entorno cercano
5,82	6,90

### 'Los empresarios/as son ejemplos de éxito y superación, que pueden ayudar a otros a emprender' (Valoración de 0 a 10)

7	
No tiene un empresario/a en su entorno cercano	Tiene un empresario/a en su entorno cercano
6,53	7,45



La ciudadanía considera que **'Tratar bien a los trabajadores' es la principal cualidad** que deben tener los empresarios/as, seguida de 'liderazgo' y 'empatía'.

## 3.1. Resultados ciudadanía – papel del empresariado

1

El **72,5%** de la ciudadanía opina que los **empresarios/as tienen mucha influencia en la economía y la sociedad.**

2

El **74%** de los encuestados opina que el empresariado tiene **mucha o algo de influencia en la política regional.** Los jóvenes son especialmente partidarios de esta opinión.

3

El **62,9%** de los ciudadanos/as considera que la **clase política no reconoce suficiente la labor de los empresarios/as.**

El  
empresariado  
en Cantabria

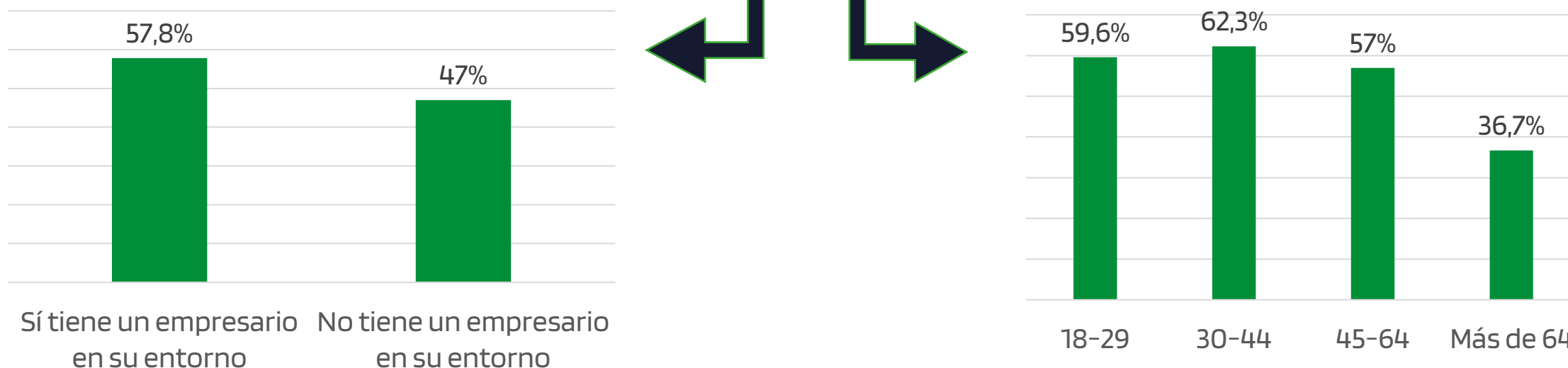
4

El **65,7%** de la ciudadanía opina que los **medios de comunicación no valoran justamente a los empresarios/as.**

## 3.1. Resultados ciudadanía – empresa en Cantabria



El **52,8%** opina que es **más difícil crear empresas en Cantabria** que en otras regiones. Esta afirmación aumenta en los grupos de edad más jóvenes y en quienes tienen un empresario en su entorno.



## **3.2. Resultados empresariado**

## 3.2. Resultados empresariado – valoración percibida



El empresariado percibe un nivel de **confianza de la ciudadanía** de **5,4** sobre 10.

<b>Microempresas</b>	5,5
<b>Pequeñas</b>	5,7
<b>Medianas</b>	5
<b>Grandes</b>	4,8



Asimismo, puntúa con un **4,3** el grado de **valoración que perciben por parte de los ciudadanos/as del riesgo y el esfuerzo realizado.**

<b>Microempresas</b>	4,4
<b>Pequeñas</b>	4,5
<b>Medianas</b>	4
<b>Grandes</b>	4,2

Las microempresas y pequeñas empresas son las que perciben un mayor nivel de confianza y reconocimiento del esfuerzo que realizan.



## 3.2. Resultados empresariado – autovaloración



El **93,2%** de los empresarios/as considera que **aportan mucho valor al territorio** donde desarrollan su actividad.

	Mucho	Algo	Poco
<b>Microempresas</b>	90,24%	8,54%	1,22%
<b>Pequeñas</b>	97,73%	2,27%	0%
<b>Medianas</b>	95,83%	4,17%	0%
<b>Grandes</b>	100%	0%	0%



**'Honestidad'** es la **cualidad más importante** que debe tener un empresario/a, seguida de la 'creación de empleo' y la 'confianza'.

## 3.2. Resultados empresariado – papel del empresariado

1

En una escala de 0 a 10 han puntuado **3,7** al grado de **colaboración que perciben de las administraciones públicas**.

3

El **55%** de los empresarios/as considera que **no reciben suficiente apoyo por parte de la clase política**. Cabe destacar que la opción 'se recibe mucho apoyo por parte de la clase política' no ha obtenido respuestas.

El  
empresariado  
en Cantabria

2

El **44%** de empresarios/as considera que **influyen algo o mucho en la política regional**, el mismo porcentaje de quienes creen que influyen poco.

4

El **86,4%** opina que los **medios de comunicación no les valoran justamente**.

### 3.3. Comparativa: diferencias y similitudes

### Valoración general

#### Ciudadanía

En una escala de 0 a 10 –siendo 0 nada y 10 totalmente- ¿Cómo valoraría a los empresarios/as?

7

#### Empresariado

Valore del 0 al 10 ¿Cuál cree usted que es el grado de confianza de la sociedad sobre la figura del empresario/a?

5,4

En una escala de 0 a 10 los **ciudadanos han otorgado a los empresarios un 7**. Mientras los **empresarios/as consideraron que la ciudadanía les valoraría en un 5,4**.

#### Ciudadanía

¿Cuál es la principal cualidad que debería tener un empresario/a?

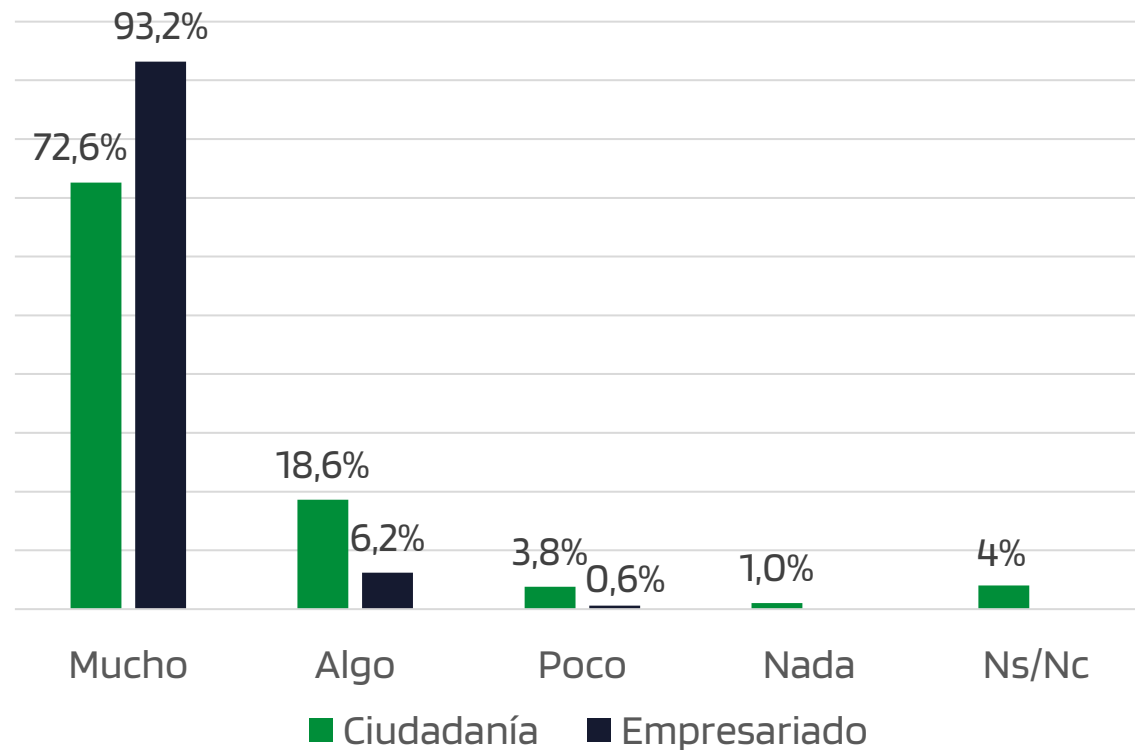
Determinación  
Dar salarios justos  
Innovador Responsable  
Honestidad Competente  
al trabajador Compromiso  
**Tratar bien**  
al trabajador  
Liderazgo Humildad Ambición  
Atención al cliente Valentía Empatía  
Trabajador

#### Empresariado

¿Cuál cree usted que debería ser la principal característica de un buen empresario/a?

Liderazgo  
Responsabilidad  
Transparencia  
**Crear empleo**  
**Honestidad**  
Buena gestión  
Confianza  
Visión Iniciativa

#### Aportación del empresariado a la sociedad en términos de valor e influencia

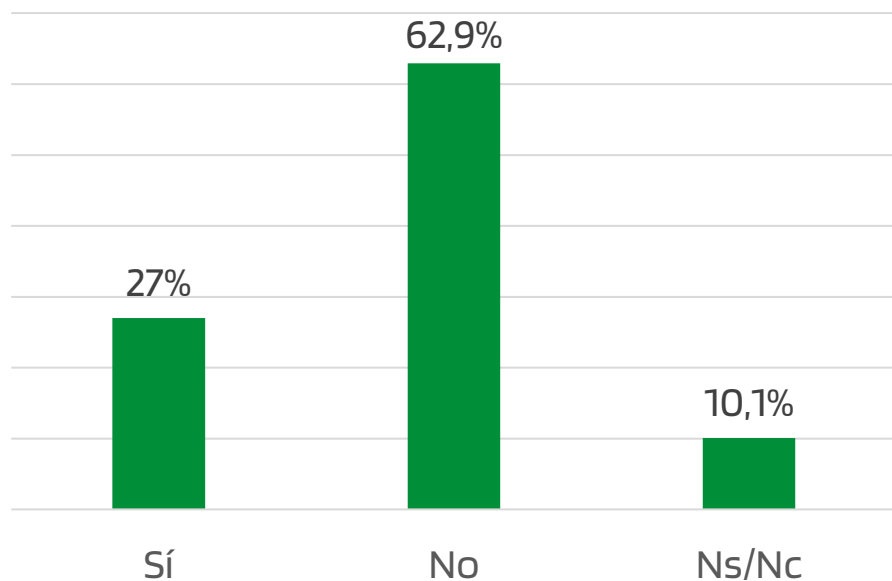


El **72,8%** de los ciudadanos/as opina que los empresarios/as aportan mucho valor a la sociedad.

Este porcentaje es sensiblemente inferior al **93,2% del empresariado que opina que aportan mucho.**

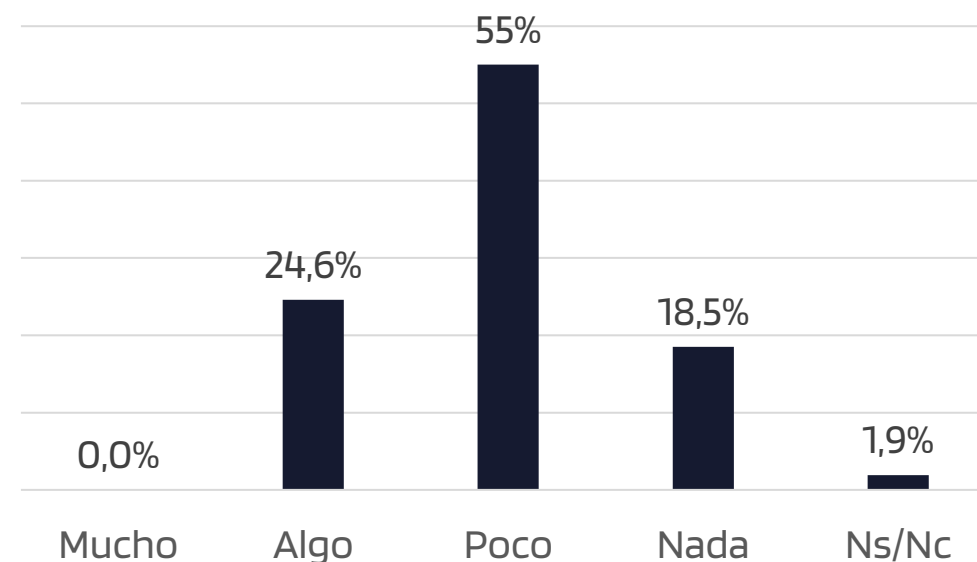
### 3.3. Comparativa

#### Ciudadanía



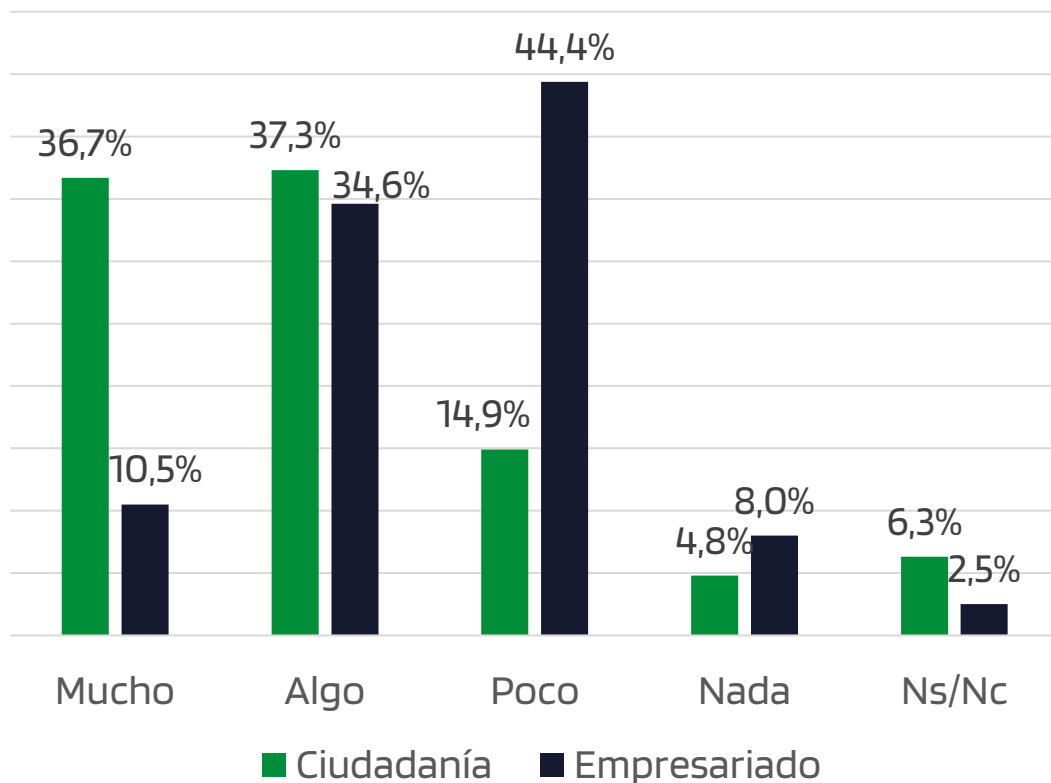
#### Apoyo de la clase política

#### Empresariado



Un **62,9%** de la ciudadanía opina que la clase política no apoya lo suficiente a los empresarios/as. Los empresarios/as están de acuerdo en que reciben poco apoyo, un **73,5%** opina que reciben poco o nada de apoyo. Es significativo que ningún empresario/a perciba mucho apoyo.

#### Influencia de los empresarios/as en la política regional

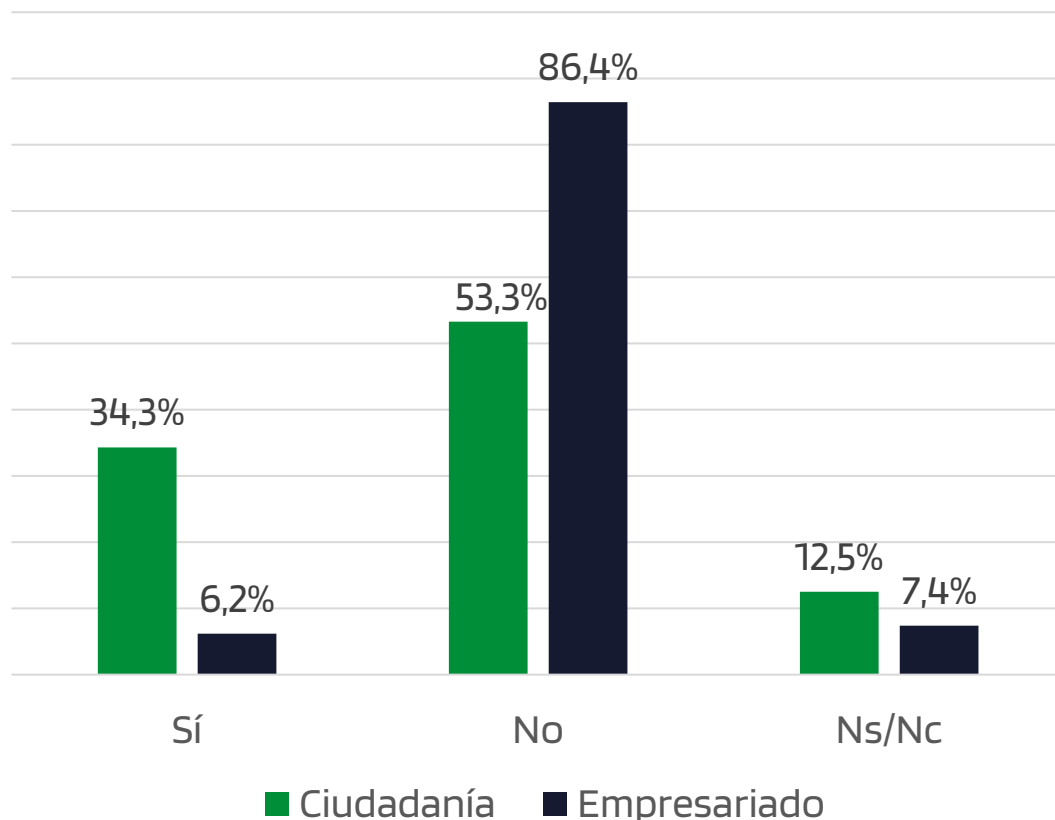


El **36,7% de los ciudadanos** opinan que los empresarios/as tienen **mucha influencia en la política regional**.

Sin embargo, la mayoría del **empresariado** –el **44%**– cree que **influyen poco**.



#### Valoración de los medios de comunicación



Tanto la ciudadanía como el empresariado está de acuerdo en que los medios de comunicación no valoran justamente el papel de los empresarios/as. El **53,3% de los ciudadanos/as considera que los medios hacen una valoración injusta**, frente al **86,4% de los empresarios/as**.

### Algunas conclusiones:

- Los **ciudadanos** que mejor valoran a los empresarios y que identifican mayor dificultad para crear empresas en Cantabria son los más jóvenes y los que tienen a algún empresario cercano.
- Con un notable califica la sociedad cántabra el ejemplo de éxito y superación de los empresarios.
- Casi tres cuartas partes cree que los empresarios tienen gran influencia en la economía y en la política.
- Los **empresarios** consideran que la sociedad valora insuficientemente su riesgo y esfuerzo.
- Califican también como insuficiente la colaboración que perciben de la Administración.
- **Ciudadanos** y **empresarios** creen mayoritariamente que la clase política no apoya a la empresa.
- También consideran que los medios de comunicación no valoran a la empresa, si bien en este caso la opinión de los empresarios es mayoritariamente negativa.

## 3.4. Informantes clave: Entrevistas y grupos de trabajo

### Contexto y motivación

**Falta de cultura empresarial:** se percibe una sociedad lejana al significado de lo que supone ser empresario/a.



**Polarización política e ideológica:** radicalización ideológica. Posición que considera que 'lo público' debe predominar sobre 'lo privado'.



**Visión simplificada de los beneficios empresariales y comunicación sesgada:** construcción de relatos interesados.



**Búsqueda de culpables:** los empresarios/as suelen ser el 'blanco' fácil, etiquetados ideológicamente como enemigos.

### Contexto y motivación (II)

#### **El papel de los medios de comunicación:**

tienen un importante papel en la formación de opiniones sociales. En términos generales no se perciben como aliados.



**Fenómeno multicausal:** los motivos de esta percepción son multicausales. Entre ellas también destacan una crisis de valores, polarización social, el sistema educativo y la promoción de valores públicos por encima de los privados.



#### **Existencia de malas conductas en el**

**empresariado:** reconocen casos individuales de mala conducta empresarial. Es crucial distinguir entre críticas legítimas y aquellas opiniones creadas artificialmente para cumplir objetivos políticos.

### Entorno y objetivos



**Origen y entorno político:** se identifica principalmente a la izquierda más radical como principal origen de las críticas. Su capacidad para hacerse oír es desproporcionadamente alta.



**Discurso centrado en lo negativo:** las menciones suelen despersonalizar el esfuerzo, minimizando la contribución individual de los empresarios/as. Se percibe una tendencia de menor repercusión de las buenas noticias.



**Estrategia política:** las críticas podrían usarse para desviar la atención de errores o fallos de ciertos grupos políticos que, al no lograr solucionar problemas de ámbito económico, buscan un 'chivo expiatorio.'



**Reacción a desequilibrios sociales:** 'El clima de frustración social es un ingrediente clave para que esta estrategia sea exitosa.'

### Sentimiento y reacción



**Creación de un estereotipo irreal:** 'Se genera una imagen del empresario/a que no tiene nada que ver con la realidad, es desconocimiento; sin embargo, los empresarios/as no hacemos lo suficiente para evitarlo'.



**Nuevo contexto social:** las demandas y expectativas de la sociedad hacia las empresas han aumentado.



**Deficiente reacción empresarial:** 'Históricamente, el sector empresarial no ha ejercido una defensa con energía. Esto se complica dado que la función principal del empresario/a no es involucrarse en batallas políticas, sino más bien navegar a través de ellas.'

### Herramientas para potenciar la figura del empresariado



'Humanizar' al empresariado y mostrar la diversidad en la realidad de la empresa



Dar visibilidad a la versión empresarial y social



Promoción de la cultura y la educación hacia la empresa



Mejora de los canales de comunicación política e institucional



Estrategia conjunta con CEOE España



### Objetivo general:

**Poner en valor** la actividad empresarial y **mejorar la percepción social del empresariado.**

### Objetivos específicos:

- a) Mejorar la **valoración de la sociedad** sobre el empresariado.
- b) Potenciar la **autoestima** del empresariado.
- c) Destacar la **contribución social y económica** que realiza el empresariado.
- d) Fomentar nuevas **vocaciones empresariales** y un ambiente propicio para la **inversión**.
- e) Potenciar el **liderazgo de CEOE-Cepyme**.

**CEOE**  
**CEPYME**  
Cantabria

 **Idea Gestión**  
INVESTIGACIÓN Y OFICINA DE PROYECTO