

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2012 ARAGÓN

Realizan



Universidad
Zaragoza



Patrocinan



GOBIERNO
DE ARAGON

Departamento de Industria
e Innovación



EQUIPO REGIONAL

GEM-ARAGÓN

INSTITUCIÓN

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

MIEMBROS

Lucio Fuentelsaz Lamata
(Director GEM-Aragón)

Cristina Bernad Morcate

Elisabet Garrido Martínez

Jaime Gómez Villascuerna

Consuelo González Gil

Juan P. Maicas López

Raquel Orcos Sánchez

Raquel Ortega Lapiedra

Sergio Palomas Doña

PATROCINADORES

Gobierno de Aragón.

Departamento de Industria e
Innovación

Fundación Emprender en Aragón

Edita: Universidad de Zaragoza

Imprime: INO Reproducciones

RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2012

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	UCEIF-Cise	Federico Gutiérrez-Solana <i>(Director de Cise)</i>	UCEIF-Cise
	Fundación Xavier de Salas	Ricardo Hernández <i>(Director GEM-España)</i>	Red Española de Equipos Regionales GEM
	Red Española de Equipos Regionales GEM	Alicia Coduras <i>(Directora Técnica GEM-España)</i>	Santander
		Álvaro Sancho González <i>(Director de Comunicación y Desarrollo)</i>	Fundación Nebrija
		Red Española de Equipos Regionales GEM	Fundación Rafael del Pino
			Ministerio de Industria, Energía y Turismo
			Fundación Príncipe de Girona
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro <i>(Director GEM Andalucía)</i> Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata <i>(Director GEM-Aragón)</i>	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación
		Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino <i>(Directora GEM-Canarias)</i>	Gobierno de Canarias Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad
	Universidad de La Laguna	Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco Javier Martínez García <i>(Director GEM-Cantabria)</i> Ana Fernández Laviada <i>(Coordinadora)</i> Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Ana María Serrano Bedia Francisco M. Somohano Rodríguez	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans Unlversitat Autònoma de Barcelona	Yancy Vaillant <i>(Director GEM-Cataluña)</i> Carlos Gualarte <i>(Director GEM-Cataluña)</i> Esteban Lafuente Eduardo Gómez A. Rodrigo Olivares Contreras Marc Figuls Manoj Bayon	Diputació de Barcelona, Àrea de Desenvolupament Econòmic Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Ocupació
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno <i>(Director GEM Castilla La Mancha)</i> Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Fundación Horizonte XXII
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras <i>(Director GEM-C Valenciana)</i> Ignacio Mira Solves <i>(Dirección técnica)</i> Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera	Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA) Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas—Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (<i>Director GEM-Extremadura</i>) J. Carlos Díaz Casero (<i>Director Técnico</i>) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Antonio Fernández Portillo	Fundación Xavier de Salas, Gobierno de Extremadura, Universidad de Extremadura, CC. NN., Almaraz-Trillo, Avante Extremadura, Fundación Academia Europea de Yuste, Hoy Diario de Extremadura, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain, S.L., Palicrisa, Caja Rural de Extremadura, Urvicasa, Infostock, Imedexsa, Caja Duero, La Caixa, Gestyona, S.L., Grupo Ros Multimedia, Garrigues, Cofex, Cetiex, Diputación de Badajoz, Fundación Cáceres Capital, Fundación Cívica.
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape) Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas Sanz (<i>Directora GEM-Galicia</i>) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana Vázquez Eibes Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández Placeres Conde Suárez Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Nuria Calvo Babío Loreto Fernández Fernández	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape) Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (<i>Director GEM-Madrid</i>) Begoña Santos Urda (<i>Coordinadora</i>) Esperanza Valdés Lías (<i>Coordinadora</i>) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez Alicia Rubio Bañón (<i>Directores GEM-Murcia</i>) Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Universidades Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan Emprendemos Crecemos con Europa Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contín Pilart (<i>Director GEM Navarra</i>) Martín Larraza Kintana Victor Martín Sánchez	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
País Vasco	Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad, y Deusto Business School	Iñaki Peña (<i>Director GEM-País Vasco</i>) José L. González-Pernía Maribel Guerrero María Saiz	Eusko Ikaskuntza SPRI Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad del País Vasco	Jon Hoyos Saioa Arando David Urbano	
	Mondragón Unibertsitatea		
	Universitat Autònoma de Barcelona		
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende"	Iñaki Ortega Cachón (<i>Director GEM-Madrid Ciudad</i>) Esther Caurín Arribas (<i>Coordinadora</i>) Iván Soto San Andrés Isidro de Pablo López	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid
	Ayuntamiento de Madrid		
	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)	(<i>Director Técnico GEM-Madrid Ciudad</i>) Begoña Santos Urda (<i>Coordinadora</i>)	
	Universidad Autónoma de Madrid	Esperanza Valdés Lías (<i>coordinadora</i>) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (<i>Director Gerente</i>) Joaquín Vallés (<i>Dirección y Coordinación Técnica</i>)	Red Española de Equipos Regionales GEM Fundación Nebrija Fundación Rafael del Pino

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Catalunya



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM Madrid



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Presentación del proyecto GEM Aragón 2013	19
El proyecto GEM Aragón 2012	21
I. Introducción	21
II. Modelo teórico GEM	21
III. El proceso emprendedor según el proyecto GEM	23
IV. Metodología	25
V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2011-2012	27
 CAPÍTULO 1	
Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Aragón	31
1.1. Introducción	33
1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa	34
1.3. Evolución de la actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa	37
1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa	39
1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional 2012	43
1.6. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional GEM	46
1.7. Potencial emprendedor	52
 CAPÍTULO 2	
Tipos de comportamiento emprendedor	57
2.1. Introducción	59
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor	60
2.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional	61
2.4. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad	67
 CAPÍTULO 3	
Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor	69
3.1. Introducción	71
3.2. Registro empresarial	71

3.3. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras aragonesas	72
3.4. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras aragonesas	74
3.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas y empresas consolidadas	75
3.6. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	77
3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y en las consolidadas	80
3.8. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	81
3.9. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	83
3.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	84
3.11. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	86

CAPÍTULO 4

Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés	89
4.1. Introducción	91
4.2. Sexo	91
4.3. Edad	92
4.4. Nivel de estudios	93
4.5. Posesión de formación específica para emprender	93
4.6. Nivel de renta anual	94
4.7. Tamaño del hogar (hábitat)	96
4.8. Situación laboral	96
4.9. Origen	97
4.10. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2012	97

CAPÍTULO 5

La financiación del proceso emprendedor en Aragón	99
5.1. Introducción	101
5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una start up	101
5.3. El papel del inversor informal y del business angel en Aragón y en el entorno GEM	103
5.4. Distribución y perfil de los inversores privados en negocios ajenos	104

CAPÍTULO 6

Actividad emprendedora en función del género	109
6.1. Introducción	111
6.2. La actividad emprendedora femenina en Aragón en el contexto nacional e internacional	111
6.3. Características de la actividad emprendedora femenina en comparación con la masculina	114
6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora aragonesa	116
6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora	117
6.6. El estado del entorno para la actividad emprendedora femenina	120

CAPÍTULO 7

Actitudes, motivación y capacidad para emprender en la población aragonesa	123
7.1. Introducción	125
7.2. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón	126
7.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender	128
7.4. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	130
7.5. La opinión de los expertos GEM Aragón acerca de las actitudes frente al emprendimiento	134

CAPÍTULO 8

Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	137
8.1. Introducción	139
8.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	139
8.3. Situación de Aragón respecto a su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno	146

CAPÍTULO 9

Actividad emprendedora en las zonas rurales de Aragón	149
9.1. Introducción	151
9.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana	152

9.3. Principales indicadores del proceso emprendedor en el ámbito rural y en el urbano	153
9.4. Conclusiones	155

CAPÍTULO 10

El proceso emprendedor de los jóvenes	157
10.1. Introducción	159
10.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven	159
10.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón	160
10.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.....	162

CONCLUSIONES	165
--------------------	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento	23
0.2. El proceso emprendedor según el proyecto GEM	24
1.1. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2008-2012. Evolución ..	35
1.2. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2008-2012. Evolución (%)	38
1.3. Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2008-2012	39
1.4. Tasa de Actividades Abandonadas en Aragón y España. 2008-2012	40
1.5. Evolución de la Tasa de Actividades Consolidadas y Abandonadas, 2008-2012	41
1.6. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población entre 18 y 64 años	42
1.7. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas	43
1.8. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE	44
1.9. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2012 clasificados en función de su grupo económico	45
1.10. Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas	46
1.11. Actividad empresarial consolidada en la OCDE	47
1.12. Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2012, clasificados en función de su grupo económico	48
1.13. Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas	49
1.14. Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE	50
1.15. Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2012 clasificados en función de su grupo económico	51
1.16. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española	53
1.17. Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE	53
1.18. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2012 clasificados en función de su grupo económico	55
2.1. Motivación principal para las iniciativas emprendedoras	59

2.2.	Evolución de la distribución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación	61
2.3.	Motivos para emprender: comparación regiones españolas	61
2.4.	Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas	62
2.5.	Motivos para emprender: comparación OCDE	63
2.6.	Necesidad como motivo para emprender: comparación OCDE	63
2.7.	Motivos para emprender: comparación conjunto países GEM ..	65
2.8.	Necesidad como motivo para emprender: comparación conjunto países GEM	66
2.9.	Evolución de la distribución de las motivaciones que explican el aprovechamiento de una oportunidad para emprender	67
3.1.	Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2008-2012) ..	72
3.2.	Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2008-2012)	73
3.3.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal	76
3.4.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal	77
3.5.	Distribución de las empresas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista	78
3.6.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista	78
3.7.	Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con las regiones españolas	79
3.8.	Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con los países de la OCDE	79
3.9.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal	80
3.10.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal	81
3.11.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal	82
3.12.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal	82

3.13. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal	83
3.14. Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal	84
3.15. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal	85
3.16. Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal	86
3.17. Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal	87
3.18. Distribución de las empresas en fase consolidada según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal	87
5.1. Importancia del business angel: regiones españolas	103
5.2. Importancia del business angel: países OCDE	104
5.3. Distribución de la población total involucrada en inversión privada en negocio ajenos en función del tipo de inversor	105
5.4. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión	107
6.1. Actividad emprendedora incipiente (naciente y nueva) en función del género a nivel regional	112
6.2. Actividad emprendedora incipiente (naciente y nueva) en función del género en la OCDE	112
6.3. Ratio de actividad femenina sobre masculina a nivel regional ...	113
6.4. Ratio de actividad femenina sobre masculina en la OCDE	114
6.5. Posición de Aragón, frente al resto de comunidades autónomas y resto de la países de la UE, respecto al contexto en que se desarrolla el emprendimiento femenino en 2012 ...	122
7.1. Comparación regional del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región	126
7.2. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades (Aragón y países de la OCDE) ..	127
7.3. Percepción de los expertos en relación con la existencia de oportunidades para emprender a nivel nacional	132
7.4. Percepción de los expertos en relación con la existencia de oportunidades para emprender: países de la OCDE	132

7.5. Percepción de los expertos en relación con la existencia de conocimientos y habilidades a nivel nacional	132
7.6. Percepción de los expertos en relación con la existencia de conocimientos y habilidades países de la OCDE	133
7.7. Percepción de los expertos en relación con el apoyo social a la figura del emprendedor a nivel nacional	132
7.8. Percepción de los expertos en relación con el apoyo social a la figura del emprendedor países de la OCDE	132
8.1. Valoración de los expertos: factores del entorno	140
8.2. Posición de Aragón respecto a España y resto de los países GEM de su mismo grupo económico en cuanto al estado promedio de los factores del entorno valoradas por los expertos	147
9.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana	152
9.2. Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas	153
9.3. Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor	153
9.4. Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia	154
10.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven y adulta	160
10.2. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2008-2012)	161

ÍNDICE DE TABLAS

0.1. Distribución de los expertos por áreas de interés	25
0.2. Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón	26
0.3. Distribución de las entrevistas por sexo, edad, ámbito y provincia	27
1.1. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en Aragón, 2012	34
1.2. Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2012 ..	36
1.3. Estimación del número de emprendedores incipientes	36
1.4. Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2008-2012 en función de la fase en la que se hallan	38
1.5. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2012 y su comparación con el período 2008-2012	39
1.6. Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a Julio de 2012 y su comparación con el período 2008-2012	40
1.7. Estimación del número de emprendedores potenciales en 2012 y comparación con el período 2008-2012	52
2.1. Iniciativas emprendedoras según clase y motivación	60
3.1. Registro empresarial	72
3.2. Número de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas	74
4.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor	92
4.2. Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años)	92
4.3. Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (%)	92
4.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)	93
4.5. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)	94
4.6. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (%)	95
4.7. Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (media)	96
4.8. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor (%) ..	96
4.9. Origen según la fase del proceso emprendedor	97
4.10. Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2012	97

5.1.	Características y distribución del capital semilla en 2012	102
6.1.	Tipo de iniciativas en fase emprendedora en función del género	114
6.2.	Número de propietarios en función del género	115
6.3.	Número de empleados actual de las iniciativas emprendedoras masculinas y femeninas	115
6.4.	Número de empleados esperados en 5 años de las actividades emprendedoras masculinas y femeninas ..	116
6.5.	Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población aragonesa no empresaria de 18-64 años en función del género	119
6.6.	Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población aragonesa de empresarios en función del género	120
6.7.	Opinión media de los expertos aragoneses acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora	121
7.1.	Valoración media de los expertos acerca de un conjunto de afirmaciones sobre la existencia de oportunidades para emprender en Aragón	127
7.2.	Entorno social: la motivación para emprender en la población aragonesa (porcentaje de respuestas afirmativas, 2012)	128
7.3.	Evaluación media de expertos aragoneses sobre factores que influyen en la motivación para emprender	129
7.4.	Evaluación media de expertos aragoneses sobre la capacidad que tiene nuestra población para emprender	130
7.5.	Valoraciones de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales	135
8.1.	Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno	142
8.2.	Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón según la valoración de los expertos consultados	143
8.3.	Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora en Aragón, según la valoración de los expertos consultados ..	144
8.4.	Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor ...	145
8.5.	Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón	146
9.1.	Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2012)	151
10.1.	Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor	161
10.2.	Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2012	163

Presentación del Proyecto GEM Aragón 2012

Estimado lector:

El documento que tiene en sus manos recoge los resultados que se derivan del observatorio sobre la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma de Aragón correspondiente al año 2012 (GEM Aragón 2012). Se trata de un proyecto que constituye seguramente la monografía más completa que se elabora sobre este tema tanto en España, como en otros muchos países.

El proyecto GEM inicia su andadura en España en el año 2000, doce meses después de producirse su lanzamiento a nivel internacional. Con el paso del tiempo, el número de participantes en el mismo ha crecido de forma progresiva, de manera que en la edición de 2012 han aplicado su metodología un total de 67 países. Además, en estos últimos años han sido varias las naciones que, siguiendo el ejemplo pionero de España, han dado un paso más al recabar información detallada de sus diferentes regiones. España fue el primer país que, de forma complementaria al informe nacional, comienza a analizar individualmente la actividad emprendedora de las diferentes comunidades autónomas. Este esfuerzo ha sido reconocido por el propio consorcio GEM en la reunión anual celebrada en Boston en enero de 2012, al conceder a nuestro país un "Premio Especial" por su ejemplar participación en el proyecto y por encabezar un modelo que está siendo adoptado por otros países. El principal resultado material de dicho modelo es que, en los últimos años, la mayoría de las comunidades autónomas ha venido elaborando su propio informe regional. Más concretamente, en el ejercicio 2012 han participado, además de Aragón, las comunidades de Andalucía, Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra y País Vasco, así como la ciudad de Madrid. En consecuencia, se trata de un excelente observatorio para evaluar la actividad emprendedora, tanto en Aragón como en el resto del país. Además, la homogeneidad en la metodología empleada permite comparar la posición de Aragón con la del resto de comunidades autónomas, así como con los diferentes países que forman parte de esta iniciativa.

La temática analizada en el GEM, así como su propio carácter, lo convierten en un proyecto emprendedor en sí mismo, en la medida en que permite medir y caracterizar la actividad emprendedora en los aproximadamente 50 países que participan con regularidad y los más de 80 que han aplicado su metodología en alguna ocasión. En este sentido, conviene destacar la vocación del informe por introducir innovaciones permanentemente. Así, en el ejercicio 2008 se recabó por primera vez información encaminada a analizar la implantación y aprovechamiento de las enseñanzas específicas relacionadas con la acción de emprender, mientras que en 2009 el énfasis se puso en el emprendimiento de ca-

rácter social. La edición de 2011 introdujo el análisis del intraemprendimiento, o emprendimiento llevado a cabo dentro de las propias empresas, así como del emprendimiento en el ámbito rural, mientras que en 2012 se dedica un capítulo específico al emprendimiento juvenil.

Un informe de estas características resulta de especial relevancia en un contexto de crisis económica como el actual, en el que el emprendimiento puede ser una de las vías que permita impulsar la actividad económica y, en consecuencia, superar la crisis en la que estamos inmersos. En este sentido, los datos que se derivan del observatorio GEM, junto con otras iniciativas de carácter complementario, permitirán disponer de mejor información y formular algunas recomendaciones que faciliten la vuelta a la senda de la recuperación.

En todo caso, una correcta interpretación de la información contenida en este informe debe tener en cuenta un aspecto fundamental: los resultados que aparecen en esta memoria no deben analizarse de forma aislada, sino que debe tenerse en cuenta en el contexto en el que se lleva a cabo el análisis. En este sentido, la información obtenida en un momento determinado del tiempo puede verse influida por factores coyunturales, por lo que resulta especialmente valioso un análisis longitudinal de los datos disponibles, ya que las tendencias mostradas por los mismos estarán menos expuestas a determinados acontecimientos puntuales. De ahí que los principales indicadores analizados se presentan, no sólo para el ejercicio 2012, sino también para los cinco años para los cuales se dispone de información.

Destacar, por último, el esfuerzo realizado por las diferentes comunidades autónomas en relación con el proyecto GEM, lo que ha conducido a que en 2012 se han realizado en España un total de 21.900 entrevistas. Esto hace que sea posible realizar comparaciones fiables entre los datos obtenidos en Aragón y los correspondientes a otras comunidades, lo que en último término podría permitir evaluar la eficacia de las medidas adoptadas por los gestores de las diferentes regiones. Por esto, es importante destacar que el éxito de este proyecto no hubiera sido posible sin el apoyo de las diferentes instituciones que han colaborado en su financiación. En el caso de Aragón, la Fundación Empezar en Aragón y el Departamento de Industria e Innovación del Gobierno de Aragón. Deseamos desde aquí mostrar nuestro agradecimiento a estas instituciones, que en un momento de especial dificultad como el actual han apostado fuerte por una iniciativa de estas características.

Equipo GEM Aragón

EL PROYECTO GEM ARAGON 2012

I. Introducción

Aragón se enfrenta de nuevo al reto de participar en la elaboración del informe sobre el estudio y análisis de la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma a partir de los datos proporcionados por el observatorio anual (más conocido como proyecto GEM).

GEM es un observatorio internacional de la actividad emprendedora que tiene periodicidad anual y que se desarrolla desde 1999 por universidades, institutos de investigación e instituciones de fomento a la creación de empresas de más de cincuenta países. Desde la puesta en marcha del observatorio GEM, auspiciado por la London Business School del Reino Unido y el Babson College de Estados Unidos, tanto la investigación como la propia figura del emprendedor han experimentado un notable impulso. La principal misión del observatorio GEM es la de proporcionar datos acerca de la medición de la tasa de actividad emprendedora de las naciones, regiones y ciudades participantes, así como una amplia descripción de sus características y su relación con el desarrollo económico. Uno de sus propósitos principales es también ofrecer un diagnóstico acerca del estado de las condiciones institucionales o del entorno para emprender, con el ánimo de poder evaluar la situación y que, en su caso, las políticas públicas que se desarrollen puedan ir encaminadas hacia su mejora. Las series temporales y las comparaciones entre distintos tipos de economías y trasfondos culturales son de gran valor para la comprensión y aprendizaje de los mecanismos que articulan el emprendimiento. En este sentido, el informe constituye un primer paso para poder observar la evolución de los principales parámetros relacionados con la creación de empresas en Aragón y su comparación con la situación nacional correspondiente.

El trabajo coordinado de los equipos regionales, entre ellos el de Aragón, y el equipo nacional recibió el reconocimiento del Consorcio GEM en 2012 a través de la concesión a España del premio al mejor equipo GEM del mundo por su trayectoria y aportaciones al proyecto, especialmente por su modelo de desarrollo en el que las Comunidades Autónomas y sus informes regionales desempeñan un papel fundamental.

II. El modelo teórico GEM

Bajo el principio de que la prosperidad de una economía depende en gran medida de su dinámica emprendedora, GEM aporta una medida armonizada, comparable y periódica tanto de las personas que emprenden como de las fases del emprendimiento y el contexto en el que desarrollan su actividad. En tal sentido, los cuatro principales objetivos del proyecto GEM pueden resumirse en los siguientes puntos:

La elaboración de un **índice de actividad emprendedora**, distinguiendo entre el desarrollo de iniciativas empresariales (iniciativas en fase embrionaria, entendidas como aquellas que se están poniendo en marcha y que aún no han pagado salarios ni generado beneficios) y las nuevas empresas (iniciativas que se hallan en fase de consolidación, con menos de 42 meses de actividad).

El **análisis de los indicadores relacionados con la actividad emprendedora** (nivel de inversión requerida, tipo de financiación empleada, motivo por el que se decide crear la empresa, sector de actividad, expectativas de retorno de la inversión, creación de empleo, etc.).

Determinación de un **perfil del emprendedor**, así como un análisis de los **factores** que caracterizan el entorno que le rodea. Por este motivo, se ofrece en primer lugar un análisis de las variables socio-demográficas que caracterizan a los individuos que protagonizan el fenómeno emprendedor en los distintos países o regiones. Además, se ofrece un análisis de las políticas e infraestructuras de cada Comunidad o país relacionadas con la creación de empresas, tales como su posicionamiento con respecto a las políticas de formación, el acceso a la financiación, la transferencia de tecnología y conocimiento, las normas sociales y culturales, las políticas y programas gubernamentales o el apoyo a la actividad emprendedora femenina, entre otros aspectos.

Incorporación de **variables que reflejan la preocupación política y social sobre determinados aspectos relacionados con la creación de empresas**, tales como la incidencia de la participación femenina y las minorías étnicas en el fenómeno emprendedor o la importancia de la actividad emprendedora en las zonas rurales. Las encuestas a la población adulta y a los expertos de cada país, que se utilizan como principal fuente de información del proyecto, se renuevan parcialmente todos los años y siempre se preparan para recoger evidencias sobre los temas más actuales relacionados con la creación empresarial.

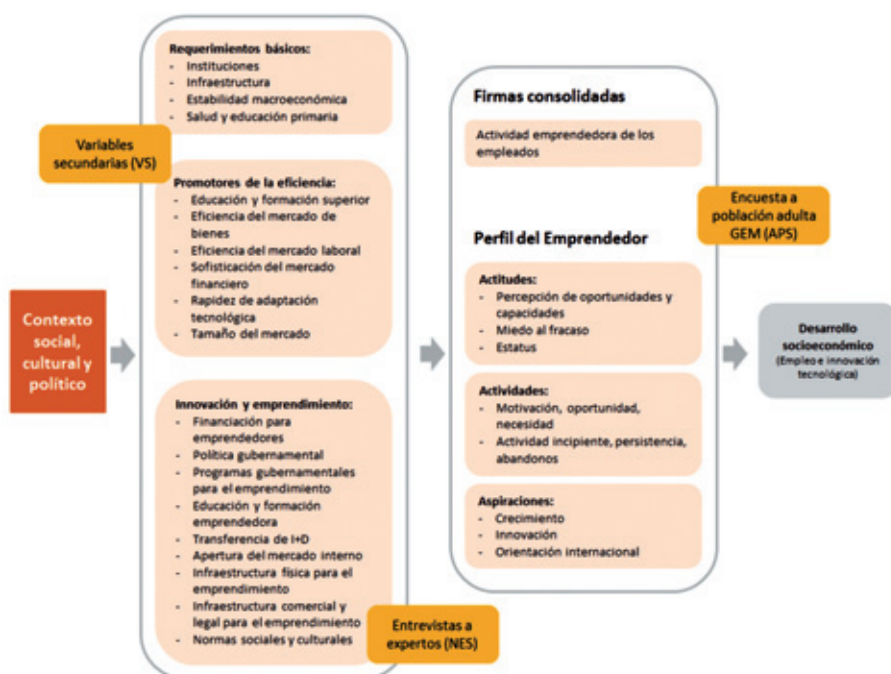
Con el fin de cumplir con los anteriores objetivos de información, el observatorio GEM desarrolla su actividad en base a los fundamentos del modelo teórico que se representa en la Figura 0.1, en el que el contexto cultural, político y social se relaciona con el efecto que tiene en el emprendimiento. La figura incluye los grupos de factores que determinan el estatus de desarrollo y competitividad de los países participantes según *The Global Competitiveness Report 2012-2013*¹. El primer grupo incluye a aquellas naciones menos desarrolladas y que basan su economía en los recursos productivos (y que reciben la denominación de economías impulsadas por los factores), mientras que las que han completado el ciclo de los requerimientos básicos se hallan inmersas en el segundo estadio (economías impulsadas por la eficiencia), en el que el impulso económico se logra a través de una mayor oferta y acceso a la educación y formación superior, una mayor eficiencia de los mercados de bienes y trabajo, una

¹ Schwab, Klaus (2012). *The Global Competitiveness Report 2012-2013*. Geneva: World Economic Forum.

s sofisticación del mercado financiero y la rapidez de adaptación tecnológica, adecuando las variables económicas al tamaño del mercado. Los países desarrollados son los que han completado o están próximos a completar los ciclos de desarrollo de los requerimientos básicos y de los promotores de eficiencia y basan el avance de sus economías en la innovación y emprendimiento de calidad (economías impulsadas por la innovación). Como se observará en capítulos posteriores de este informe, esta clasificación de las distintas economías según su motor de desarrollo ayudará a comprender mejor y relativizar las tasas de actividad emprendedora que se producen dentro de las mismas.

Figura 0.1.

Contexto institucional y relación con el emprendimiento



Fuente: GEM Global Report, 2011

III. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM

GEM entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la generación de una idea (emprendedor potencial), continúa con las acciones de su puesta en marcha (iniciativa naciente), se lanza al mercado (iniciativa nueva) y entra en una fase de consolidación cuando sobrevive más de tres años y medio (iniciativa consolidada). Otro destino posible es el abandono por parte del promotor o promotores, ya sea para traspasar la iniciativa a otras manos o para clausurarla. Este proceso se describe en el esquema de la Figura 0.2.

Figura 0.2.

El proceso emprendedor según el proyecto GEM



Fuente: Informe Nacional GEM 2012

En la conceptualización del modelo GEM, el aspecto al cual hay que prestar más atención de cara a la correcta interpretación de los resultados es el referente al de las nuevas iniciativas empresariales. Cuando se utiliza esta expresión es lógico pensar inmediatamente en el registro de empresas y en las nuevas altas que tienen lugar en el mismo anualmente. Sin embargo, la definición de las nuevas iniciativas empresariales en el seno del proyecto GEM no se corresponde con esta última concepción, sino más bien con el volumen de iniciativas que se captan en la población en un año determinado y que están en fase incipiente o de consolidación. El momento crítico entre que una iniciativa sea considerada emprendedora o consolidada se establece en 42 meses, tal y como muestra la Figura 0.2, donde se diferencian claramente las etapas del proceso emprendedor que se analizan en GEM.

Por consiguiente, téngase presente que el registro oficial de empresas, representado por el DIRCE en España, proporciona el número de altas habidas cada año, mientras que GEM informa del porcentaje de iniciativas de entre 0 y 42 meses de actividad captadas en la población de 18 a 64 años, conceptos y cifras que no son comparables de forma directa.

Los porcentajes que obtiene GEM en cada apartado, elevados a la población de referencia,² proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. Los Informes GEM siguen un camino complementario pero diferente al del registro oficial. Los resultados GEM muestran el grado de actividad emprendedora y su evolución, comparándola entre los países, regiones y ciudades participantes gracias al uso de una metodología común y en ello reside uno de los factores de mayor relevancia de este observatorio anual.

² GEM Aragón 2012 utiliza como única fuente de datos poblacionales de la Comunidad el INE.

IV. Metodología

El observatorio GEM se basa en tres fuentes fundamentales de información: variables secundarias, encuestas a expertos y, principalmente, encuesta a la población de 18 a 64 años. Las dos últimas fuentes, basadas en herramientas originales del Proyecto, son sometidas a rigurosos controles de calidad en cuanto a su traducción y trabajo de campo para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes son comparables.

- **Variables secundarias (VS)**, recopiladas en los organismos más prestigiosos en temas relacionados con la demografía, desarrollo económico, mercado laboral, innovación, competitividad y cuantas variables se consideran relevantes para establecer relaciones de causalidad y de otro tipo con las variables propias del proyecto. La recopilación trata siempre de buscar los datos más actualizados junto con las series temporales necesarias.
- **Encuesta a los expertos en el entorno para emprender (NES)**, sirve para valorar el estado de las principales variables que influyen en el proceso emprendedor y que pueden condicionar su magnitud y características. Cada región selecciona una muestra representativa de expertos en financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales. La encuesta se realiza entre los meses de mayo y junio. En el presente informe se utilizan las opiniones de 36 expertos. La Tabla 0.1 muestra la distribución de estos expertos entre las distintas áreas de interés identificadas.

Tabla 0.1.

Distribución de expertos por área de interés

Apoyo financiero	4
Políticas gubernamentales	4
Programas gubernamentales	4
Educación y formación emprendedora	5
Transferencia de I+D	4
Infraestructura comercial y profesional	5
Apertura del mercado interno	3
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	3
TOTAL	36

- **Encuesta a la población de 18-64 años de edad**, conocida como o APS. La encuesta contiene una amplia batería de preguntas diseñadas por GEM sobre la capacidad emprendedora de cada una de las zonas geográficas que participan en el proyecto. Dicha encuesta sirve para obtener los principales indicadores de actividad emprendedora y caracterizar la misma y se realiza en los meses de junio y julio.

En el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón se han realizado un total de 2.000 encuestas en la edición de 2012, con las características que se describen en la Tabla 0.2.

Tabla 0.2.

Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón

Universo	Población residente en Aragón de 18 a 64 años
Población objetivo	857.105 personas
Muestra	2.000 personas
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcionales a la población de la Comunidad Autónoma.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral a priori (+/-) (1)	$\pm 2,19\%$
Nivel de confianza	95,5%
Periodo encuestación	Junio-Julio 2012
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Codificación y base de datos	Instituto Opinòmetre

(1) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas. Hipótesis: $p=q=50\%$ o de máxima indeterminación.

Tabla 0.3.**Distribución de las entrevistas por sexo, edad, ámbito y provincia**

Provincia	Sexo		Edad					Ámbito		Total
	Hombres	Mujeres	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano	
Huesca	182	158	36	74	85	78	67	140	200	340
Teruel	111	104	16	45	51	56	47	126	89	215
Zaragoza	731	714	183	302	378	320	262	246	1199	1445
Total	1024	976	235	421	514	454	376	512	1488	2000

La información obtenida a través de las fuentes anteriores, complementarias entre sí, constituye la base para la elaboración de los resultados que se presentan en los distintos apartados de este informe GEM Aragón 2012, que recoge aspectos tales como la magnitud de las partes que integran el proceso emprendedor, el perfil del emprendedor, la motivación para emprender, las actitudes de la población ante el emprendimiento, las características de las iniciativas emprendedoras, la financiación del emprendimiento naciente, el emprendimiento rural y urbano, el emprendimiento corporativo y la comparación regional e internacional de la actividad emprendedora desarrollada en Aragón.

Además de toda la información anterior, que forma la base para la elaboración de este informe, el lector interesado puede hallar información complementaria en los informes regionales que publican anualmente los equipos regionales y el equipo nacional de la red GEM España (<http://www.gem-spain.com/>), así como en el informe global y en los de otras naciones que se hallan a disposición del público en la web del consorcio GEM: www.gemconsortium.org

V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2011-2012

En este apartado se resumen los indicadores más relevantes que se describen a lo largo del informe. Para facilitar la comparación e interpretación de estos indicadores, se recogen tanto los de Aragón como los del conjunto del país, y se muestran los de 2011 y 2012.

	Aragón		España	
TEA, tasa de iniciativas de hasta 42 meses sobre población 18-64 años	2012	2011	2012	2011
TEA total	4,6%	5,3%	5,7%	5,8%
Distribución del TEA, tomado como 100%	2012	2011	2012	2011
TEA por necesidad	29,2%	28,8%	25,6%	25,8%
TEA por oportunidad	69,6%	69,3%	72,3%	71,6%
TEA por otro motivo	1,2%	1,9%	2,1%	2,6%
TEA del sector extractivo	5,3%	7,8%	3,8%	5,5%
TEA del sector transformador	22,9%	31,4%	18,4%	18,2%
TEA del sector de servicios a empresas	19,3%	19,6%	25,7%	23,1%
TEA del sector orientado al consumo	52,5%	41,2%	52,2%	53,3%
TEA sin empleados	65,2%	64,4%	57,1%	70,7%
TEA de 1-5 empleados	25,6%	28,9%	36,4%	25,0%
TEA de 6-19 empleados	6,1%	4,4%	5,7%	3,3%
TEA de 20 y más empleados	3,1%	2,2%	0,8%	1,0%
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	8,9%	20,8%	19,2%	16,3%
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	13,6%	21,3%	13,5%	16,3%
TEA iniciativas que utilizan tecnología de menos de un año	4,5%	18,6%	12,5%	14,8%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	19,3%	29,5%	25,5%	18,7%
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	0,0%	1,7%	0,1%	0,3%
TEA iniciativas de emprendedores extranjeros	3,3%	7,9%	8,6%	11,0%
Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2012	2011	2012	2011
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	29,0%	30,6%	31,1%	28,7%
Percibe buenas oportunidades para emprender	15,6%	12,8%	13,9%	14,4%
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	50,4%	54,1%	50,4%	50,8%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	51,3%	51,8%	53,0%	51,8%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	11,6%	7,0%	12,0%	9,7%
Ha actuado como inversor informal o <i>Business Angel</i>	3,7%	3,9%	3,8%	3,6%

	Aragón		España	
Valoración media de expertos de las condiciones de entorno (entre 1 y 5)	2012	2011	2012	2011
Financiación para emprendedores	2,10	1,88	2,06	2,06
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	3,03	2,69	2,68	2,06
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,48	2,53	2,60	2,21
Programas gubernamentales	3,00	2,95	2,79	2,72
Educación y formación emprendedora en etapa escolar	1,81	1,85	1,53	1,56
Educación y formación emprendedora en etapa post escolar	2,66	2,87	2,34	2,34
Transferencia de I+D	2,69	2,55	2,34	2,13
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,09	2,66	3,05	2,58
Dinámica del mercado interno	2,68	2,65	2,79	2,69
Barreras de acceso al mercado interno (de menos a más favorable)	2,65	2,71	2,46	2,16
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,88	3,52	3,98	3,46
Normas sociales y culturales	2,64	2,51	2,35	2,21
Apoyo al emprendimiento femenino	3,25	3,02	3,13	3,01
Apoyo al emprendimiento con alto potencial de crecimiento	3,05	3,16	2,92	2,66
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	3,33	3,49	2,79	2,62
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,79	3,87	3,47	3,35
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	3,01	2,88	2,52	2,57

CAPÍTULO I

**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN**

1.1. Introducción

El objetivo fundamental del informe GEM consiste en analizar la propensión a la actividad emprendedora en una determinada región o zona geográfica. El primer capítulo del informe GEM Aragón 2012 está dedicado, precisamente, al estudio de esta dimensión en la Comunidad Autónoma. La evaluación de la actividad emprendedora es importante no sólo por la información que contiene en sí misma, sino también porque constituye el punto de partida para poder evaluar la situación de la Comunidad en el contexto de las regiones que nos rodean y, de forma más amplia, compararla con la actividad emprendedora que se desarrolla a nivel internacional. Esta información es particularmente relevante cuando la situamos en un horizonte temporal más amplio, por cuanto nos permite valorar la efectividad de las medidas encaminadas a la promoción del emprendimiento. En el difícil contexto por el que transita la economía de la Comunidad y del país en su conjunto, el estudio de dicha información es incluso más oportuna ya que la actividad emprendedora sobresale como una de las necesidades, no sólo para una salida estructurada de la crisis, sino también para sostener el crecimiento económico futuro.

En concreto, para acometer el estudio de la propensión a la actividad emprendedora, el capítulo da inicio presentando información sobre la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA si atendemos a sus siglas en inglés). Esta tasa se define como el porcentaje de población adulta que declara estar involucrada en una actividad emprendedora. A continuación, el TEA se descompone con arreglo a dos tipos de iniciativas. Las primeras identifican aquellas actividades de puesta en marcha de un negocio que no conllevan todavía ni el pago de salarios ni la obtención de beneficios. Por su parte, las segundas recogen el número de iniciativas que ya han pasado esa primera fase, con el consiguiente pago de salarios y obtención de beneficios, y que llevan en funcionamiento hasta 42 meses. Puesto que un porcentaje importante de las nuevas empresas desaparecen en las primeras etapas de su andadura, el informe también cuantifica los cierres que se producen y examina los motivos por los que tienen lugar. Finalmente, es preciso señalar que la disponibilidad de información sobre otras comunidades autónomas y otros países que forman parte del informe GEM permite que los datos que se ofrecen puedan ser comparados, de forma que la posición de Aragón es puesta en el contexto de la actividad emprendedora que se desarrolla a nivel nacional e internacional.

1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa

Una iniciativa emprendedora incipiente es todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida. El indicador más característico que se muestra en este informe es el anteriormente nombrado TEA. Más concretamente, el índice TEA se corresponde con el porcentaje de población adulta (edad comprendida entre los 18 y los 64 años) que se declara involucrada en una actividad emprendedora incipiente. Se trata, por tanto, de una medida general, pero bastante informativa, sobre la creación de empresas que ha tenido lugar en los últimos tres años y medio. Constituye, asimismo, el punto de partida en el que se apoyarán las valoraciones encaminadas a caracterizar la situación de la Comunidad en cuanto a la creación de empresas se refiere.

La Tabla 1.1 muestra los datos para el TEA en Aragón durante 2012. En particular, las cifras revelan que la tasa se situó en el 4,6%. Si descomponemos por tipo de iniciativa, observamos que aquellas denominadas representan más de la mitad de actividades emprendedoras, un 2,7%, mientras que las actividades nacientes son el 1,8%.

Tabla 1.1.

Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en Aragón, 2012

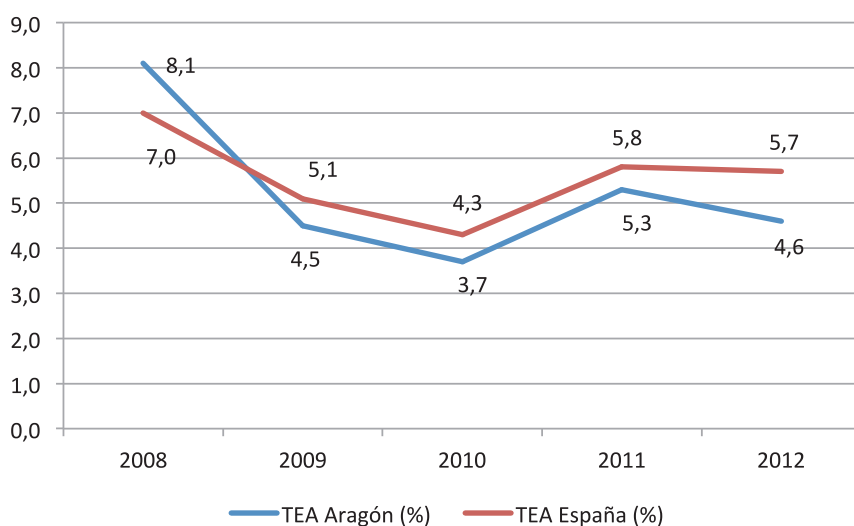
TEA ARAGÓN 2012 (porcentaje sobre la población entre 18 y 64 años) 4,6%	Porcentaje de iniciativas nacientes 1,8%
	Porcentaje de iniciativas nuevas 2,7%

Al disponer de una serie de datos en la Comunidad desde el año 2008 podemos situar la evolución del TEA en un contexto temporal más amplio. Es preciso señalar, en todo caso, que el lapso temporal para el que se dispone información ha estado caracterizado por una acusada recesión en la economía, lo que debería invitarnos a realizar cualquier tipo de interpretación de los resultados con cierta cautela. Así, de la observación de la Figura 1.1 se desprende que tras la disminución de la actividad emprendedora en 2009 y 2010, el año 2011 muestra, a pesar de la difícil coyuntura, un leve repunte de la actividad que no se mantiene en 2012, año en el que se produce de nuevo una ligera disminución en la tasa de emprendimiento. Varias son las razones que pueden justificar este comportamiento. Sin duda, el principal de estos motivos está relacionado con la difícil situación económica por la que atraviesa la Comunidad desde la segunda mitad de 2008. A partir de ese momento se produce una fuerte caída de los principales indicadores macroeconómi-

cos, con el consiguiente efecto en la actividad empresarial. Además, esta difícil coyuntura económica ha podido verse amplificada por dos factores. Por una parte, a finales de 2010 y comienzos de 2011 se produjo una leve recuperación de la actividad que llevó a pensar que la crisis estaba en vías de superación. Si tenemos en cuenta que la recopilación de los datos con los que se elaboró el informe GEM Aragón correspondiente al año 2011 tuvo lugar en los meses de junio y julio, este “anticipo de recuperación” pudo estimular la tasa de emprendimiento de ese año. Además, la celebración de la Expo 2008 en Zaragoza supuso un importante incremento de la tasa de creación de empresas en la Comunidad durante los años 2007 y comienzos de 2008. Dado que la metodología GEM establece que el cálculo del índice TEA tiene en cuenta el emprendimiento de los últimos tres años y medio, todas las empresas creadas en el bienio 2007-2008 dejan ahora de considerarse como incipientes, con la consiguiente reducción en el índice (que tendrá su contrapartida, como se observará en la sección 1.3 de este mismo capítulo, en el emprendimiento consolidado).

Figura 1.1.

Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2008-2012. Evolución



Tomando como sustento la información de la que dispone el informe, es posible obtener una estimación orientativa del número de iniciativas existentes en la Comunidad de Aragón en 2012. Así, teniendo en cuenta la población adulta a fecha 1 de enero (857.105), aplicando los porcentajes recogidos en la Tabla 1.1 y teniendo en cuenta el nivel de error habitual, en julio de 2012 había entre 12.599 y 18.942 actividades definidas como, y entre 18.625 y 28.001 actividades (Tabla 1.2). Si consideramos los dos tipos de forma conjunta, en la Comunidad Autónoma existían en el año 2012 en torno a 39.084 actividades incipientes (estimación puntual).

Tabla 1.2.

Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2012

Ejercicio	Tipo de iniciativas	Estimación puntual	Estimación por intervalo	
			Extremo inferior	Extremo superior
2012	Nacientes	15.771	12.599	18.942
	Nuevas	23.313	18.625	28.001
	TOTAL	39.084	31.224	46.944

Al igual que en ediciones anteriores, es importante advertir que no deben compararse directamente estas cifras con las del registro oficial que ofrece el DIRCE el 1 de enero de cada año ya que, además de las diferencias inherentes al periodo de recogida de información, existen otras consideraciones a tener en cuenta. En particular, el informe GEM mide la actividad emprendedora –concepto que difiere del registro anual empresarial, distinguiendo entre actividades que se estaban poniendo en marcha (*nacientes*) y actividades en fase de consolidación de hasta tres años y medio de vida (*nuevas*), incluyendo todos los sectores y el autoempleo. Por esta razón, los datos GEM pueden estar incluyendo iniciativas no registradas al cierre de la edición y actividades registradas en años anteriores, ya que se abarca un horizonte temporal diferente.

Si bien los datos de la Tabla 1.2 muestran el desglose de la actividad emprendedora en Aragón en cuanto al número de iniciativas *nacientes* y *nuevas*, el número de emprendedores involucrados en dichas fases debe tener en cuenta no sólo el número de iniciativas, sino también el número de propietarios de cada una de ellas.³ Combinando ambas dimensiones, la Tabla 1.3 proporciona los datos sobre emprendedores incipientes.

Tabla 1.3.

Estimación del número de emprendedores incipientes

	2012	2011	Variación
Emprendedores nacientes	31.463	36.613	-14,1%
Emprendedores nuevos	38.653	37.810	+2,2%
Total emprendedores incipientes	70.116	74.423	-5,8%

De acuerdo con la tabla anterior, en torno a 70.116 personas son propietarias en 2012 de una actividad con menos de 3 años y medio de antigüedad (un 5,8% menos que en 2011), de las cuales más de la mitad lo son de actividades *nuevas* y el resto de actividades *nacientes*. Si bien es cierto que, en términos absolutos, en 2012 se produce un descenso de los emprendedores con respecto al año anterior, al descomponer el emprendimiento en sus dos componentes los resultados son mixtos. Por

³ El número medio de propietarios por iniciativa es de 1,8. El capítulo 3, al analizar las características de las actividades que resultan del proceso emprendedor, ofrece estos detalles.

una parte, la importancia relativa de los emprendedores *nacientes* se ha reducido, mientras que la de los emprendedores *nuevos* ha aumentado ligeramente.⁴ En todo caso, el ligero descenso en el número de emprendedores incipientes en 2012 en relación a 2011 contrasta con el aumento que se había producido entre 2010 y 2011, donde se pasó de una cifra de 36.613 emprendedores a 54.424. En definitiva, el resultado de la actividad emprendedora para 2012 pone de manifiesto que la senda alcista que tuvo lugar entre 2010 y 2011 no se ha repetido en el año siguiente, aunque la caída en este último año ha sido mucho más suave que el aumento producido en 2011.

La actividad emprendedora aragonesa en 2012 se ha reducido con respecto a 2011. Así, el índice de actividad emprendedora ha pasado del 5,3% al 4,6%. En valores absolutos, esto ha supuesto una reducción de unas 5.000 iniciativas *nacientes*, pero un aumento de unas 1.000 iniciativas *nuevas*. Si aplicamos los porcentajes de personas por iniciativa que nos han guiado en el transcurso del epígrafe, el resultado de todo ello es que en Aragón hay en torno a 4.300 personas menos implicadas en actividades emprendedoras en 2012 de las que había en 2011.

La reducción en la tasa de actividad emprendedora se debe principalmente al descenso en actividades *nacientes*, ya que las que se encuentran en estos momentos en fase de consolidación han aumentado. En otras palabras, a mitad de 2012 se registra un menor número de iniciativas *nacientes*, pero las iniciativas *nuevas* apuntan hacia la consolidación.

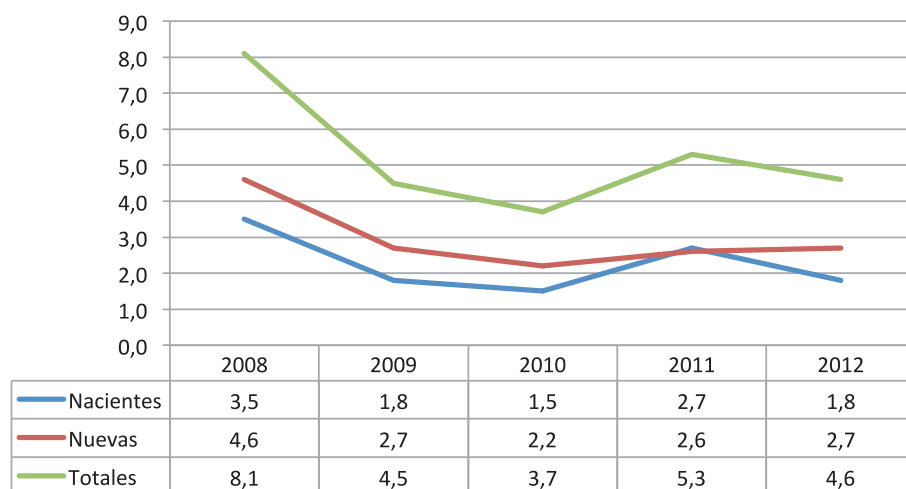
1.3. Evolución de la actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa

En este punto resulta necesario hacer un ejercicio retrospectivo y reconocer que los efectos derivados de la crisis actual comenzaron a sentirse en la Comunidad a lo largo de 2009, coincidiendo con la finalización de la Exposición Internacional de 2008. Ese año (por el 2009) la actividad emprendedora en Aragón descendió del 8,1% al 4,5%. Es cierto, en todo caso, que en 2010 el TEA continuó reduciéndose, aunque el ritmo de descenso de la tasa fue mucho más moderado. Al año siguiente, 2011, el TEA ascendió un 43,2% en relación al ejercicio 2010. Finalmente, en 2012, la tasa ha vuelto a experimentar un ligero retroceso del 14% en relación al año anterior, aunque todavía mantiene valores superiores a los de 2009 y 2010. La Figura 1.2 muestra la evolución anteriormente descrita y permite extraer conclusiones también por tipo de actividad.

⁴ En relación a estas cifras, es importante notar que para 2012 el 58,2% de actividades nacientes estuvieron impulsadas por un solo emprendedor y el 17,3% por dos. Por su parte, en las actividades nuevas, el 62,9% corrió a cargo de un emprendedor y el 29,4% de dos

Figura 1.2.

Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2008-2012. Evolución (%)



En la Tabla 1.4 se aprecia el diferente ritmo de evolución del número de iniciativas *nacientes* y *nuevas* desde el año 2008 hasta el 2012. En este periodo, ambos tipos de iniciativas tienen un comportamiento similar: reducción entre 2008 y 2010, cierta recuperación en 2011 y nueva reducción en 2012, aunque en este último periodo las iniciativas *nuevas*, tal como se ha indicado anteriormente, experimentan un ligero repunte. El análisis de estas cifras correspondientes a los últimos periodos debe entenderse en un contexto amplio de contracción. Así, a pesar de que desde 2009 hasta la actualidad hayamos podido observar disminuciones y aumentos en el número de iniciativas, éstos han sido relativamente moderados y se instalan dentro de una misma tendencia que compartimos con el resto del país.

Tabla 1.4.

Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2008-2012 en función de la fase en la que se hallan

Estimaciones puntuales					
Fase	2008	2009	2010	2011	2012
Naciente	28.272	15.223	12.983	22.476	15.771
Nueva	37.157	22.835	19.041	21.643	23.313
TOTAL (0-42 meses)	65.429	38.058	32.024	44.119	39.084

Variaciones porcentuales					
Fase	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2008-12
Naciente	-46,2%	-14,7%	+73,1%	-29,8%	-44,2%
Nueva	-38,5%	-16,6%	+13,7%	+7,7%	-37,3%
TOTAL (0-42 meses)	-41,8%	-15,9%	+37,8%	-11,4%	-40,3%

1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa

Además de valorar la actividad emprendedora más reciente, aquella que se circunscribe a los últimos 42 meses, el observatorio GEM posee también la capacidad de identificar las actividades que han superado los tres años y medio de existencia. Se trata de lo que la terminología GEM denomina como iniciativas *consolidadas*. Durante 2012, los datos muestran que en Aragón hubo un 11% de personas adultas involucradas en alguna iniciativa consolidada. Aplicando los mismos supuestos que en el apartado anterior, la cifra total de empresas con este perfil ascendió a 94.282 (Tabla 1.5), guarismo algo por debajo del observado el año anterior (119.870). En todo caso, para el curso analizado dicha cifra sitúa a Aragón 2,3 puntos porcentuales por encima de la media nacional (8,7%). Este es un hecho que merece ser destacado, por cuanto nos muestra que la proporción de empresas que se consolidan en Aragón, pese a la disminución observada de la tasa de actividad emprendedora, es superior al promedio del país (Figura 1.3).

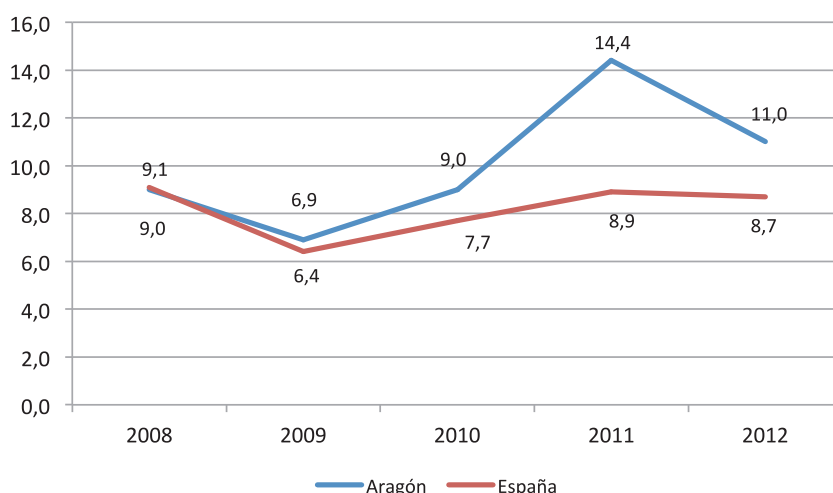
Tabla 1.5.

Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2012 y su comparación con el período 2008-2012

	Número de iniciativas	% de individuos involucrados
2012	94.282	11,0
2011	119.870	14,4
2010	77.895	9,0
2009	58.356	6,9
2008	72.698	9,0

Figura 1.3.

Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2008-2012



Un último aspecto de interés a la hora de valorar la actividad emprendedora de la región es el abandono de iniciativas. Los datos para Aragón muestran que un 1,4% de personas adultas abandonaron en los últimos doce meses alguna actividad empresarial, porcentaje que se sitúa por debajo del 2,2% del ejercicio anterior (Tabla 1.6). Del mismo modo, la cifra para 2012 también es inferior a la registrada para el conjunto del país, que fue del 2,2% (Figura 1.4). En sintonía con la tendencia observada desde 2008, Aragón vuelve a tener una tasa de abandono menor a la del conjunto del país.

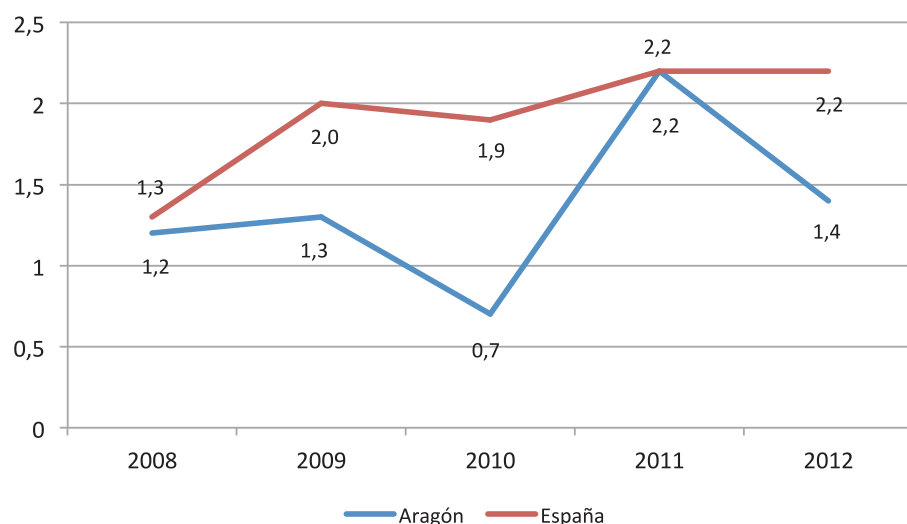
Tabla 1.6.

Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a Julio de 2012 y su comparación con el período 2008-2012

	Número de iniciativas	% de individuos involucrados
2012	11.999	1,4
2011	18.313	2,2
2010	6.058	0,7
2009	10.994	1,3
2008	9.693	1,2

Figura 1.4.

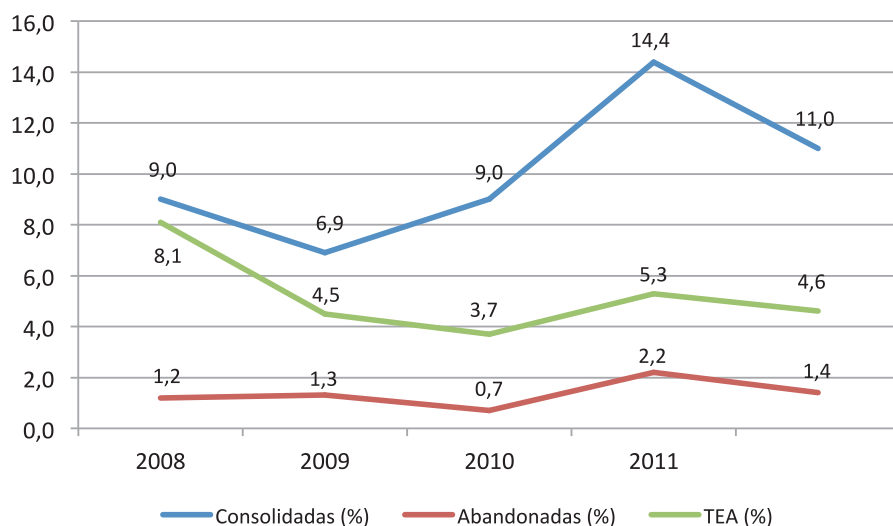
Tasa de Actividades Abandonadas en Aragón y España. 2008-2012



La Figura 1.5. integra las tres dimensiones analizadas hasta el momento en el capítulo y nos permite observar la evolución, para el periodo del que se dispone información, tanto del TEA como de las tasas de empresas consolidadas y de abandono.

Figura 1.5.

Evolución de la Tasa de Actividades Consolidadas y Abandonadas, 2008-2012



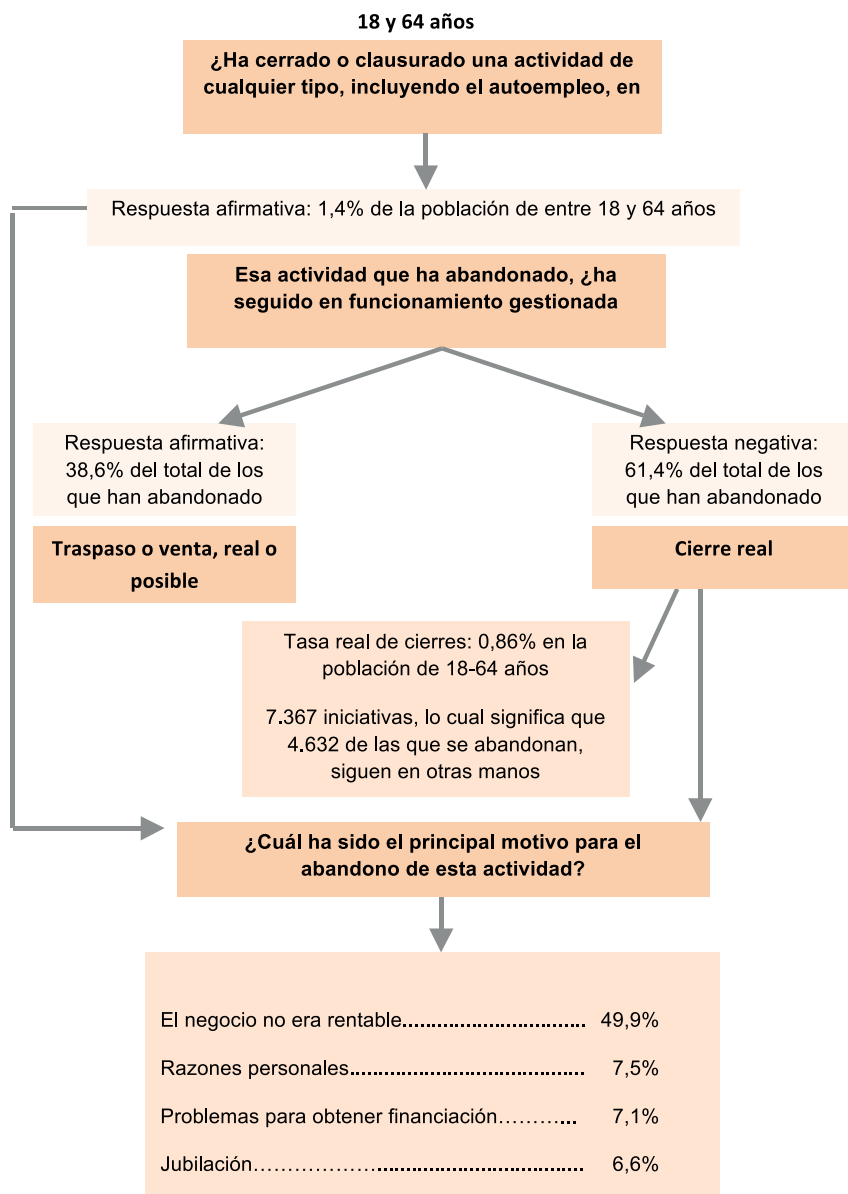
En relación también con el abandono de actividades, la Figura 1.6 nos permite analizar con mayor precisión algunos detalles vinculados con esta cuestión. Más concretamente, en dicha figura se observa que hay dos aspectos que merecen nuestra atención. En primer lugar, es preciso aclarar que no toda actividad abandonada por un empresario desaparece, ya que su continuidad puede tener lugar en manos de distintos propietarios. En Aragón, el 38,6% de las actividades abandonadas durante 2012 tuvo continuidad bajo la gestión de nuevos propietarios. Si aplicáramos este porcentaje sobre el número de iniciativas abandonadas, obtendríamos que la tasa real de cierre de actividades por personas adultas es del 0,9% (cifra sensiblemente inferior al 1,4% apuntado anteriormente). En términos absolutos, esto resulta en 7.367 ceses de actividad. Dicho en otros términos, 4.632 de las actividades aparentemente abandonadas continuaron bajo una nueva gestión. En términos comparativos, sólo un 24,3% de los abandonos tuvo continuidad bajo nueva gestión en el conjunto del país.

En segundo lugar, los motivos por los cuales se abandona una actividad son de diversa naturaleza. Los resultados contenidos en la Figura 1.6 revelan que la causa mayoritaria ha sido la baja rentabilidad del ne-

gocio (49,9%), lo que puede ser asimilado con un fracaso del mismo. Este es también el motivo principal en el conjunto del país (59,1% de los abandonos). Las siguientes causas en importancia en Aragón son los motivos personales (7,5%) y los problemas para obtener financiación (7,1%).

Figura 1.6

Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población entre 18 y 64 años



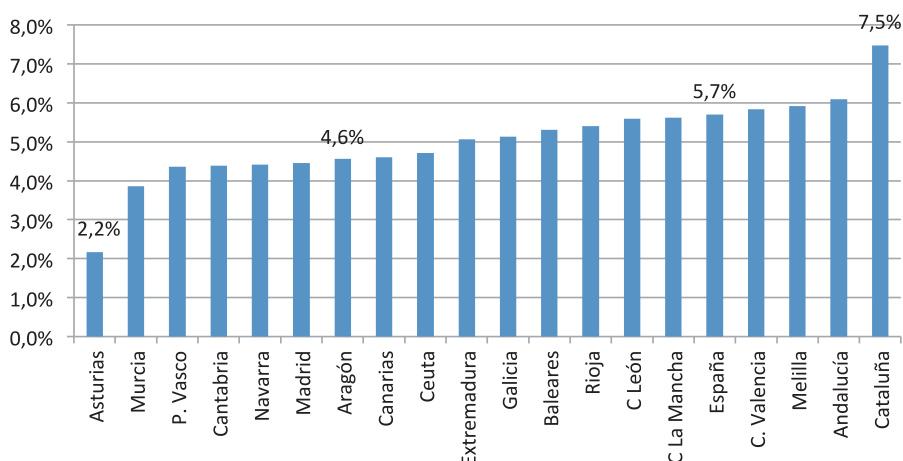
1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional 2012

Una de las contribuciones más destacables del proyecto GEM es su alcance internacional y, por consiguiente, la posibilidad que ofrece de poner las cifras de cualquier territorio analizado en un contexto geográfico más amplio. Como se ha comentado en la introducción del informe, esto permite valorar la posición de Aragón, no sólo en relación al resto de comunidades autónomas, sino también en relación a la actividad emprendedora de los países que participan en el proyecto. Con este objetivo, este apartado se dedica íntegramente a la comparación de los datos de Aragón con los de las demás regiones españolas, así como con el conjunto de países que participan en el proyecto GEM.

Si comenzamos el ejercicio de comparación anteriormente señalado con los datos del resto de comunidades autónomas, la primera información que se desprende de la Figura 1.7 es que la tasa de actividad emprendedora de Aragón está algo por debajo de la media nacional (5,7%). Analizando la serie en su conjunto, es posible reconocer que, con la excepción de Asturias en el extremo inferior (2,2%) y Cataluña en el extremo superior (7,5%), las cifras para el resto de comunidades oscilan en una horquilla cuya dispersión es particularmente baja. Esta realidad se encuentra en sintonía con alguno de los comentarios previamente efectuados y que ubica la evolución en los últimos años del TEA para Aragón en un contexto nacional claramente caracterizado por el estancamiento de la economía.

Figura 1.7.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas

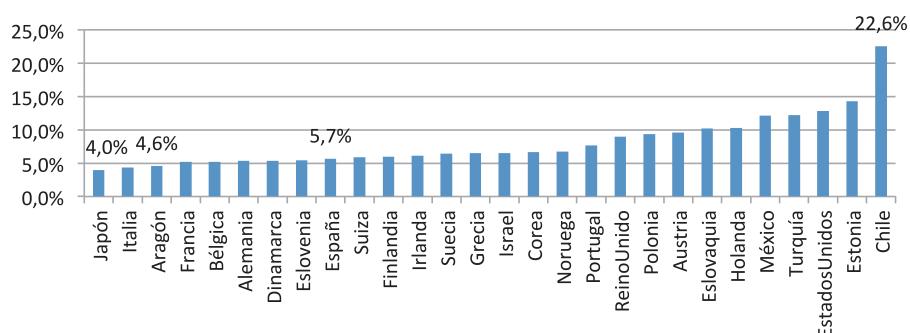


La Figura 1.8. replica la comparativa anterior para el conjunto de los países de la OCDE. Las tasas más elevadas de actividad emprendedora se encuentran en países como Chile, Estonia, Estados Unidos, Turquía y México. Por su parte, Aragón se sitúa en la zona baja de la clasificación,

aunque sus cifras no distan, en lo sustancial, de las alcanzadas por países como Italia y Francia y, en líneas generales, con las del conjunto de países de la Unión Europea. Esta evidencia refrenda la atonía que viene caracterizando la situación por la que atraviesa esta zona en los últimos años, que ha soportado con especial intensidad los efectos de la crisis.

Figura 1.8.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE



Por último, la Figura 1.9. repite esta información para todos los países que participan en el proyecto. En este punto, es importante notar que el informe GEM proporciona los resultados de la actividad emprendedora en los países participantes agrupados en tres categorías: economías impulsadas por los factores de producción, economías impulsadas por su eficiencia y aquellas impulsadas por la innovación. Dentro del primer grupo podemos encontrar a los países menos desarrollados, los segundos están en una etapa intermedia y los terceros son los más desarrollados. Para realizar esta clasificación se toma como punto de referencia el Índice de Competitividad Mundial elaborado por el *World Economic Forum*.⁵ Entrando en los detalles y como viene siendo habitual en otras ediciones del informe, las tasas de emprendimiento más elevadas se registran entre los países en vías de desarrollo. Los argumentos que se esgrimen para justificar este patrón es que en estos países hay un predominio de iniciativas impulsadas por los factores de producción tradicionales, que comportan una mayor necesidad en la población. El caso más extremo corresponde a Zambia, donde el 41,5% de la población de 18-64 años está involucrada en algún tipo de actividad emprendedora. En el segundo grupo de países, donde los argumentos que se presentan están más relacionados con la eficiencia, las tasas de actividad emprendedora más altas están en Ecuador, Chile, Perú y Colombia, que poseen, en todos los casos, cifras superiores al 20%. Dentro del grupo de países más desarrollados, Estados Unidos es la nación con la tasa de actividad más elevada (12,8%).

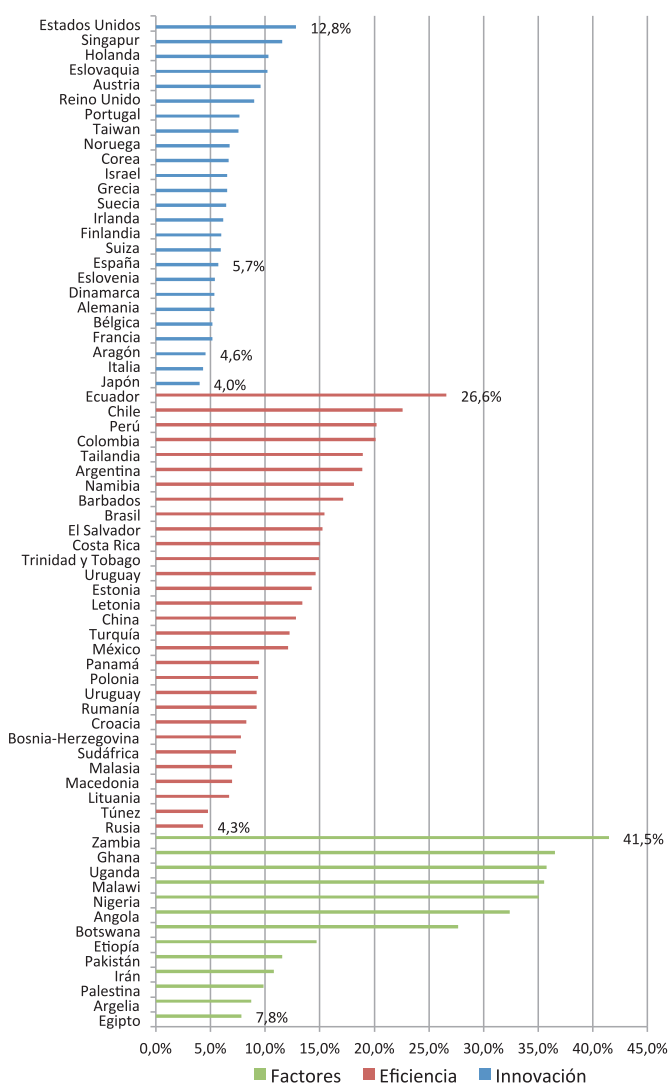
En el contexto de los países GEM de la Unión Europea, las naciones con las tasas de actividad emprendedora más elevada son las que están en el se-

⁵ Un análisis más detallado de esta clasificación puede verse en el informe GEM España 2012.

gundo estadio de competitividad -menos desarrolladas. Dentro de la Unión Europea, Estonia encabeza el grupo de las economías basadas en la eficiencia con una tasa algo por encima del 14%, mientras que en el grupo impulsado por la innovación, Holanda tiene la tasa más elevada, en torno al 10,3%. España y Aragón ocupan posiciones bajas dentro de este grupo, aunque como ya se ha mencionado, la media de la UE presenta cifras sensiblemente por debajo del 10% y las diferencias entre sus miembros no son excepcionalmente significativas.

Figura 1.9.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2012 clasificados en función de su grupo económico



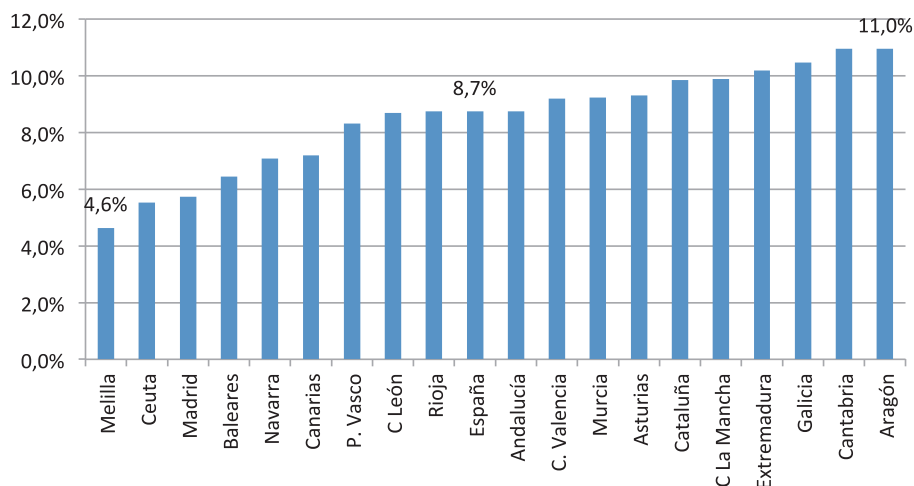
1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional GEM

La información disponible también permite poner en perspectiva el porcentaje de personas adultas propietarias de una iniciativa empresarial *consolidada*. Este aspecto puede considerarse a partir de las Figuras 1.10 (regiones españolas) y 1.11 (ámbito internacional). Recordemos que se trata de empresas, negocios y autoempleos que lleven operando más de 42 meses.

A nivel regional (Figura 1.10), vemos que Aragón se encuentra a la cabeza de esta clasificación (comparte liderazgo con Cantabria), con un 11% de la población involucrada en iniciativas *consolidadas*. Este dato refrenda la situación del año anterior, en la que Aragón estaba también entre las regiones con mayor tasa de consolidación. El 11% de Aragón dobla el porcentaje de las regiones con menor tasa de actividades consolidadas, Melilla (4,6%), Ceuta (5,5%) o Madrid (5,8%), y es claramente superior al promedio nacional (8,7%).

Figura 1.10.

Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas

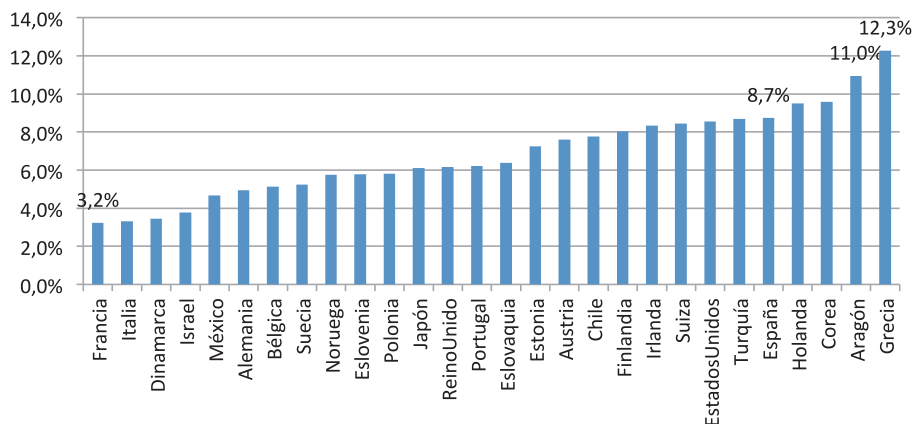


Si tomamos como referencia el conjunto de los países pertenecientes a la OCDE (Figura 1.11), observamos que Aragón es la segunda región en términos de tasa de actividades *consolidadas*, sólo por detrás de Grecia (12,3%), que se sitúa a la cabeza de la clasificación, y por delante de países como Corea, Holanda, Turquía o Estados Unidos.

Esta ordenación es muy semejante a la de años anteriores, lo que muestra cierta estabilidad en el nivel relativo de consolidación de la Comunidad. Los países con menor tasa de actividades consolidadas dentro del marco de la OCDE son Francia, Italia, Dinamarca e Israel, todos ellos por debajo del 4%.

Figura 1.11.

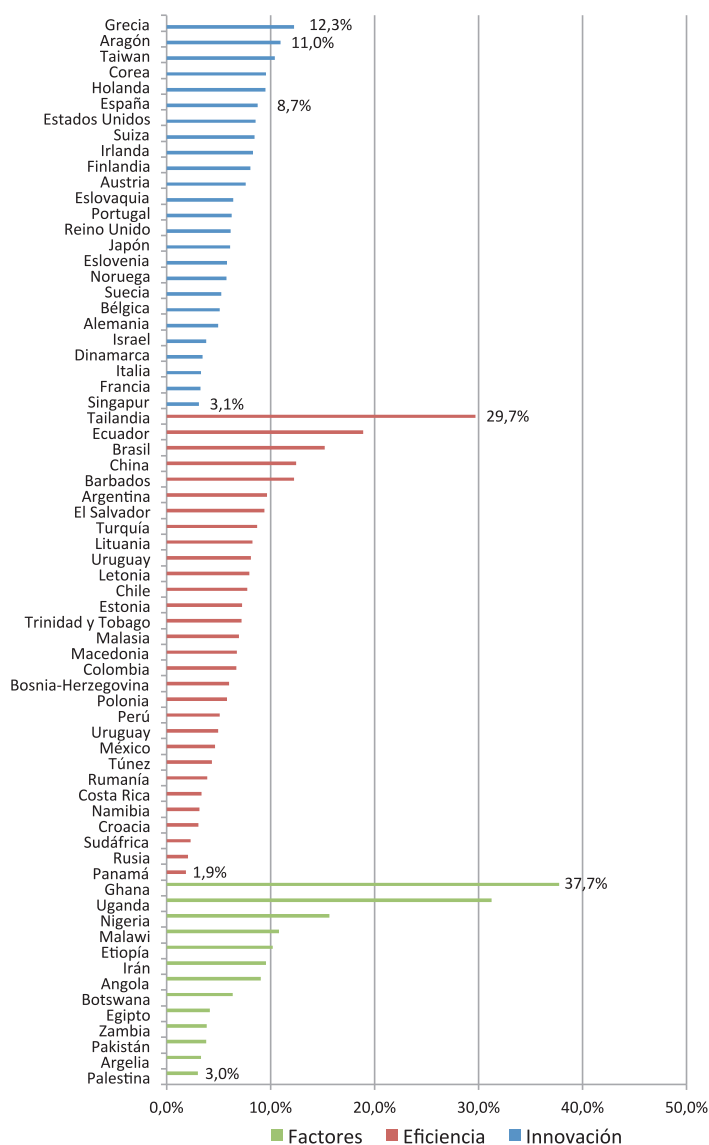
Actividad empresarial consolidada en la OCDE



Si ampliamos el espectro de comparación a todos los países que participan en el informe GEM a nivel internacional (Figura 1.12), Ghana (37,8%) y Uganda (31,2%), entre las economías menos desarrolladas, y Tailandia (29,7%) y Ecuador (18,9%), entre los países en vías de desarrollo, son las naciones que más destacan en cuanto a tasa de negocios consolidados. En el contexto europeo, destacan Grecia (12,3%), Holanda (9,5%) y España (8,7%). Aragón ocuparía la segunda posición dentro de este grupo, en el punto medio entre Grecia y Holanda. Entre el conjunto de países que participan en el proyecto GEM, Aragón se situaría con solvencia dentro del cuartil superior.

Figura 1.12.

Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2012, clasificados en función de su grupo económico



Para completar el estudio de la dinámica emprendedora en la Comunidad, en este apartado se analiza también cuál es el porcentaje de personas adultas que han abandonado una actividad. Como se señalaba en apartados anteriores, el abandono de una actividad no implica necesariamente la desaparición de la misma, ya que en algunos casos la acti-

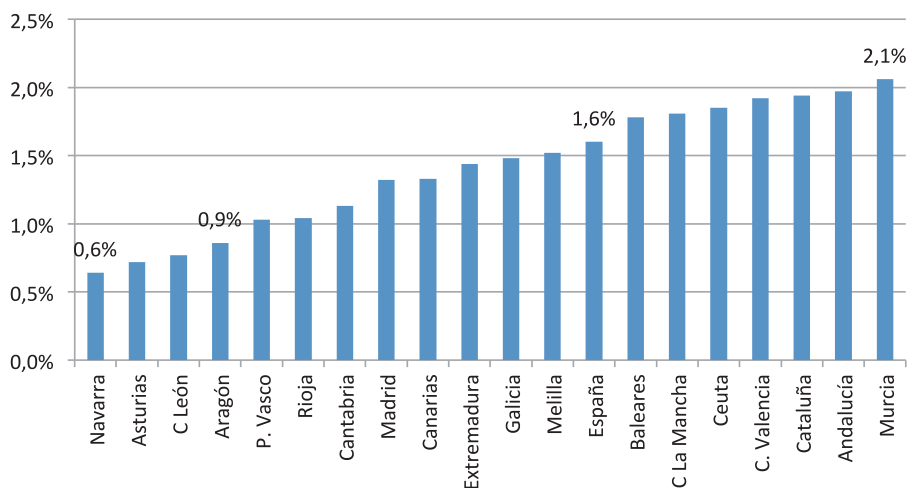
vidad tiene continuidad bajo una nueva dirección. Por ello, nos centramos en este punto en el *cese efectivo*, es decir, el cese de actividades una vez descontados los casos donde existe una continuidad en manos de nuevos propietarios.

Recordemos que, en Aragón, el 0,9% de la población adulta había abandonado una actividad, resultando en su cese definitivo. Esa cifra es inferior a la media nacional, lo que sitúa a Aragón como la cuarta región con menor tasa de abandono efectivo de iniciativas (Figura 1.13). Las comunidades autónomas que se encuentran a la cabeza de ceses efectivos de actividad son Murcia (2,1%), Andalucía (2,0%) y Cataluña (1,9%), con cifras que doblan la observada en Aragón. En el otro extremo, Navarra (0,6%), Asturias (0,7%) y Castilla y León (0,8%) son las regiones con menor tasa de ceses efectivos.

Un análisis conjunto de la privilegiada posición de Aragón en términos de iniciativas *consolidadas* (en primera posición), y la reducida posición en términos de ceses efectivos (en decimoséptima posición), obliga a realizar una lectura positiva en relación a la estabilidad y resistencia de las actividades emprendedoras en Aragón.

Figura 1.13.

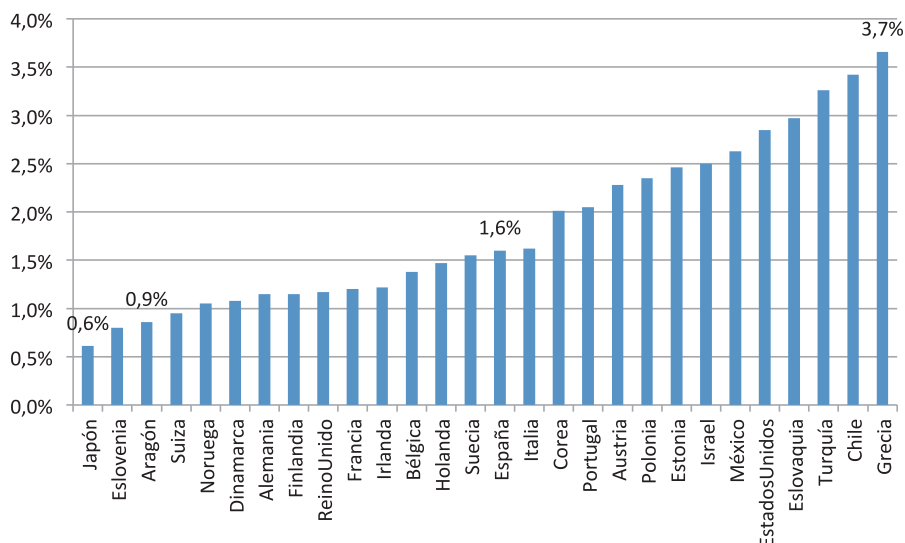
Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas



Entre los países de la OCDE (Figura 1.14), las tasas de mayor abandono efectivo de actividad se registran en Grecia (3,7%), Chile (3,4%) y Turquía (3,3%), mientras que los países con menor tasa de cierre efectivo son Japón (0,6%), Eslovenia (0,8%) y Suiza (1,0%). Aragón se situaría entre estas dos últimas. El dato de Aragón vuelve a destacar entre los países con mayor nivel de consolidación y menor abandono efectivo.

Figura 1.14.

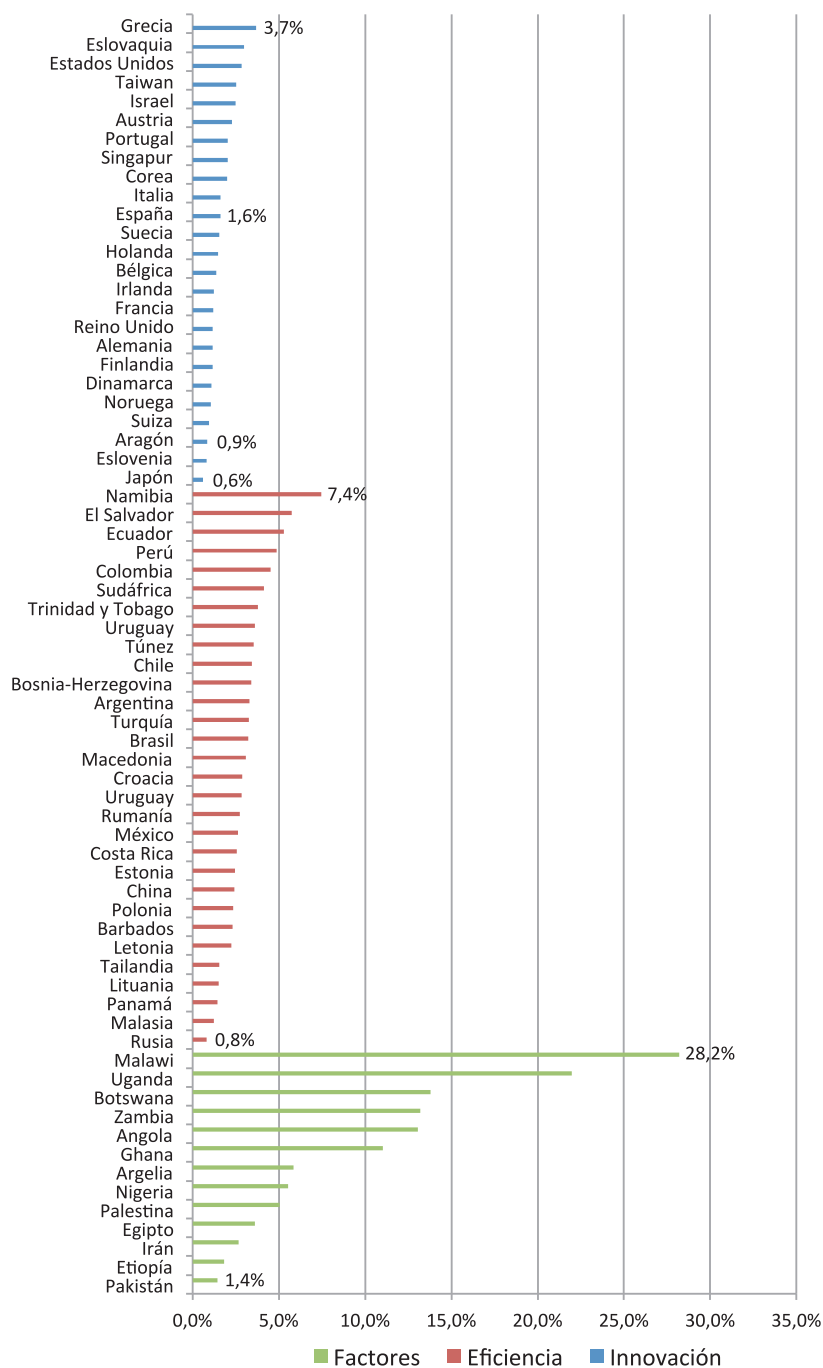
Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE



Cuando ampliamos la comparativa a todos los países que participan en el proyecto GEM (Figura 1.15), Aragón ocuparía nuevamente una posición puntera, tanto entre los países más desarrollados (tercera) como a nivel global (cuarta). Es interesante señalar que Aragón sobresale entre los países con mayor nivel de consolidación y menor tasa de abandono efectiva, lo que refuerza la estabilidad de las actividades emprendedoras en Aragón incluso cuando la comparativa tiene lugar a nivel internacional.

Figura 1.15.

Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2012, clasificados en función de su grupo económico



1.7. Potencial emprendedor

En este último apartado del primer capítulo se ofrece una síntesis del potencial emprendedor en las diferentes regiones españolas y países que participan en el proyecto GEM. A grandes rasgos, el potencial emprendedor se mide como el porcentaje de población adulta que manifiesta tener la intención de comenzar una nueva actividad empresarial en los próximos tres años. En el caso de Aragón (Tabla 1.7) este porcentaje pasa del 7,0% en 2011, al 11,6% en 2012, situándose ligeramente debajo de la media nacional, que avanza desde el 9,7% hasta el 12,1%.

Este incremento en el potencial emprendedor de la población aragonesa consolida la tendencia de los últimos años, lo que puede interpretarse como un síntoma de recuperación económica y de aumento de confianza en la actividad emprendedora como salida a la situación por la que atraviesa en país. Aplicando, al igual que hemos procedido con anterioridad, estos datos sobre el total de la población aragonesa en el momento del estudio, obtenemos que en torno a 99.424 personas se plantean la posibilidad de iniciar una actividad en los próximos tres años.

Tabla 1.7.

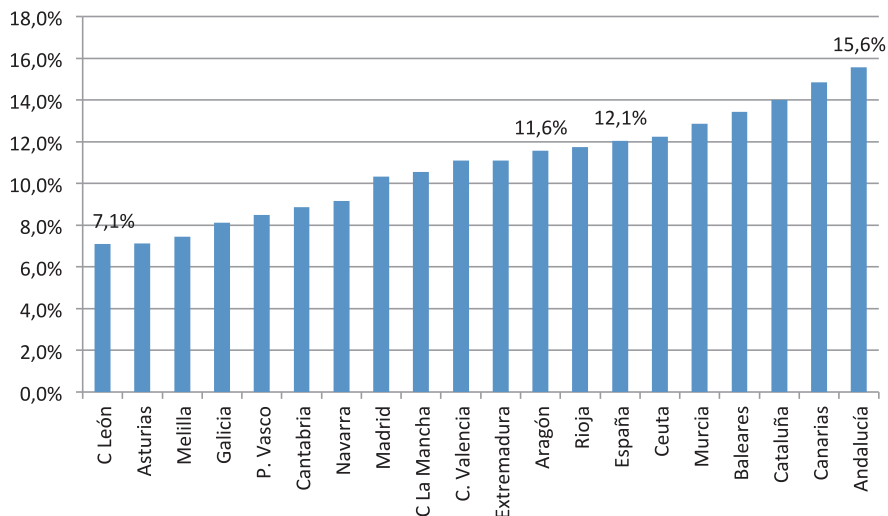
Estimación del número de emprendedores potenciales en 2012 y comparación con el período 2008-2012

	Número de emprendedores potenciales	% sobre población entre 18 y 64 años
2012	99.424	11,6
2011	57.438	7,0
2010	39.813	4,6
2009	32.138	3,8
2008	62.197	7,7

En la Figura 1.16 se observa que, en la comparativa a nivel regional, Andalucía (15,6%), Canarias (14,9%) y Cataluña (14%) son las comunidades autónomas con mayor porcentaje de emprendedores potenciales, mientras que Aragón se sitúa en un punto medio de la distribución. Entre las comunidades con menor porcentaje de emprendedores potenciales se encuentran Castilla y León (7,1%), Asturias (7,1%) y Melilla (7,5%).

Figura 1.16.

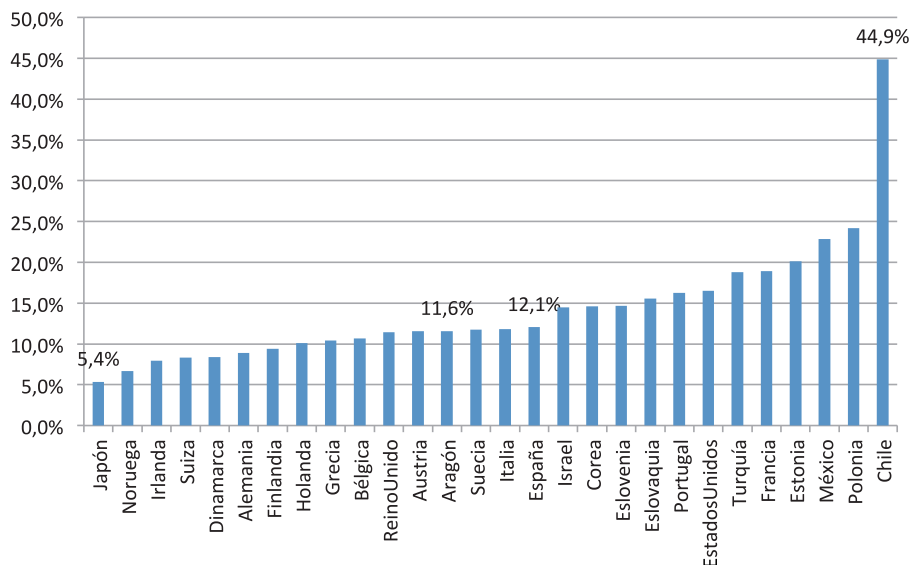
Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española



A nivel de la OCDE, la Figura 1.17 muestra que Chile es el país con mayor tasa de emprendedores potenciales (44,9%), muy por encima de Eslovenia, México o Polonia. En este caso, Aragón ocuparía también una posición intermedia. En el extremo inferior destacan países como Japón (5,4%), Noruega (6,7%) e Irlanda (8,0%).

Figura 1.17.

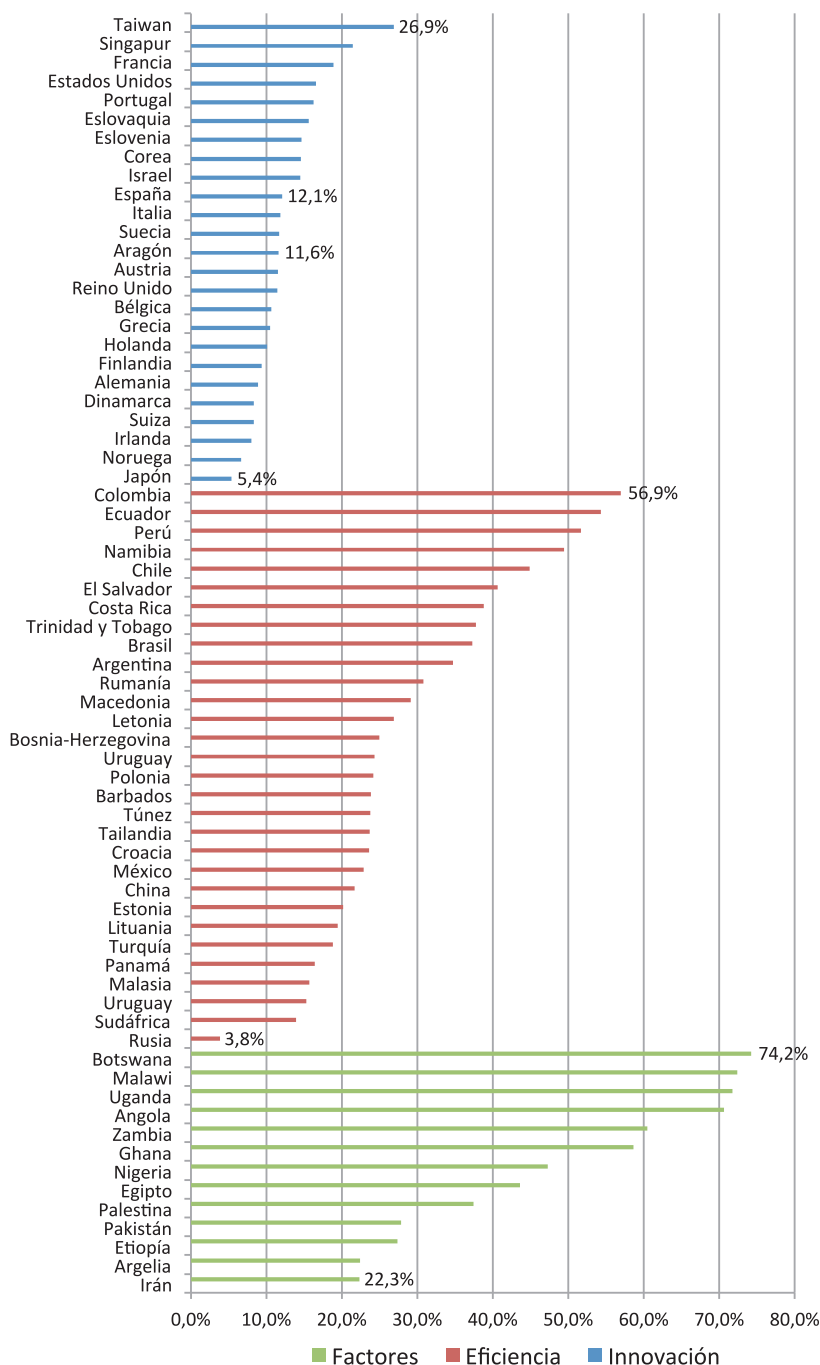
Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE



En el plano internacional (Figura 1.18), se observa una relación clara entre el nivel de desarrollo y las tasas de potencial emprendedor. Así, las economías basadas en innovación presentan, en promedio, niveles mucho menores que las economías basadas en eficiencia, y estas a su vez presentan niveles menores que las economías basadas en los recursos. Aragón ocuparía una posición muy rezagada en el conjunto de países que participan en el proyecto GEM, ubicándose en el cuartil inferior. No obstante, al comparar la cifra con el grupo de países más desarrollados, ocupa una posición muy próxima a la media.

Figura 1.18.

Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2012, clasificados en función de su grupo económico





CAPÍTULO 2

TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

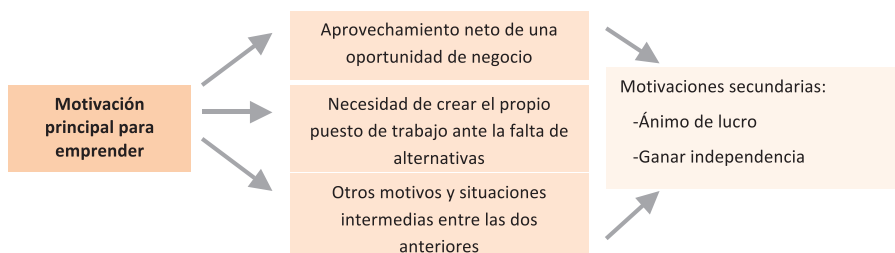
2.1. Introducción

El Capítulo 1 ha tenido como propósito fundamental presentar la situación de la Comunidad Autónoma de Aragón en términos de la creación de empresas a través del cálculo de distintos indicadores de la actividad emprendedora. Dicho capítulo ha permitido concluir que Aragón disfruta, aunque con matices, de una posición relativa solvente cuando se consideran las actividades iniciadas en los últimos tres años y medio (índice TEA).

El objetivo de este segundo capítulo es descender en el análisis y avanzar en la comprensión de la actividad emprendedora a través del estudio de su origen. En concreto, el capítulo analiza cuáles son las motivaciones más relevantes para los emprendedores aragoneses a la hora de comenzar una actividad en el periodo de la realización del estudio (recordemos que el momento de recogida de la información se sitúa en el periodo comprendido entre junio y julio de 2012). Para ello, el proyecto GEM agrupa las razones para el emprendimiento en torno a tres grandes categorías: oportunidad, necesidad o situaciones mixtas. En otros términos, divide dichos motivos entre aquellos que tienen que ver con el aprovechamiento de una oportunidad de negocio y los que hacen que la nueva empresa se cree por una necesidad, probablemente derivada de la ausencia de otras alternativas al empleo (Figura 2.1). En el primer caso, emprendedor por oportunidad, la información también permite distinguir entre aquellos que emprenden con el ánimo de aumentar sus ingresos, quienes lo hacen para ganar independencia y quienes buscan exclusivamente mantener su nivel de ingresos.

Figura 2.1.

Motivación principal para las iniciativas emprendedoras



2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

La Tabla 2.1 muestra el desglose de la Tasa de Actividad Emprendedora en función de los motivos por los que el emprendedor declara haber iniciado la actividad. Este desglose se realiza también para cada tipo de iniciativa – *nueva* o *naciente*. En el caso del emprendedor aragonés, el motivo que más se repite para el inicio de una actividad empresarial es la existencia de una oportunidad pura, seguido muy de cerca por la existencia de alguna oportunidad en parte (Tabla 2.1). En el caso de las iniciativas *nacientes* tiene una mayor presencia la oportunidad en parte, mientras que la situación más habitual entre las iniciativas *nuevas* es la de necesidad.

Tabla 2.1.

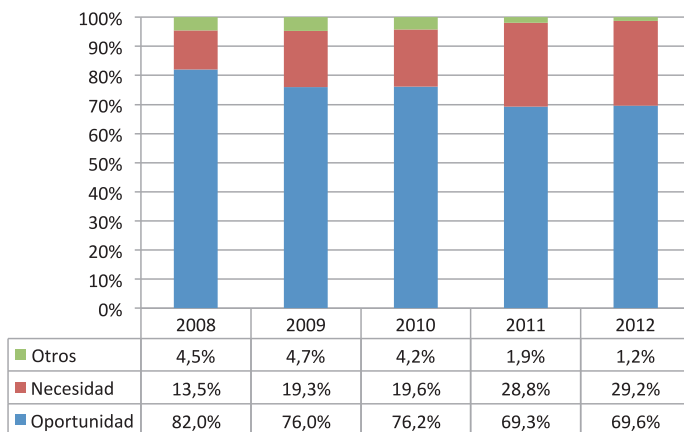
Iniciativas emprendedoras según clase y motivación

Motivo de su creación	Naciente		Nueva		TEA	
	Sobre Adultos	Sobre Nacientes	Sobre Adultos	Sobre Nuevas	Sobre Adultos	Sobre TEA
Oportunidad pura	0,7%	36,2%	0,9%	33,4%	1,6%	34,9%
Oportunidad en parte	0,9%	47,3%	0,7%	25,7%	1,6%	34,7%
Necesidad	0,3%	13,6%	1,1%	40,9%	1,3%	29,2%
Otros motivos	0,1%	2,9%	0%	0%	0,1%	1,2%
Total	1,8%	100%	2,8%	100%	4,6%	100%

La Figura 2.2, sin distinguir entre iniciativas *nacientes* y *nuevas*, ilustra que la existencia de una oportunidad es el principal motivo en el 69,6% de los casos. Esta cifra es similar a la observada el año anterior, pero todavía lejos del 82% alcanzado en 2008. En cuanto a la motivación por necesidad, presenta unos valores que se sitúan muy próximos a los observados en 2011 (29,2% vs. 28,8%), aunque se instala en la tendencia creciente observada en los últimos años. Estas cifras consolidan la intuición señalada en informes anteriores de que, en el contexto actual, el emprendimiento como una forma de autoempleo está cobrando una mayor relevancia.

Figura 2.2.

Evolución de la distribución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación

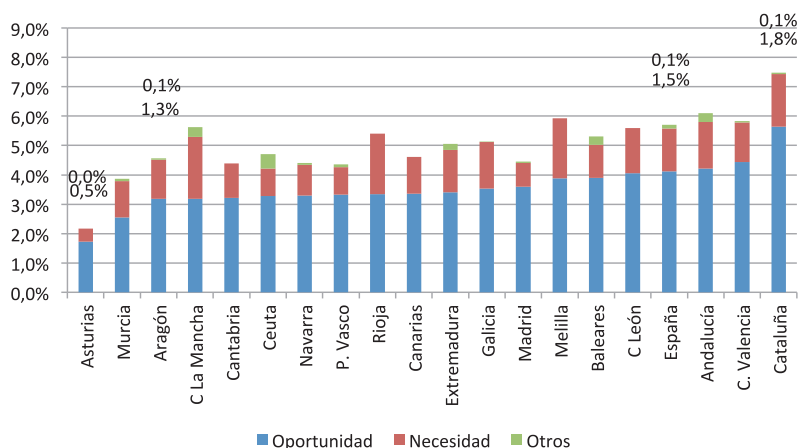


2.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional

La Figura 2.3 compara el TEA de las diferentes comunidades autónomas, distinguiendo entre los posibles motivos por los que se inició la actividad empresarial. Es importante notar que la ordenación de las regiones se realiza en función de la actividad empresarial que ha surgido por la existencia de una oportunidad de negocio. En esta clasificación, Aragón se sitúan en el tramo final de la clasificación, aunque como en casos anteriores, si eliminamos los extremos, los valores son razonablemente similares entre todas las comunidades autónomas.

Figura 2.3.

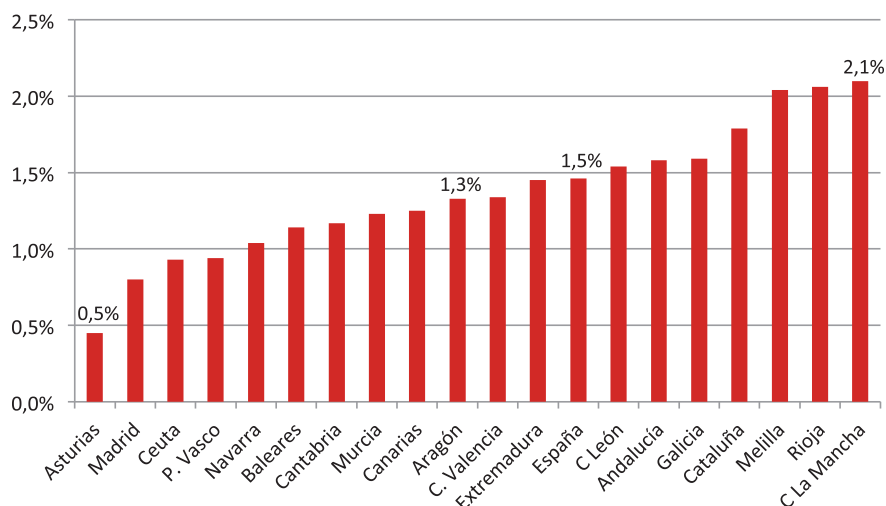
Motivos para emprender: comparación regiones españolas



El análisis de la Figura 2.3 puede completarse con el detalle de la información contenida en la Figura 2.4, en la que se aísla la necesidad como motivo para desarrollar una actividad emprendedora. Ya hemos visto con anterioridad que, en los últimos años, el peso de la necesidad como inductora del desarrollo de iniciativas emprendedoras ha aumentado de manera notable. En la Figura 2.4 podemos observar esta información por comunidades autónomas. Aragón ocupa una posición intermedia, relativamente alejada de los valores máximos que muestran Melilla, La Rioja o Castilla la Mancha, todas ellas por encima del 2%, y también del valor mínimo que se corresponden con Asturias.

Figura 2.4.

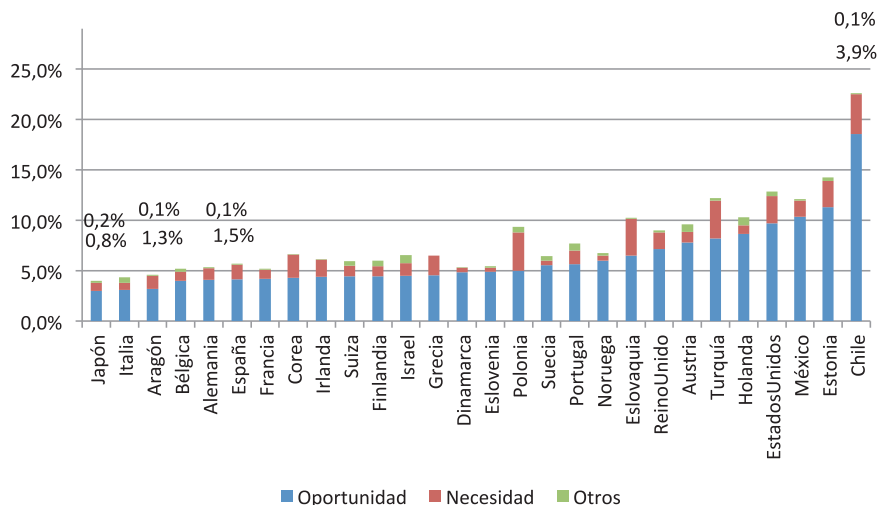
Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas



Por su parte, la Figura 2.5 compara la descomposición del índice TEA de Aragón en función de las motivaciones que impulsaron el inicio de la actividad con el de los países de la OCDE que participan en el proyecto GEM (de nuevo ordenada por el TEA que responde al reconocimiento de una oportunidad). A pesar de que nuestra comunidad ocupa una posición rezagada en el ranking, el porcentaje de iniciativas que responde a la existencia de una oportunidad pura de negocio no dista mucho de los valores que presentan la mayor parte de países involucrados. Sólo los estados que ocupan los primeros lugares de la clasificación se separan de las cifras aragonesas.

Figura 2.5.

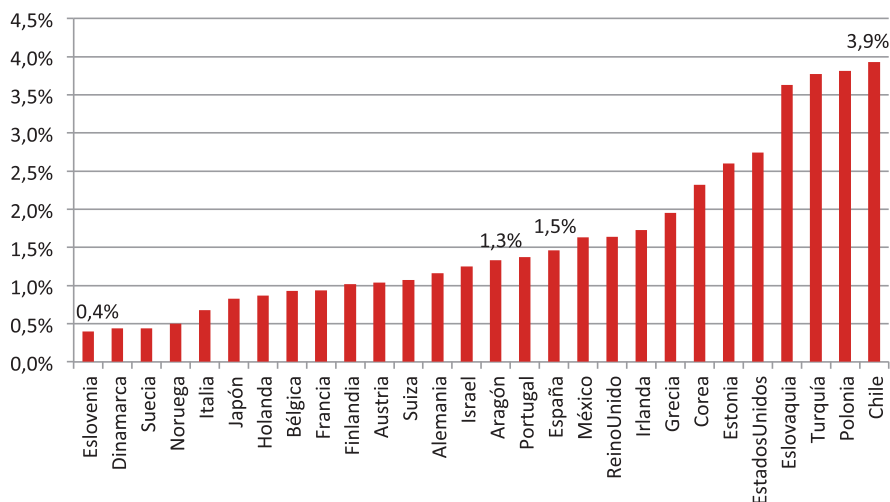
Motivos para emprender: comparación OCDE



La Figura 2.6 compara el TEA por necesidad para estos mismos países. En el conjunto de países de la OCDE que participan en el proyecto GEM, Aragón ocuparía una posición intermedia. Es importante señalar que en esta medida la dispersión es menor que en el caso de la oportunidad y que, por tanto, el recorrido de los valores está relativamente acotado entre valores próximos entre sí.

Figura 2.6.

Necesidad como motivo para emprender: comparación OCDE

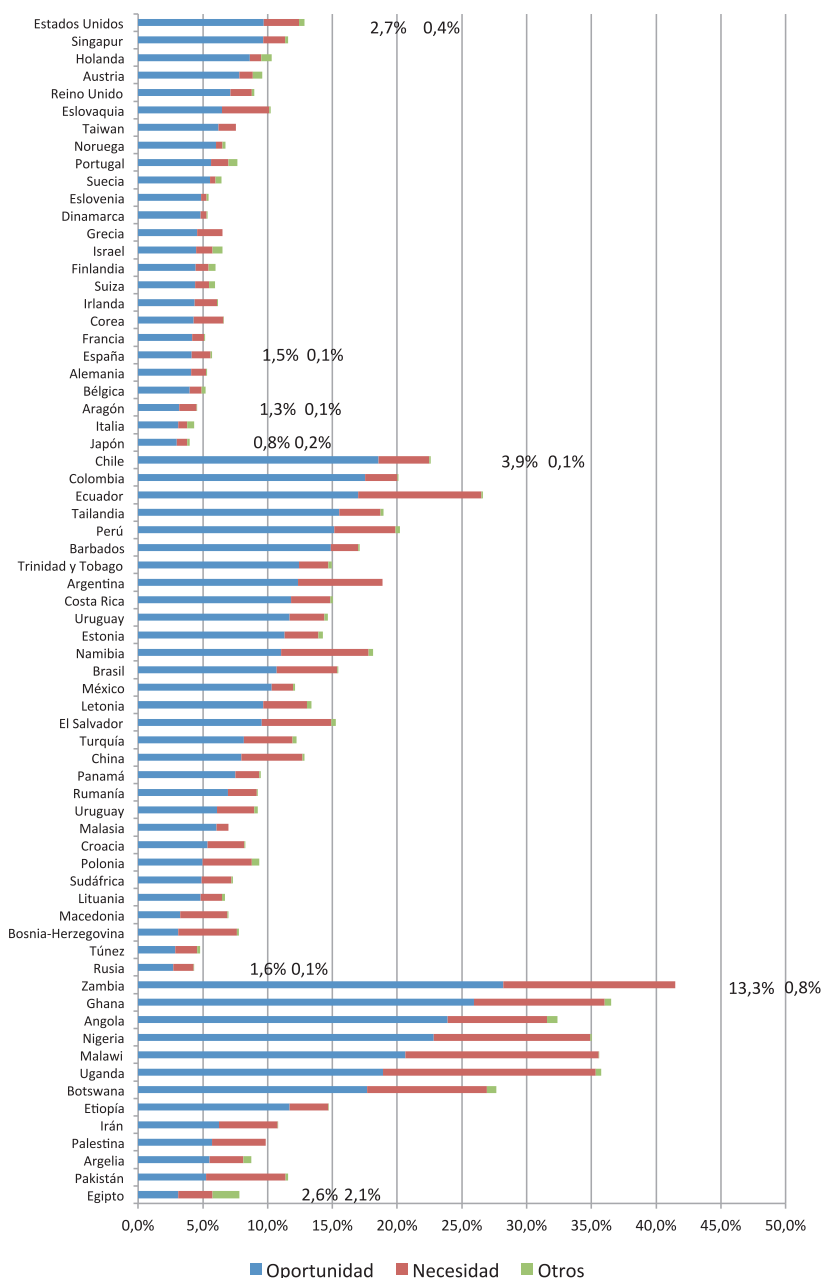


La Figura 2.7 recoge la comparación de los motivos por los que se inician actividades empresariales en la muestra más amplia de países GEM. Utilizando el mismo criterio de ordenación del inicio de una actividad empresarial por razón de la oportunidad, se observa un patrón similar al mostrado en las comparativas previas, con agrupaciones de países en función de las características anteriormente definidas (véase la nota al pie de la Figura 2.7).

Del mismo modo a como se ha venido procediendo, la Figura 2.8 muestra la ordenación en función del TEA por necesidad. Como sería esperable, los países con menor nivel de desarrollo presentan mayores tasas por necesidad. En el conjunto de países del proyecto GEM, Aragón ocuparía una posición postrera, mientras que al comparar con el grupo de países más desarrollados (i.e., economías basadas en la innovación) su posición es más intermedia.

Figura 2.7.

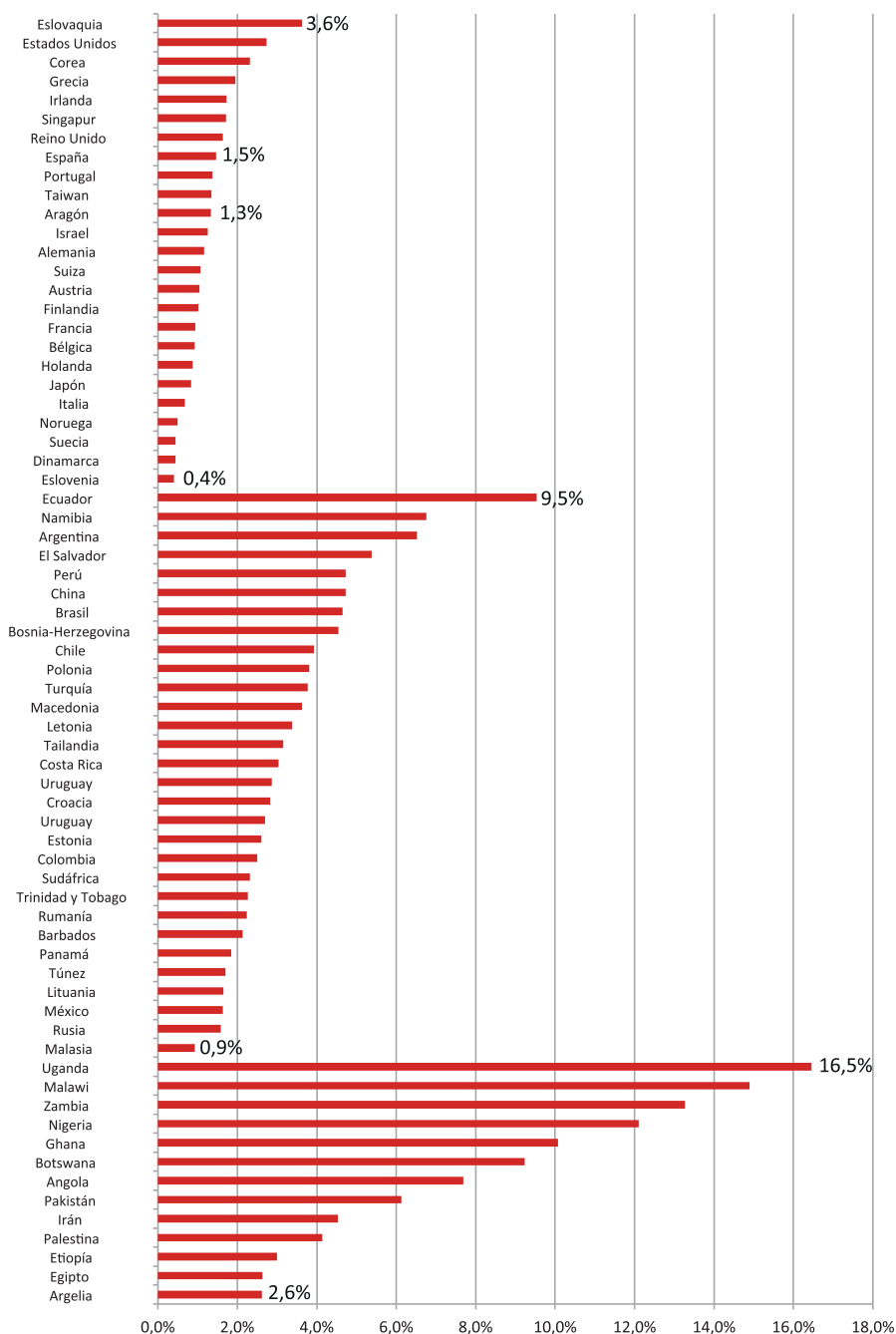
Motivos para emprender: comparación conjunto países GEM



Nota: Al igual que en el Capítulo 1, los países están ordenados por su grupo económico: basados en innovación (Estados Unidos – Japón), eficiencia de los factores productivos (Chile – Rusia) y explotación de factores productivos tradicionales (Zambia – Egipto).

Figura 2.8.

Necesidad como motivo para emprender: comparación conjunto países GEM

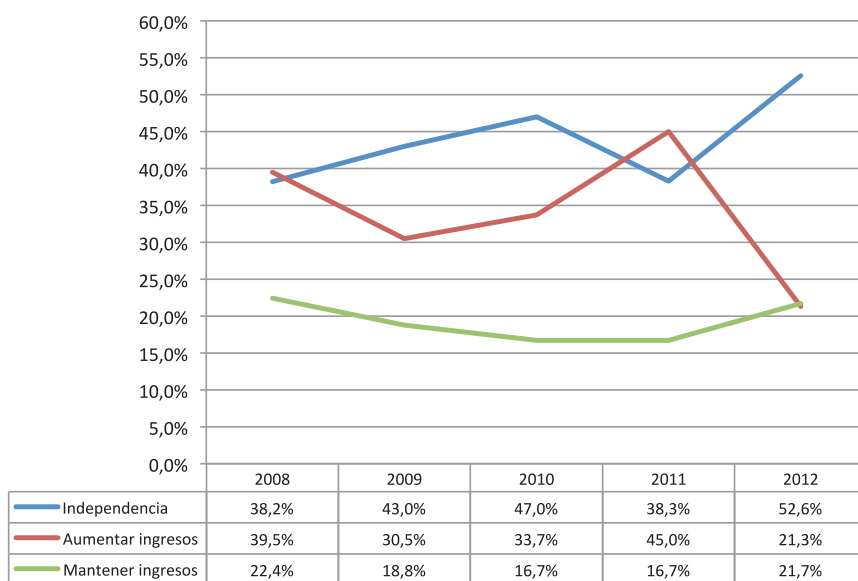


2.4. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad

Como se indicaba en la introducción de este capítulo, el análisis de los motivos por los que se crean nuevas empresas puede completarse con el estudio de las razones que se encuentran detrás de la creación de empresas por la existencia o descubrimiento de una oportunidad. El objetivo de esta última sección del capítulo segundo es, precisamente, descomponer las actividades emprendedoras iniciadas como respuesta a la existencia de una oportunidad según la naturaleza de la misma. La Figura 2.9 muestra la evolución de los indicadores complementarios de motivación desde 2008. Se distinguen tres posibles razones para emprender por razón de oportunidad: la pretensión de conseguir mayor independencia, aumentar los ingresos o tratar de asegurar el mantenimiento de los mismos.

Figura 2.9.

Evolución de la distribución de las motivaciones que el aprovechamiento de una oportunidad para emprender



Durante 2012, las iniciativas emprendedoras que surgieron como consecuencia de una oportunidad lo hicieron mayoritariamente ante la expectativa de aumentar la independencia. Es significativo el aumento de este argumento en relación al ejercicio precedente, que marca un cambio de tendencia y, por extensión, el hecho de que la motivación basada en aspectos económicos haya caído en 2012 desde el 61,7% [45% + 16,7%] del 2011 al 43,0% [21,3% + 21,7%].

Los motivos para emprender en Aragón muestran dos tendencias importantes. En primer lugar, se ha observado que la motivación para emprender por razones de necesidad se ha incrementado con respecto a otros ejercicios, aunque dicho aumento se enmarca dentro de la senda observada desde el año 2008. Si a este hecho unimos que las nuevas actividades que se crean en Aragón suelen tener entre 1 y 2 propietarios, la actividad emprendedora se revela como una salida al desempleo y viene, por tanto, motivada por razones de subsistencia.

En segundo lugar, la actividad emprendedora por motivos de oportunidad está dominada por argumentos relacionados con la ganancia de independencia, mientras que los vinculados con aspiraciones de naturaleza económica se han visto reducidos notablemente en el último periodo.



CAPÍTULO 3

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

3.1. Introducción

Uno de los objetivos del informe GEM es caracterizar las iniciativas que se desarrollan en cada uno de los países o regiones que participan en el proyecto. Para ello, se analizan los diferentes tipos de negocio teniendo en cuenta una amplia gama de variables. En particular, en el estudio correspondiente al año 2012 se han tenido en cuenta las siguientes dimensiones, que serán objeto de análisis a lo largo de este capítulo:

- Sector de actividad
- Número de propietarios de las iniciativas
- Número de empleados actual
- Número de empleados esperado cinco años después de la puesta en marcha
- Carácter innovador
- Grado de competencia que afrontan
- Antigüedad de las tecnologías de producción de bienes o servicios
- Grado de internacionalización o exportación de sus bienes o servicios
- Grado de expansión esperada en su mercado

3.2. Iniciativas inscritas en el registro mercantil

GEM Aragón ha medido por primera vez el porcentaje de iniciativas emprendedoras y empresariales que se han dado de alta en el registro mercantil. Esta información es importante para valorar la proporción de actividad en fase emprendedora y consolidada que está inscrita en dicho registro. El resultado de esta consulta se plasma en la Tabla 3.1. En ella se puede observar como la mayor parte de la actividad naciente (58,3%) todavía no está registrada, hecho que obedece a que sus promotores están en la fase de puesta en marcha: diseñando el producto o servicio, realizando el plan de negocio, buscando ubicación, financiación, etc. Con todo, es destacable el hecho de que un 41,7% de esta actividad esté ya registrada. En el caso de la actividad nueva, el registro recoge un 70,4% de las actividades, mientras que el 29,6% restante no aparece inscrito. En el caso de la fase consolidada, el registro abarca el 96,8% de los casos, quedando un solo un 3,2% sin inscribir⁶.

⁶ Hay que tener en cuenta que, de acuerdo con la normativa vigente, los empresarios individuales no tienen la obligación de inscribirse en el Registro Mercantil, aunque sí la opción a instancia del propio interesado (art. 81.1 y 88.1 RD 1784/1996, de 19 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de Registro Mercantil).

Tabla 3.1.

Registro empresarial

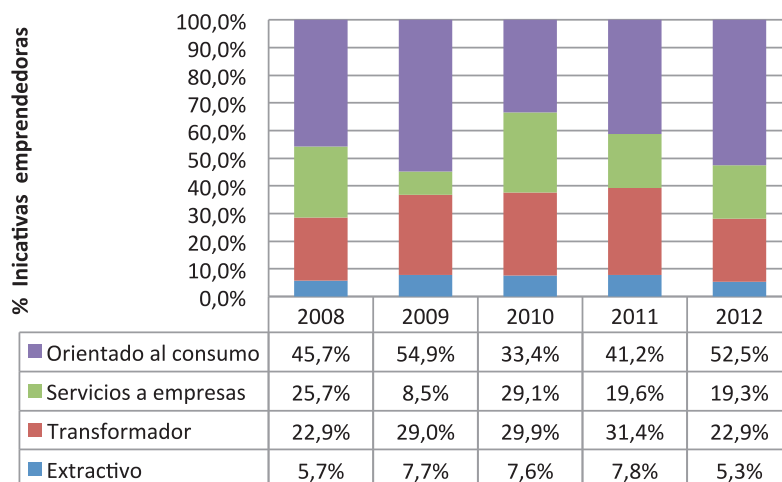
Tipo de actividad	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
Registrada	41,7%	70,4%	58,9%	96,8%
No registrada	58,3%	29,6%	41,1%	3,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3. Sector general de actividad en el que operan las iniciativas emprendedoras aragonesas

Dado el carácter sintético del informe GEM, la clasificación sectorial que se ofrece en el mismo toma en consideración cuatro grandes sectores o ámbitos de actividad: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo. Teniendo en cuenta esta clasificación sectorial, y de acuerdo con los datos de la Figura 3.1, la mayor parte de las iniciativas emprendedoras registradas por el informe GEM Aragón 2012 se ubican en el sector orientado al consumo (52,5%). Por detrás se encuentran las iniciativas emprendedoras dedicadas a actividades de transformación (22,9%) y a servicios a empresas (19,3%). Las actividades extractivas únicamente representan el 5,3% del total. Como puede

Figura 3.1.

Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2008-2012)

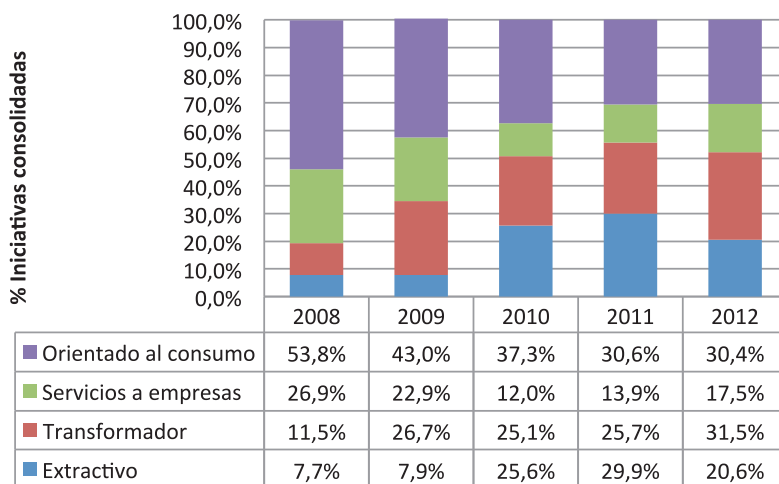


observarse, la distribución sectorial del emprendimiento en España sigue siendo similar a la del ejercicio 2011, aunque algunos sectores cambian su importancia. Así, las iniciativas emprendedoras en los sectores extractivo, transformador y de servicios a empresas disminuyen 2,5, 8,5 y 0,3 puntos porcentuales, respectivamente. Estas caídas se producen a favor de las iniciativas en el sector orientado al consumo, que experimentan un aumento 11,3 puntos. Estas cifras no deben resultar sorprendentes en la medida en que las actividades orientadas al consumo requieren de menores niveles de inversión, lo que facilita su puesta en marcha.

Si se compara la distribución de la actividad emprendedora incipiente con la de la actividad que supera los 42 meses (consolidada), la Figura 3.2 permite detectar algunas diferencias reseñables. La más destacada hace referencia a la mayor importancia del sector extractivo, que concentra menos del 6% de las iniciativas incipientes pero aglutina más del 20% de las consolidadas durante los años 2010, 2011 y 2012. Algo similar ocurre con el sector transformador, que aglutina más de un 30% de las actividades consolidadas en el año 2012, mientras que recoge en el entorno del 23% de las iniciativas incipientes. La mayor importancia de las actividades consolidadas en los sectores extractivos y transformador respecto a las incipientes se ve compensada por la menor importancia de las actividades consolidadas en los sectores de servicios a empresas y orientado al consumo. La diferencia es especialmente reseñable en este último caso (30,4% frente a 52,5%) y poco significativa en el anterior (17,5% frente a 19,3%).

Figura 3.2.

Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2008-2012)



3.4. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras

Un aspecto de interés al analizar la información sobre las iniciativas emprendedoras es el estudio de su tamaño y, en este sentido, el número de propietarios constituye un primer dato acerca de su dimensión. La Tabla 3.2 proporciona una primera aproximación a la distribución de esta variable para las actividades nacientes (aquellas asociadas a la puesta en marcha del negocio y que no conllevan todavía ni el pago de salarios ni la obtención de beneficios), nuevas (las que llevan en funcionamiento hasta 42 meses) y consolidadas (han superado los 3 años y medio de existencia) en Aragón durante el periodo 2008-2012.

Si atendemos a los datos de los años 2011 y 2012, observamos como el número medio de propietarios de las iniciativas que se encuentran en el periodo naciente ha aumentado, ya que la media pasa de 1,60 en 2011 a 2,00 en 2012. Sin embargo, se aprecia un ligero descenso en el número de propietarios de iniciativas nuevas y consolidadas. En el primer caso, el número medio de propietarios se reduce de 1,80 a 1,67. En el caso de las iniciativas consolidadas, el número medio de propietarios disminuye de 2,0 a 1,93. De cualquier modo, se confirma que el número de promotores es normalmente reducido, sólo uno o dos propietarios.

Tabla 3.2.

Número de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas

	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
2012				
Media	2,00	1,67	1,80	1,93
Mediana	1,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	1,78	1,48	1,60	1,68
2011				
Media	1,60	1,80	1,71	2,00
Mediana	1,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	0,90	1,20	1,04	1,70

	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
2010				
Media	2,20	1,30	1,65	1,70
Mediana	1,20	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	1,90	0,70	1,39	1,40
2009				
Media	1,83	1,90	2,04	2,28
Mediana	1,10	1,00	1,00	2,00
Moda	1,00	1,00	1,00	2,00
Desviación típica	1,03	1,46	1,86	1,03
2008				
Media	2,22	1,91	1,87	1,56
Mediana	1,36	1,09	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	2,20	1,63	1,28	1,23

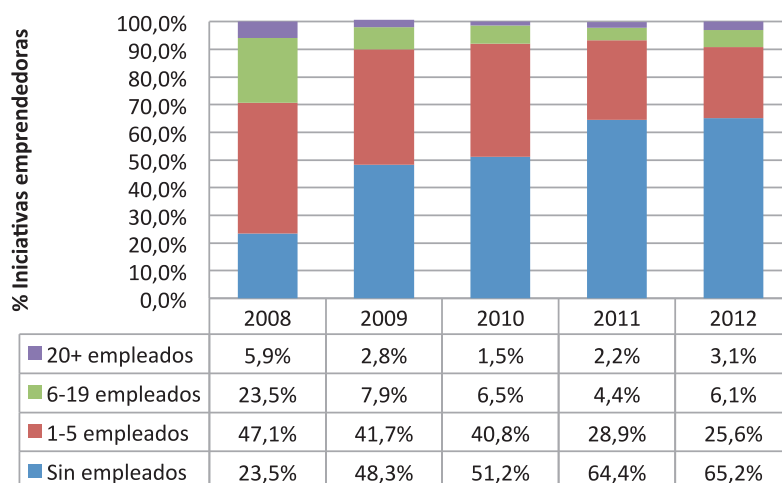
3.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas y de las empresas consolidadas

En este apartado clasificamos las actividades emprendedoras en función de su número de empleados. Para ello, distinguiremos cuatro grupos: las que no tienen empleados (sólo el emprendedor), las que generan entre 1 y 5 empleos, las que generan entre 6 y 19 empleos y las que generan 20 o más puestos de trabajo.

La Figura 3.3 muestra la evolución de la distribución por tamaños de las iniciativas emprendedoras (nacientes y nuevas) durante el periodo 2008-2012. La figura muestra cómo en el año 2012 un 65,2% de estas iniciativas únicamente ocupan al propio emprendedor, que un 25,6% emplea entre 1 y 5 personas y que sólo un 9,2% emplea a más de 6 personas. En este punto resulta de interés destacar que en los tres últimos años las iniciativas emprendedoras sin ningún empleado superan significativamente a las iniciativas con empleados. Como puede observarse, este resultado es consecuencia de la clara tendencia de crecimiento de las actividades en fase emprendedora en las que únicamente participa el promotor de la misma. En particular, debe señalarse que la distribución de empresas en fase emprendedora en función del número de empleados es muy similar durante los dos últimos años.

Figura 3.3.

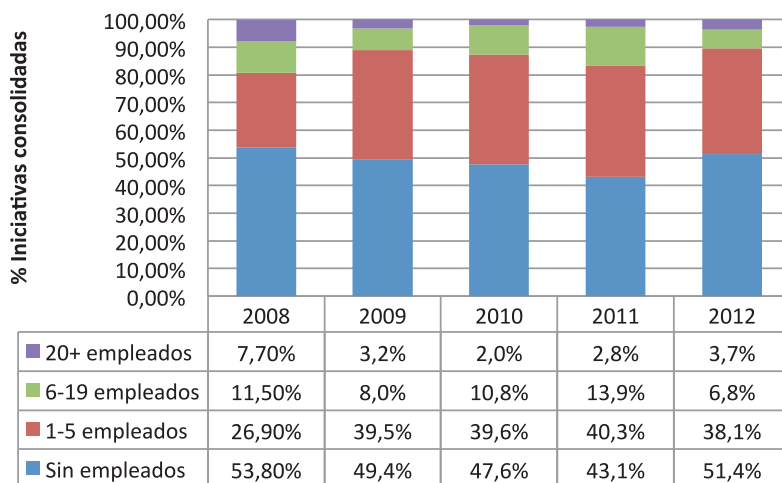
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal



La Figura 3.4 muestra la distribución por tamaños de las iniciativas consolidadas y su evolución temporal. En dicha figura puede observarse que, una vez que la empresa se consolida, el nivel de empleo generado aumenta, de manera que en 2012 un 51,4 % de las iniciativas ocupa únicamente al promotor de la propuesta (esta cifra es aproximadamente catorce puntos porcentuales inferior a la que corresponde al emprendimiento incipiente), mientras que un 38,1% emplean entre 1 y 5 trabajadores (casi trece puntos más) y el 10,5% restante superan los 6 empleados. Es igualmente reseñable que la proporción de iniciativas en las que participan seis o más trabajadores se reduce a lo largo del periodo analizado, pasando del 19,2% en 2008 al 10,5% en 2012. Por el contrario, el porcentaje de iniciativas que emplean entre 1 a 5 trabajadores se incrementa considerablemente y pasa del 26,9% de 2008 al 38,1% de 2012.

Figura 3.4.

Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal



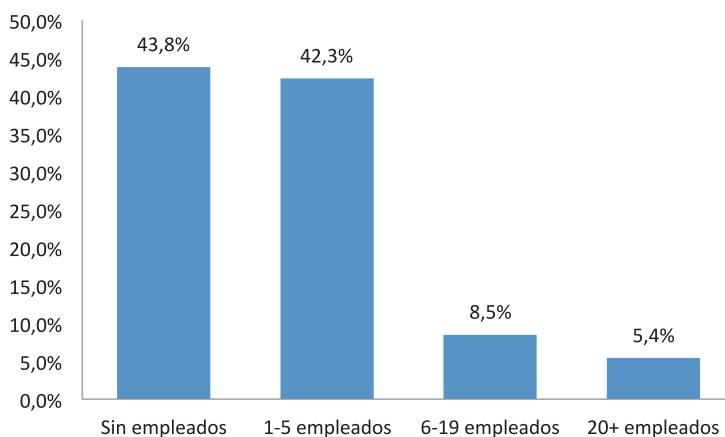
3.6. Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

Para estimar la proporción de iniciativas que espera crecer en términos de empleo se ha preguntado a los emprendedores entrevistados cuántos empleados esperan tener en los cinco años siguientes a la realización de la entrevista. Las Figuras 3.5 y 3.6 muestran los resultados referentes a las actividades emprendedoras y a las consolidadas.

Los emprendedores nuevos y nacientes (Figura 3.5) se muestran moderadamente optimistas. Comparando la Figura 3.5 con la Figura 3.3, que mostraba el número de empleados que trabajan actualmente en las iniciativas emprendedoras, se ve que sólo un 43,8% espera no tener empleados en 5 años, frente al 65,2% que no los tienen en el momento actual. Un 42,3% espera tener entre 1 y 5 empleados (25,6% en el momento de realización de la entrevista), mientras que el 8,5% de los emprendedores espera ocupar al menos a 6 trabajadores. Estas cifras ponen de manifiesto que, a pesar de las dificultades por las que atraviesa actualmente la Comunidad, los emprendedores son moderadamente optimistas y ni siquiera en un contexto como el actual se ha perdido la voluntad de incrementar el volumen de actividad, con el consiguiente efecto desde el punto de vista de la creación de nuevos puestos de trabajo.

Figura 3.5.

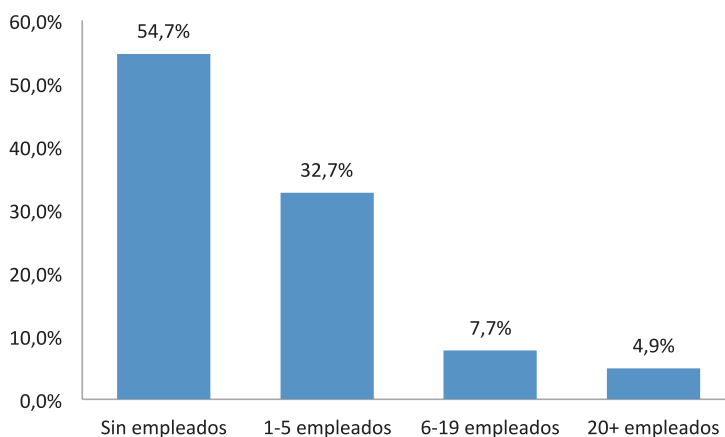
Distribución de las empresas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista



Si comparamos la situación actual para el caso de los emprendedores consolidados (Figura 3.4) con la expectativa de empleo futuro (Figura 3.6) observamos cómo esta visión del futuro se torna algo más pesimista, ya que las diferencias son ahora menos acusadas. El porcentaje de iniciativas consolidadas que actualmente no tienen empleados ni esperan tenerlos en un horizonte temporal de cinco años es ligeramente superior al 50%, mientras que el de iniciativas que esperan tener entre 1 y 5 empleados se sitúa en torno al 30%.

Figura 3.6.

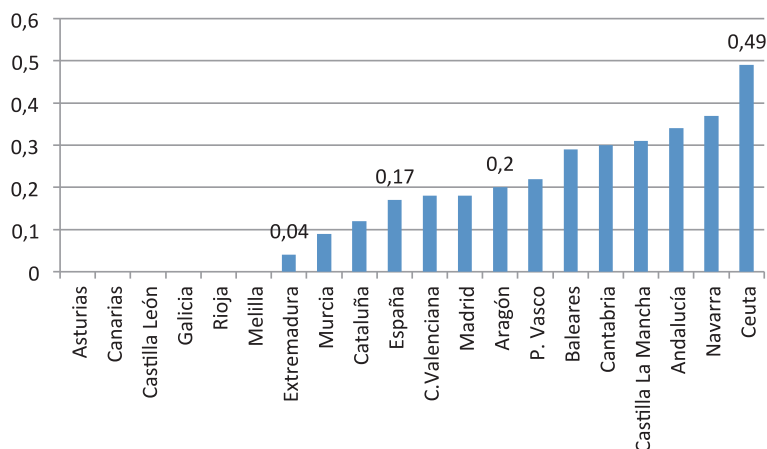
Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista



Si se analiza el crecimiento potencial de las nuevas empresas aragonesas en relación con el resto de comunidades autónomas (la Figura 3.7 compara el potencial de crecimiento elevado en Aragón, medido como la expectativa de generar 20 o más puestos de trabajo en los próximos 5 años), se puede observar que Aragón se sitúa por encima de 11 comunidades (y por encima de la media nacional) gracias a un 0,2% de emprendedores que esperan generar 20 o más empleos.

Figura 3.7.

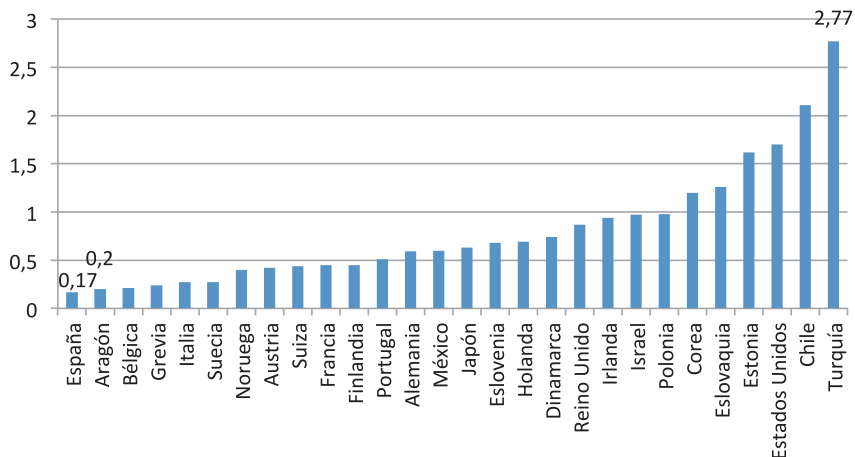
Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con las regiones españolas



El panorama no es tan halagüeño cuando la comparación se realiza con los países miembros de la OCDE (Figura 3.8), ya que entonces las expectativas en Aragón se sitúan exclusivamente por delante de las de España.

Figura 3.8.

Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con los países de la OCDE



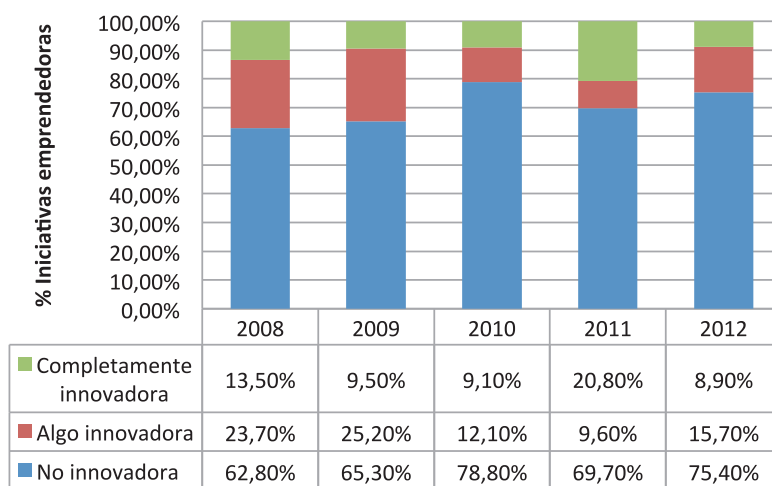
3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón

El impulso a la innovación en la UE sigue siendo un tema relevante desde el punto de vista de las políticas públicas de apoyo al empresario, especialmente en lo que hace referencia a la financiación y al desarrollo de proyectos. El concepto de innovación es multidimensional y se puede analizar desde muchos puntos de vista: gestión, producción, distribución, implantación, etc. El Proyecto GEM se ha centrado en los últimos años en la dimensión relacionada con el producto o servicio que se ofrece al cliente. Por consiguiente, los resultados que muestran las siguientes figuras han de entenderse como referidos únicamente a este factor, que quizás resulta excesivamente específico como representante de un concepto mucho más amplio.

La Figura 3.9 muestra la evolución desde 2008 en el grado de innovación de las iniciativas emprendedoras aragonesas. En ella se puede observar cómo hasta 2010 se detecta una tendencia creciente hacia un menor nivel de innovación, que se detiene en 2011, año en el que un 20,8% de las iniciativas emprendedoras se consideran completamente innovadoras. En el último año considerado, 2012, el número de iniciativas completamente o algo innovadoras disminuye ligeramente respecto al año anterior, hasta el 24,6%. En todo caso, las actividades no innovadoras siguen constituyendo alrededor de dos tercios del total de actividades en fase emprendedora.

Figura 3.9.

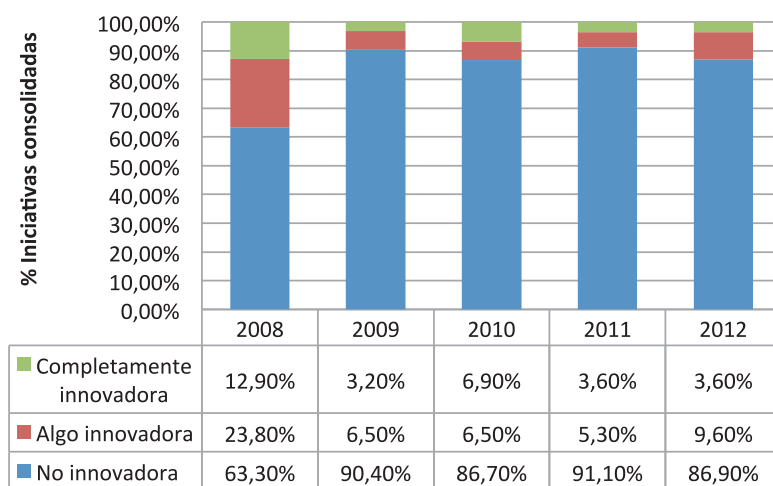
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal



En la Figura 3.10 se muestra la evolución en el grado de innovación de las iniciativas consolidadas, que aumenta ligeramente en el año 2012. Aunque el número de iniciativas consolidadas completamente innovadoras se mantiene constante en 2011 y 2012, el porcentaje de iniciativas algo innovadoras crece 4,30 puntos, con la consiguiente reducción en las no innovadoras. En todo caso, si comparamos las cifras de actividades no innovadoras en fase emprendedora con las de las actividades en fase consolidada, el porcentaje es aproximadamente 11 puntos porcentuales superior en estas últimas.

Figura 3.10.

Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal



3.8. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

La competitividad, junto con la innovación, constituyen los factores que caracterizan el emprendimiento de calidad y, por lo tanto, merece la pena prestarles especial atención, sobre todo en este momento de crisis económica. Por el contrario, el exceso de competencia podría ser uno de los factores que impulsaran el cierre de iniciativas. El Informe GEM aproxima el nivel de competencia de forma cualitativa a partir de la cantidad de competidores que ofrecen los mismos productos que la empresa del entrevistado.

Las Figuras 3.11 y 3.12 muestran el nivel de competencia al que se ven sometidas las iniciativas emprendedoras y las iniciativas consolidadas entre 2008 y 2012 en nuestra Comunidad Autónoma. De la observación de ambas figuras se desprenden dos conclusiones principales. Primero, aunque el nivel de competencia aumenta ligeramente en el último año

para las iniciativas emprendedoras, experimenta un pequeño descenso en el caso de las iniciativas consolidadas. El porcentaje de iniciativas emprendedoras que no debe hacer frente a competencia alguna se reduce en 7,7 puntos porcentuales, mientras que el de las empresas consolidadas aumenta en 5,4 puntos. Segundo, que las iniciativas consolidadas que hacen frente a mucha competencia superan a lo largo del todo periodo analizado a las iniciativas emprendedoras. Además, este hecho se hace más evidente en los años 2011 y 2012.

Figura 3.11.

Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal

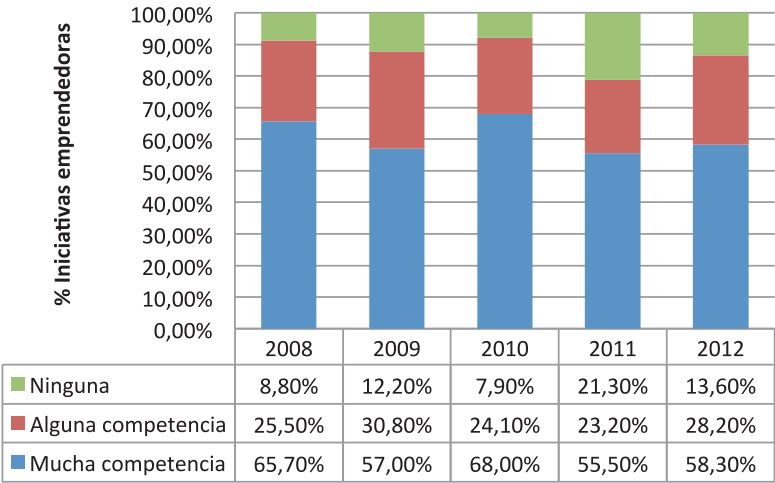
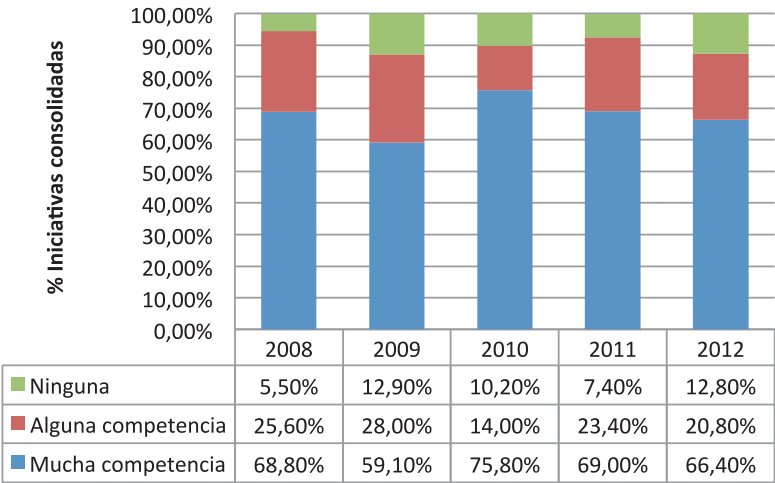


Figura 3.12.

Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal



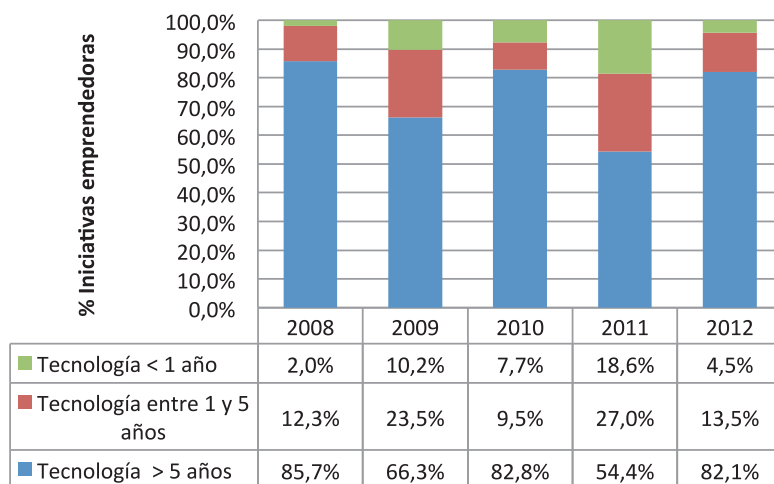
3.9. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y en las consolidadas

Un aspecto de vital importancia, junto con la innovación y la competitividad, es la adopción de nuevas tecnologías por parte de las empresas para el desarrollo de sus procesos productivos o la prestación de los servicios que ofrecen. El proyecto GEM proporciona cierta información acerca de este aspecto. En particular, las Figuras 3.13 y 3.14 muestran, para el periodo 2008-2012, el porcentaje de iniciativas en función de la antigüedad de las tecnologías utilizadas, distinguiendo entre las iniciativas emprendedoras y las consolidadas.

En el caso de las iniciativas emprendedoras (Figura 3.13) se observa una gran variación entre años, aunque la tendencia entre 2008 y 2011 parece ser hacia un uso de tecnologías cada vez más modernas. Esta tendencia parece romperse en 2012, año en el que se produce un aumento del 27,7% en las iniciativas emprendedoras que usan tecnologías de más de cinco años y una reducción de 14,1% en las iniciativas que usan tecnologías de menos de un año de antigüedad.

Figura 3.13.

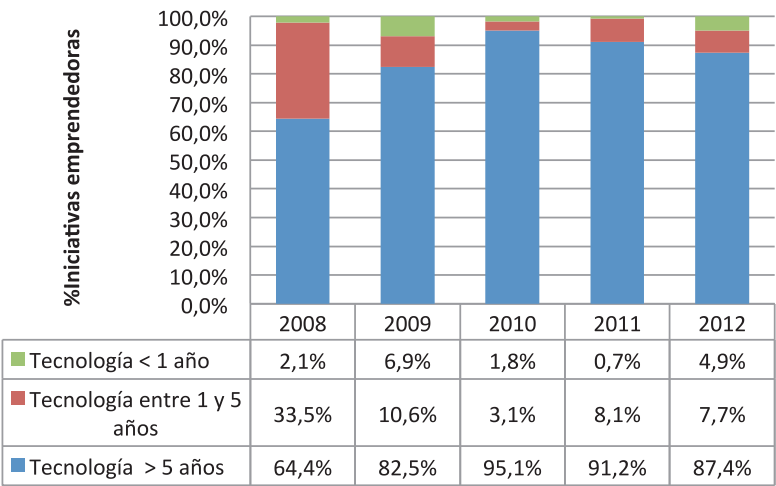
Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal



En el caso de las iniciativas consolidadas (Figura 3.14), las conclusiones son mucho más pesimistas. El porcentaje de iniciativas consolidadas que usan tecnologías recientes es muy inferior al de las iniciativas emprendedoras. De hecho, la tendencia hasta 2011 muestra claramente que cada vez se usan tecnologías más antiguas. No obstante, en 2012 se

observa una cierta mejora, al pasar el porcentaje de iniciativas consolidadas que emplean tecnologías con menos de un año de antigüedad de 0,7% a 4,9%.

Figura 3.14.
Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal



3.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

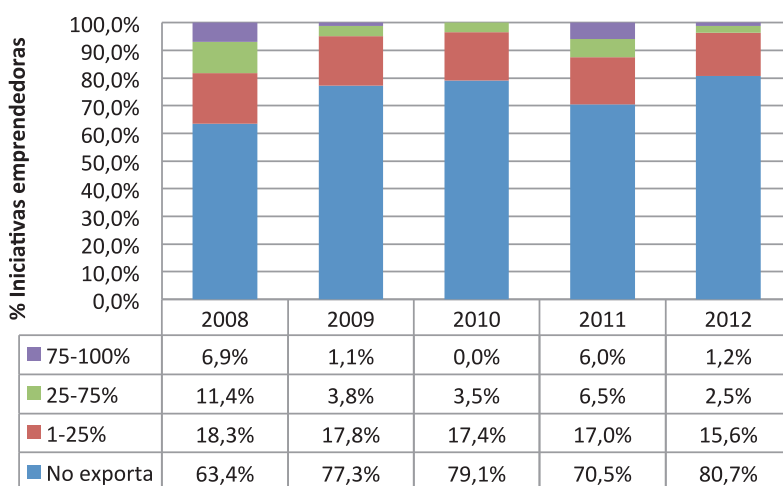
Las distintas Administraciones Públicas han estado trabajando durante los últimos años para conseguir una mayor internacionalización de las PYMES españolas, de modo que éstas pudieran incrementar su actividad exterior. Aprender a introducirse en otros mercados es imprescindible en un contexto global y altamente competitivo como el actual, por lo que la exportación debe hallarse entre los principales objetivos de nuestras empresas. Sin embargo, la internacionalización no siempre resulta sencilla, especialmente durante los primeros años de vida de la empresa. Hemos de tener en cuenta que nuestro período de referencia (menos de 42 meses de antigüedad) puede resultar corto para lograr resultados apreciables en este sentido. Además, identificar iniciativas emprendedoras que ex-

portan desde el inicio no es frecuente, al depender en gran medida del sector escogido para operar.

La Figura 3.15 muestra la propensión a la exportación de las iniciativas emprendedoras aragonesas entre 2008 y 2012. Entre 2008 y 2010 la tendencia mostraba una clara reducción de la intensidad exportadora, de manera que el porcentaje de empresas que no exportaban aumentó del 63,4% al 79,1%, y el porcentaje de iniciativas que exportaban un 25% o más se redujo del 18,3% al 3,5%. Esta tendencia parece invertirse en 2011, cuando el peso de las iniciativas no exportadoras se reduce 9 puntos, hasta el 70,5% y la tasa de empresas con elevada vocación exportadora aumenta hasta el 6%. Sin embargo, en 2012 el porcentaje de iniciativas en fase no emprendedora aumenta. En este año, las empresas que no exportan representan un 80,7% y las que exportan por encima del 75% tan solo un 1,2%.

Figura 3.15.

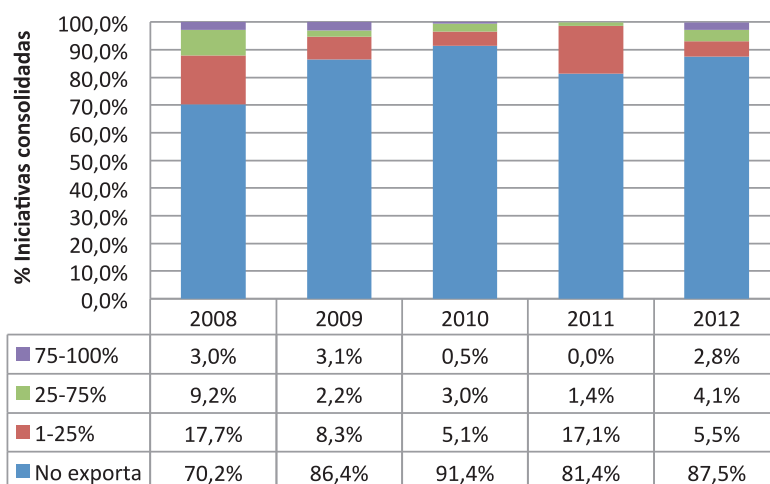
Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal



La Figura 3.16, por su parte, muestra la propensión a la exportación de las iniciativas consolidadas. Al igual que en el caso de las iniciativas emprendedoras, entre 2008 y 2010 se reduce el nivel de exportaciones de las iniciativas consolidadas, en 2011 se produce un cierto repunte y en 2012 vuelve a retomarse la tendencia hacia una menor exportación. En cualquier caso, la Figura 3.16 deja patente que las iniciativas consolidadas, en contra de lo que sería de esperar, exportan menos que las iniciativas emprendedoras.

Figura 3.16.

Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal

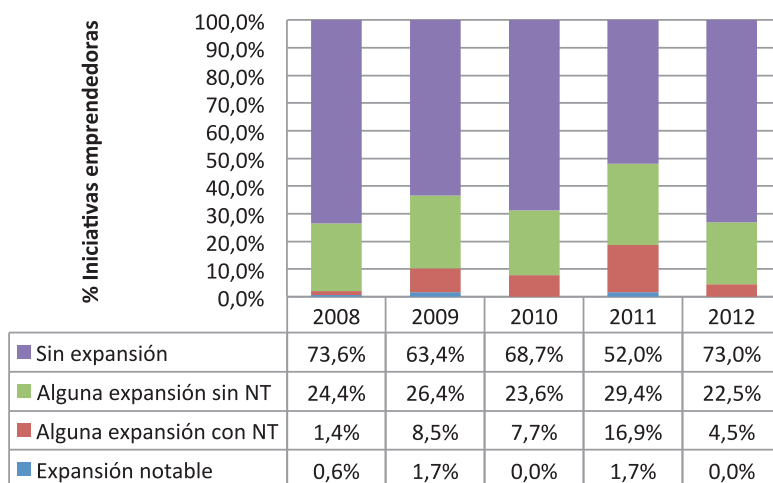


3.11. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

En función de los resultados obtenidos sobre las características de las iniciativas emprendedoras, el equipo técnico GEM calcula un valor que pretende aproximar cuál será la expansión potencial en el mercado. La Figura 3.17 muestra la expansión esperada por las iniciativas emprendedoras aragonesas, distinguiéndose cuatro categorías: la no expansión, alguna expansión sin uso de nuevas tecnologías, alguna expansión con uso de nuevas tecnologías y notable expansión. Con la excepción del año 2011, el porcentaje de iniciativas emprendedoras sin expectativas de expansión supera el 60%, llegando a alcanzar en 2012 la cifra del 73%. Ese mismo año, las expectativas de alguna expansión, ya sea con o sin nuevas tecnologías, representan un 27% y las expectativas de llevar a cabo una expansión notable son prácticamente inexistentes.

Figura 3.17.

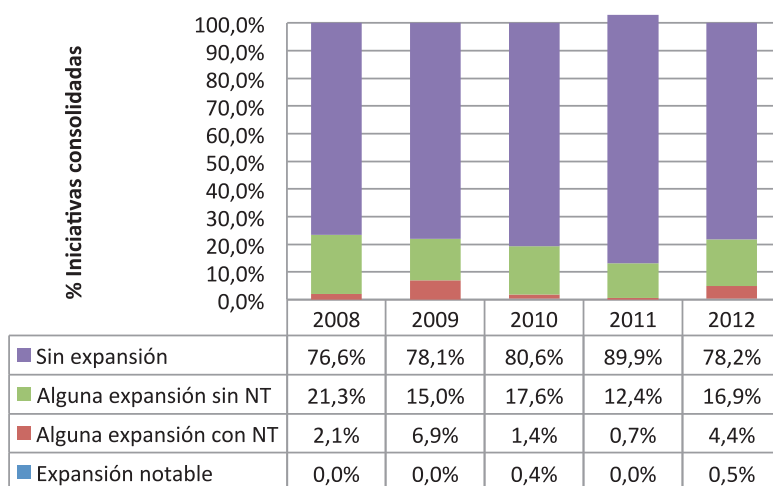
Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal



Por último, la Figura 3.18 muestra la expansión esperada por las iniciativas consolidadas. En este caso, se puede observar que en 2012 existe un mayor optimismo, ya que las expectativas de no expansión se reducen en 11,7 puntos porcentuales, a favor de las expectativas de alguna expansión. Las expectativas de alguna expansión sin nuevas tecnologías pasan del 12,4% en 2011 al 16,9% en 2012 y las expectativas de alguna expansión con nuevas tecnologías pasan del 0,7% en 2011 al 4,4% en 2012. En 2012, las expectativas de expansión notable alcanzan un modesto 0,5%.

Figura 3.18.

Distribución de las empresas en fase consolidada según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal



CAPÍTULO 4

**PERFIL SOCIOECONÓMICO
DEL EMPRENDEDOR ARAGONÉS**

4.1. Introducción

En este capítulo se presenta el perfil tipo de las personas que intervienen en el proceso emprendedor dentro de nuestra comunidad. Este perfil se ha elaborado a partir de la información proporcionada por los entrevistados que estaban involucrados en alguna iniciativa con independencia de sus características (potencial, naciente, nueva, consolidada o abandonada). Las variables socioeconómicas que se han tomado en consideración son las relativas al sexo, edad, nivel de estudios, formación específica para emprender, nivel de renta, tamaño del núcleo familiar, estatus laboral y origen. Los resultados que se desprenden de este análisis pueden constituir un elemento más a la hora de establecer un marco de actuación para el diseño de políticas públicas destinadas a la mejora de las condiciones personales y ambientales en las que el emprendedor desarrolla su actividad.

Los análisis que se presentan a continuación se centran en el estudio del perfil de los emprendedores nuevos y nacientes, por ser estos los que configuran el índice TEA. Sólo en aquéllos casos en los que se observen divergencias relevantes en relación con los otros tipos de emprendedores (consolidados, potenciales y aquellos que abandonan la actividad) se prestará atención a estos grupos, con el fin de tratar de detectar posibles tendencias en el perfil socioeconómico del emprendedor aragonés con respecto a aquellos que tienen intención de emprender en el futuro o que lo hicieron en el pasado.

4.2. Sexo

En 2012 el porcentaje de iniciativas emprendedoras incipientes promovidas por hombres es superior (57,1%) al de las promovidas por mujeres (42,9%) (Tabla 4.1). No obstante, las diferencias son especialmente acusadas en los emprendedores nuevos (63,0% frente al 37,0%). Si sólo se considera la actividad naciente, el emprendimiento femenino (51,4%) es ligeramente superior al masculino (48,6%). Dicho de otro modo, aunque a la hora de plantear la idea de poner en marcha un negocio las diferencias entre hombres y mujeres apenas son relevantes, cuando se trata de dar el paso definitivo y constituir la empresa los hombres son más propensos a asumir el reto. Este argumento resulta consecuente con la mayor tasa de abandono por parte de las mujeres, lo que redundaría en la idea de una mayor aversión al riesgo por parte de este colectivo. En todo caso, el Capítulo 6 extiende este análisis proporcionando una panorámica de la situación del emprendimiento femenino en Aragón.

Tabla 4.1.

Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Hombre	57,1%	48,6%	63,0%	62,6%	57,0%	42,9%
Mujer	42,9%	51,4%	37,0%	37,4%	43,0%	57,1%

4.3. Edad

Tal y como muestra la Tabla 4.2, la edad media del emprendedor aragonés es de casi 38 años, siendo el grupo de edad comprendido entre los 35 y 44 años el que tiene un mayor peso en las nuevas iniciativas que se crean en la región (Tabla 4.3). Los que esperan emprender una nueva actividad en el futuro se corresponden, principalmente, con sujetos con edades comprendidas entre los 25 y 34 años (seguramente, tras haber terminado su formación académica o haber adquirido experiencia profesional suficiente), mientras que las actividades consolidadas y abandonadas suelen proceder de individuos algo más mayores que los emprendedores nacientes, con edades comprendidas entre los 45 y 54 años.

Tabla 4.2.

Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años)

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Años	37,92	38,27	37,69	47,61	35,79	42,86

Tabla 4.3.

Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (%)

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
18-24	4,3%	5,4%	3,6%	1,4%	12,9%	6,9%
25-34	33,7%	32,4%	34,5%	8,6%	35,3%	24,1%
35-44	41,3%	37,8%	43,6%	29,1%	30,4%	24,1%
45-54	15,2%	13,5%	16,4%	33,6%	17,4%	27,6%
55-64	5,4%	10,8%	1,8%	27,3%	4,0%	17,2%

4.4. Nivel de estudios

Según se muestra en la Tabla 4.4, el nivel de estudios que predomina entre los emprendedores aragoneses es el de una titulación media o superior: formación profesional (31,8%) y universitaria (35,3%), de manera que entre ambos grupos aglutinan más de dos tercios de las nuevas iniciativas. Estos datos son acordes con los obtenidos en 2011, momento en el que los emprendedores con estudios universitarios constituían el 37,5% y los titulados con formación profesional ascendían al 29,4%. Los titulados universitarios conforman también el grupo que manifiesta unas mayores expectativas de abrir un negocio en los próximos tres años (36,4%).

Otro dato que merece destacarse es que la mayor parte de los ceses se produce entre emprendedores con formación primaria (52,9%), tasa que aproximadamente duplica a la que se observa en este colectivo en el resto de columnas que se presentan en la Tabla 4.4. Este contraste pone de manifiesto la importancia de la educación en el proceso emprendedor, ya que esta incrementa la probabilidad de apertura de nuevos negocios a la vez que reduce el riesgo de cierre. En línea con este argumento, las tasas de abandono son proporcionalmente menores para los titulados medios y superiores.

Tabla 4.4.

Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Sin estudios	3,5%	2,7%	3,9%	7,4%	2,7%	0%
Primaria	18,2%	24,3%	13,7%	29,8%	22,3%	52,9%
Secundaria	11,4%	2,7%	17,6%	10,2%	13,2%	5,9%
FP	31,8%	37,8%	27,5%	23,7%	25,4%	17,7%
Universidad	35,3%	32,4%	37,3%	28,9%	36,4%	23,6%

4.5. Posesión de formación específica para emprender

El informe GEM pone de manifiesto que, en general, la mayoría de individuos que toman la decisión de iniciar una actividad empresarial por cuenta propia no ha recibido formación específica para emprender (un 58,7% del total, según se pone de manifiesto en la Tabla 4.5). Sin embargo, un análisis separado de los dos grupos de emprendedores inci-

pientes que considera el informe pone de manifiesto algunos resultados de interés. En particular, mientras que aproximadamente dos de cada tres emprendedores nuevos (aquellos cuya empresa lleva menos de 42 meses operando) no han recibido ningún tipo de formación en la materia, la situación se invierte en el caso del emprendedor naciente (aquel que está dando los primeros pasos en la actividad, sin pagar todavía salarios ni obtener beneficios), grupo en el que un 56,8% sí ha recibido formación específica. Una posible explicación de este contraste puede venir dada por el hecho de que, en un contexto económico especialmente difícil en el que el emprendimiento por necesidad ha alcanzado los niveles más elevados de los últimos años, los promotores de las nuevas iniciativas son cada vez más conscientes de la necesidad de disponer de unos mínimos conocimientos para poner en marcha su negocio. La importancia de una buena formación también se pone de manifiesto al analizar la tasa de abandonos: un 82,1% de los promotores de las actividades que dejan de operar carecían de formación específica, lo que indirectamente estaría indicando que aquellos empresarios con conocimientos suficientes están en mejor disposición para sacar adelante sus iniciativas y cometen menos errores, lo que aumenta sus opciones de supervivencia.

Tabla 4.5.
Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Sí	41,3%	56,8%	31,5%	36,8%	42,6%	17,9%
No	58,7%	43,2%	68,5%	60,5%	57,0%	82,1%
NS/NC	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	0,4%	0,0%

4.6. Nivel de renta anual

A continuación se analiza la distribución de los emprendedores entre los diferentes tramos de renta considerados en el estudio (véase la Tabla 4.6). No obstante, es importante apuntar que, al igual que ha ocurrido en otras ediciones, hay un porcentaje importante de emprendedores que

no contesta a esta pregunta (en el entorno del 40%), lo que hace que los comentarios que se plantean a continuación deban valorarse con cierta cautela.

En general, los individuos que declaran estar implicados en la puesta en marcha de un negocio con menos de tres años y medio de antigüedad tienen un nivel de renta medio-alto. El grupo más representado es el formado por los individuos con ingresos entre 30.001 y 40.000 euros (26,8%), aunque también hay un amplio porcentaje en los segmentos entre 21.000 y 30.000 (25%) y entre 10.000 y 20.000 euros (23,2%). En todo caso, es importante destacar que el contexto económico ha animado a emprender a un buen número de aragoneses con niveles de renta algo inferiores. De este modo, el grupo más numeroso entre los emprendedores nacientes es el que declara unos ingresos entre 10.000 y 20.000 euros, al igual que ocurre entre los emprendedores potenciales y consolidados. También merece destacarse el hecho de que las mayores tasas de abandono se alcanzan entre los aragoneses con menores recursos, algo que debe entenderse como esperado en la medida en que la capacidad financiera y, en consecuencia, sus posibilidades de resistir en un entorno especialmente hostil, son menores.

Tabla 4.6.

Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (%)

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
<10.000 €	7,1%	10,5%	5,6%	7,8%	9,3%	30,8%
10.000- 20.000 €	23,2%	31,6%	19,4%	31,0%	36,4%	30,8%
20.001- 30.000 €	25,0%	26,3%	22,2%	19,4%	24,3%	15,3%
30.001- 40.000 €	26,8%	21,1%	30,6%	14,0%	18,6%	23,1%
40.000- 60.000 €	8,9%	5,3%	11,1%	15,5%	5,7%	0,0%
60.001- 100.000 €	5,4%	5,3%	5,6%	10,1%	3,6%	0,0%
>100.000 €	3,6%	0,0%	5,6%	2,3%	2,1%	0,0%

4.7. Tamaño del hogar (hábitat)

El estudio también trata de poner de manifiesto cuál es el tamaño más habitual de los hogares en los que residen los nuevos emprendedores. La Tabla 4.7 muestra que dicho tamaño es muy similar entre todos los emprendedores aragoneses con independencia del grado de madurez de su iniciativa y oscila entre las 2,92 personas de los emprendedores nacientes y las 3,29 de los emprendedores potenciales. Estos valores se reducen ligeramente en relación con los valores obtenidos en el informe correspondiente al año 2011, donde el tamaño medio del hogar más frecuente (37%) era de cuatro miembros.

Tabla 4.7.

Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (media)

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Personas	3,06	2,92	3,15	3,20	3,29	2,86

4.8. Situación laboral

La Tabla 4.8 pone de manifiesto que la situación laboral que predomina entre los emprendedores es la de trabajador a tiempo completo, algo que resulta natural en el caso de los individuos que ya están gestionando su propia empresa. Entre los emprendedores nacientes es relativamente importante la proporción de desempleados, que suponen un 16,2% del total. Este porcentaje aumenta al 28,7% entre los que tienen en mente crear su propia empresa en un futuro próximo.

Tabla 4.8.

Situación laboral según la fase del proceso emprendedor (%)

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
T.completo	87,8%	73,0%	98,1%	99,1%	48,4%	39,3%
T. parcial	3,3%	5,4%	1,9%	0,5%	8,1%	17,9%
Jubilación	1,1%	2,7%	0,0%	0,0%	1,8%	10,7%
Lab. hogar	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	3,1%	3,6%
Estudiante	1,1%	2,7%	0,0%	0,0%	9,9%	0,0%
En paro/otra	6,7%	16,2%	0,0%	0,0%	28,7%	28,6%

4.9. Origen

Por último, este capítulo trata de comprobar si existen diferencias importantes entre la propensión emprendedora de los españoles que residen en Aragón y los que proceden de otros países. En este sentido, tal como pone de manifiesto la Tabla 4.9, el porcentaje de extranjeros emprendedores (3,3%) es sustancialmente inferior al porcentaje de españoles (96,7%), si consideramos a los emprendedores nuevos y nacientes. No sólo eso, sino que los emprendedores extranjeros tienen una menor importancia que la que les correspondería en virtud de su presencia relativa dentro de la población aragonesa (el 12,9% según los datos del último padrón, de enero de 2012). A pesar de todo, esta cifra es coherente con las publicadas en los informes correspondientes a los años previos.

Tabla 4.9.

Origen según la fase del proceso emprendedor

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Español	96,7%	91,9%	100%	98,2%	90,6%	92,9%
Extranjero	3,3%	8,1%	0,0%	0,9%	8,1%	7,1%

4.10. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2012

Para terminar, a continuación se recoge una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2012 y que se deriva directamente de la información proporcionada a lo largo de este capítulo (Tabla 4.10).

Tabla 4.10.

Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2012

	Emprendedor incipiente (TEA)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Sexo	H: 57,1%	H: 48,6%	H: 63,0%	H: 62,6%	H: 57,0%	H: 42,9%
	M: 42,9%	M: 51,4%	M: 37,0%	M: 37,4%	M: 43,0%	M: 57,1%
Edad	38 años	38 años	38 años	48 años	36 años	43 años
Nivel de estudios mayoritario	Universidad	FP	Universidad	Primaria	Universidad	Primaria

	Emprendedor incipiente (TEA)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Formación específica para emprender	41,3%	56,8%	31,5%	36,8%	42,6%	17,9%
Nivel de renta media [euros]	30.000- 40.000	10.000- 20.000	30.000- 40.000	10.000- 20.000	10.000- 20.000	<20.000
Tamaño del hogar	3,06	2,92	3,15	3,20	3,29	2,86
Situación laboral	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa
Origen español	96,7%	91,9%	100%	98,2%	90,6%	92,9%

CAPÍTULO 5

**LA FINANCIACIÓN DEL PROCESO
EMPRENDEDOR EN ARAGÓN**

5.1. Introducción

La financiación es uno de los aspectos del entorno que más influye en la magnitud y características de la actividad emprendedora. Si bien se trata de un elemento clave en cualquier contexto y momento del tiempo, resulta especialmente relevante si consideramos la crisis financiera que ha venido afectando a la economía española durante estos últimos años. De hecho, una de las principales preocupaciones de las empresas españolas a lo largo del año 2012 ha sido el acceso a la financiación⁷ y no cabe duda de que las iniciativas emprendedoras no son ajenas a la misma. La dificultad de acceder a financiación ajena complica el acceso al capital por parte de los emprendedores, lo que en último término condiciona la puesta en marcha de la empresa o, como mínimo, la ambición de sus propuestas.

Este capítulo se centra en el estudio de la financiación del proceso emprendedor en Aragón. En primer lugar se analiza el capital semilla necesario para poner en marcha una empresa. El análisis de las necesidades de financiación de las iniciativas en fase naciente en Aragón indican que desde el inicio de la crisis hemos asistido a una disminución significativa del capital semilla medio para poner en marcha nuevas actividades. En segundo lugar, se estudia el papel del inversor informal y del *business angel* y se analiza el perfil de los inversores privados en negocios ajenos. Los resultados muestran que hemos asistido a una disminución de la inversión informal como fuente de apoyo del emprendimiento y que la familia continúa siendo el principal tipo de inversor informal en las iniciativas emprendedoras.

5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una start-up

Tal y como se muestra en la Tabla 5.1, las iniciativas nacientes puestas en marcha durante 2012 necesitaron una media de capital semilla de 66.273 euros, frente a los 117.304 euros de 2011, lo que supone un descenso de casi un 43,5%. En todo caso, este valor medio puede verse fuertemente afectado por la existencia de casos extremos, por lo que seguramente la mediana de la distribución es mejor indicador de capital que suele ser necesario para poner en marcha un negocio. En este

⁷ Véase, por ejemplo, el documento de trabajo de los servicios de la Comisión Europea sobre la "Evaluación del programa nacional de reforma y del programa de estabilidad de España para 2012", disponible en http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/nd/swd2012_spain_es.pdf.

sentido, la inversión mediana ascendió a casi 10.500 euros, lo que supone un importante descenso en relación con los más de 30.000 euros de inversión de 2011. En consecuencia, la situación económico-financiera hace que las iniciativas sean mucho menos ambiciosas que las de los últimos años y esta caída es independiente del indicador elegido para evaluarla.

Tabla 5.1.

Características y distribución del capital semilla en 2012

	Capital semilla necesario por Start up(euros)		Capital semilla aportado por el emprendedor(euros)		Capital semilla aportado por el emprendedor (% sobre total)	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Media	66.273	117.304	12.202	37.043	66,2	64,5
Mediana	10.494	30.248	7.483	12.820	72,1	50,0
Moda	1.000	3.000	1.000	100.000	100	100
Desv. típica	168.991	261.697	14.314	50.079	36,5	33,7
Mínimo	0	2000	0	10	12,5	0,03
Máximo	700.000	1.200.000	300.000	200.000	100	100

Por lo que respecta al capital que aporta el propio emprendedor, éste es, en mediana, de casi 7.500 euros (la media asciende en este caso a 12.202 euros) y, de nuevo, se observa una importante caída en relación con el año precedente, si bien es cierto que hay casos concretos en los que la inversión que realiza el emprendedor es mucho más importante (300.000 euros en el caso más extremo). No obstante, es importante destacar en este punto que en el último año se observa que la variabilidad en la aportación que realiza el emprendedor se reduce en más de un 70% (nótese que la desviación típica pasa de 50.000 a 14.300 euros) y que incluso la inversión más habitual se sitúa en tan sólo 1000 euros.

Resulta también interesante observar que los emprendedores aragoneses que recurren a financiación externa están aportando, por término medio, el 66,2% del capital necesario, un porcentaje similar al de 2011, cuando asumían el 64,5% de la inversión. No obstante, en 2012 un 42% del colectivo asume toda la inversión necesaria, porcentaje que se ha incrementado en 15 puntos en relación con 2011, lo que de nuevo pone de manifiesto la dificultad que tienen los emprendedores a la hora de acceder a las diferentes fuentes de financiación. Respecto a quienes no aportan el 100% del capital, asumen en torno al 32% del importe necesario, cifra sensiblemente inferior a la estimada los dos años anteriores.

Si comparamos estas cifras con las del capital semilla del emprendedor nacional (véase el informe GEM España 2012), observamos que las iniciativas llevadas a cabo en Aragón son mucho más modestas. Así, la inver-

sión de capital semilla promedio necesario a nivel nacional es de casi 755.000 euros y el capital medio aportado por el emprendedor asciende a casi 113.000 euros. La aportación realizada por éste supone, en promedio, el 61% del capital necesario. También a nivel nacional existen algunas iniciativas atípicas que distorsionan la media, llegándose en un caso concreto a realizar una inversión de 600 millones de euros. En el caso del emprendedor nacional, la mediana del capital semilla es de 18.000 euros y la del capital aportado por el emprendedor de 10.000 euros.

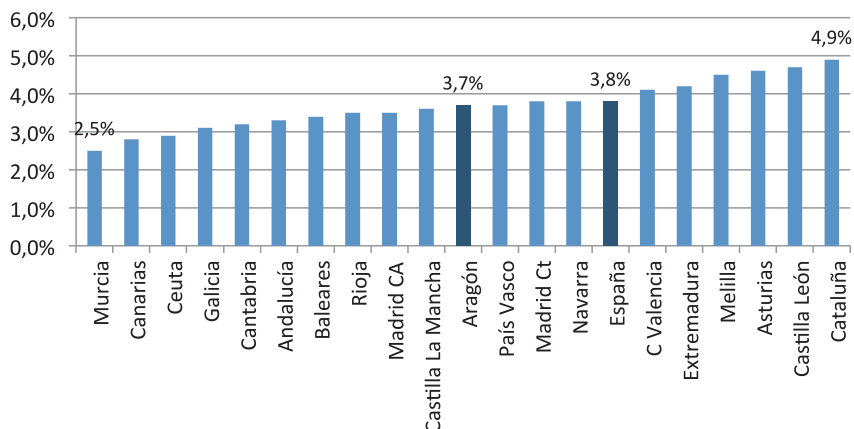
5.3. El papel del inversor informal y del business angel en Aragón y en el entorno GEM

Uno de los outputs que se deriva del Proyecto GEM es la medición de la propensión a invertir en negocios ajenos de la población que tiene entre 18 y 64 años. Los datos que se obtienen de la encuesta permiten estimar el porcentaje de adultos que ha invertido capital en negocios ajenos en los tres años anteriores a la entrevista, la cuantía aproximada y la relación que une al inversor con el beneficiario.

La Figura 5.1 recoge la importancia que tiene el *business angel* en la financiación de los proyectos emprendedores. En ella se observa como las cifras que valoran su importancia oscilan entre el 4,8% de Cataluña y el 2,5% de Murcia. En el caso de Aragón, un 3,7% de la población adulta ha actuado en este período como inversor privado en negocios ajenos en los que no tienen participación alguna en su propiedad. De nuevo, puede resultar interesante comparar estas cifras con las del inversor nacional, aunque en este caso apenas hay diferencias (en España el porcentaje es del 3,8%). Sin embargo, hay que destacar que mientras en Aragón se ha producido una disminución del 5,1% en relación con el período anterior, en España se observa un aumento del 5,3%.

Figura 5.1

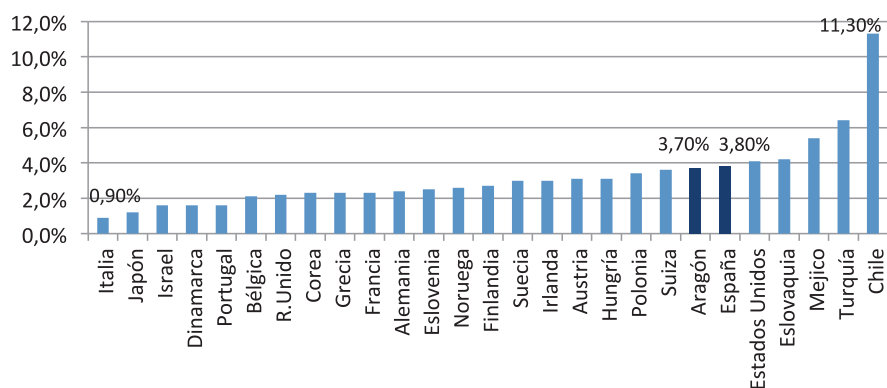
Importancia del *business angel*: regiones españolas



Si se analiza el fenómeno en el contexto de la OCDE (Figura 5.2), Aragón se encuentra por encima de la media. Eslovaquia, Méjico, Turquía o Chile son los países con mayor proporción de inversión privada e Italia el que presenta una menor participación de la población en este canal de financiación, con un 0,9%.

Figura 5.2

Importancia del *business angel*: países OCDE



5.4. Distribución y perfil de los inversores privados en negocios ajenos

Dentro de la inversión privada en negocios ajenos podemos distinguir entre la inversión informal y la llevada a cabo por *business angels*. La primera es en Aragón⁸ bastante más elevada (3,3% de la población entre 18 y 64 años) que la llevada a cabo por *business angels* (0,1% de la población entre 18 y 64 años).

La distinción entre estos dos grupos viene dada, fundamentalmente, por el tipo de relación que tienen con el beneficiario de su inversión y por su grado de profesionalización. Así, el inversor informal suele tener una relación familiar, de amistad o de relaciones de trabajo con el emprendedor, actúa de una forma desinteresada, habitualmente altruista, y suele invertir cantidades modestas y por las que no espera un retorno específico (en muchos casos, ni siquiera recuperar lo invertido). En cambio, el *business angel* suele ser una persona que no tiene una relación

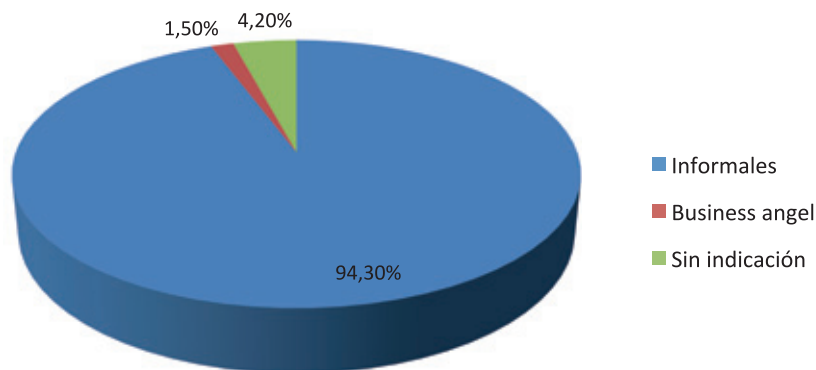
⁸ En España, los porcentajes son prácticamente iguales a los aragoneses: el 3,4% de la población adulta española realiza inversión privada en negocios ajenos y únicamente el 0,2% es llevada a cabo por *business angels* (véase el informe GEM España 2012).

previa con el emprendedor y que invierte en el negocio porque ha identificado una oportunidad interesante que le puede reportar algún tipo de beneficio. Estos inversores acostumbran a tener experiencia empresarial y, en muchas ocasiones, no sólo aportan capital, sino también ideas, asesoramiento y hasta pueden acabar involucrándose en el negocio. Su objetivo es la rentabilidad y ver crecer el negocio, aunque ello lleve tiempo. Por consiguiente, las motivaciones de uno y otro colectivo, así como su forma de actuar, son lo suficientemente diferentes como para ser destacadas.

GEM Aragón (al igual que GEM España) no ha distinguido entre estos dos colectivos hasta que la presencia del segundo ha comenzado a cobrar importancia, pues la figura del *business angel* profesionalizado es relativamente escasa en nuestra comunidad aunque sus prácticas y su importancia han ido ganando peso con el paso del tiempo. Del total de la inversión privada en emprendimiento, véase la Figura 5.3, la actuación *business angel* supone un 1,5% del total, mientras que la inversión informal supone un 94,3%. El resto de los encuestados no ha querido revelar su relación con el beneficiario de su inversión.

Figura 5.3

Distribución de la población total involucrada en inversión privada en negocio ajenos en función del tipo de inversor



En relación al perfil del inversor privado en Aragón (recordemos que es quien que aporta dinero a negocios en los que no tiene participación en la propiedad), puede ser con la misma probabilidad un hombre (49,9%) o una mujer (50,1%). La edad media del inversor privado es de unos 45 años de edad, con estudios superiores (32,5% de los casos) y sin formación específica para emprender (51,6%), que trabaja a tiempo completo o parcial (70,4%), cuya renta tiende a pertenecer al tercio superior (68,9% de los casos) y que vive en un hogar medio de 3 personas. Entre sus planes a corto plazo no está incluido el de emprender y, además, no percibe buenas oportunidades para ello en los próximos seis meses en

su zona, pero tiene las habilidades y conocimientos necesarios para poner en marcha un negocio y el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender. Un 7,2% de estos inversores está involucrado en su propia iniciativa emprendedora y un 21,2% es empresario consolidado. El 93% de estos inversores es español, mientras que el 7% son extranjeros. El 29,4% vive en el medio rural y el 70,6% restante en entornos urbanos.

Si comparamos este perfil con el inversor promedio del país (no recogido en la tabla) se concluye que en España el perfil medio corresponde a un hombre (57,7% de los casos), de unos 44 años de edad, con estudios superiores (41,3%) y sin formación específica para emprender (56,1%), que trabaja a tiempo completo o parcial (70,0%), cuya renta tiende a pertenecer al tercio superior (66,1%) y que reside en un hogar donde conviven habitualmente 3 personas.

Inversor privado en negocios ajenos de entre 18 y 64 años de edad

El número de hombres y mujeres es muy similar

35,1% tiene estudios de nivel bajo
31,0% tiene estudios de nivel medio

Edad media de 44,8 años con una desviación típica de 11,5

Corresponden a un hogar medio de 3 personas

Situación laboral activa 70,4%
Otro caso 19,6%

El 48,4% tiene formación específica para emprender

El 20,4% es emprendedor potencial

El 7,1% está involucrado en una iniciativa emprendedora

El 21,2 % es propietario o participa en una empresa consolidada

El 68,9 % con rentas pertenecientes al tercio superior

Tiene habilidades y experiencia para emprender el 70,8%

Ve buenas oportunidades el 22,4%

Vive en el entorno rural el 29,4%

El 62,6% no teme al fracaso

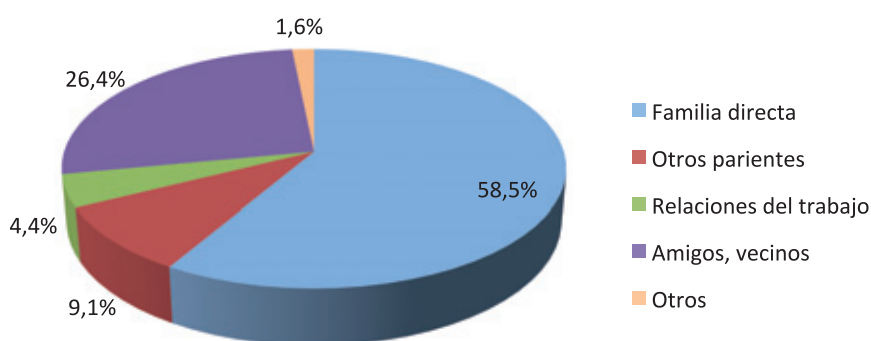
En cuanto a la comparación del perfil del inversor privado aragonés entre 2011 y 2012, las principales cuestiones a destacar son las siguientes:

- Se mantiene la participación femenina en este colectivo.
- Asciende la edad media en tres años, que pasa de 41,3 años en 2011 a 44,8 años en 2012.
- Disminuye la proporción de personas con estudios superiores.
- Se mantiene la presencia de emprendedores y aumenta la de empresarios consolidados.
- Aumenta en un 26% la proporción de inversores que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos meses en su zona.
- Aumenta ligeramente la presencia de inversores con habilidades y conocimientos para emprender.
- Aumenta el porcentaje de inversores que no temen fracaso

La relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión, que se puede observar en la Figura 5.4, es predominantemente de tipo familiar (58,5% de los casos), de forma que la presencia de esta fórmula ha disminuido 20 puntos porcentuales con respecto al año 2011. En cambio, aumenta la implicación de familiares menos directos, la de amigos y vecinos y la de compañeros de trabajo.

Figura 5.4

Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión



En cuanto a los importes aportados, la inversión media que realizan las personas involucradas en la financiación de negocios ajenos es de unos 23.315 euros, pero este dato está afectado por casos atípicos, por lo que resulta más representativa la mediana de 7.000 euros (1.000 euros por encima de la observada en 2011). La moda o caso más frecuente es haber proporcionado 3.000 euros (la cifra disminuye a la mitad de la del 2011).

CAPÍTULO 6

**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
EN FUNCIÓN DEL GÉNERO**

6.1. Introducción

Las razones aducidas históricamente para justificar la falta de atención específica al colectivo emprendedor femenino no se sustentan en la actualidad. Estas razones se apoyaban sobre todo en el argumento de que el número de empresas creadas por mujeres era relativamente reducido y que, en todo caso, no debía darse un tratamiento diferente al que se otorga a las empresas creadas por hombres. Sin embargo, la contribución femenina a la actividad emprendedora ha seguido durante los últimos años una tendencia creciente, según se refleja en los estudios de investigación españoles realizados sobre creación de empresas. El informe GEM España se hace eco de esta tendencia y, desde el año 2002, dedica un capítulo específico al estudio de este colectivo. Este planteamiento también se adopta en el informe GEM Aragón, de manera que este capítulo trata de profundizar en las características específicas del colectivo emprendedor femenino en la Comunidad, así como en las posibles diferencias en relación con el resto de regiones y países que participan en el Proyecto GEM.

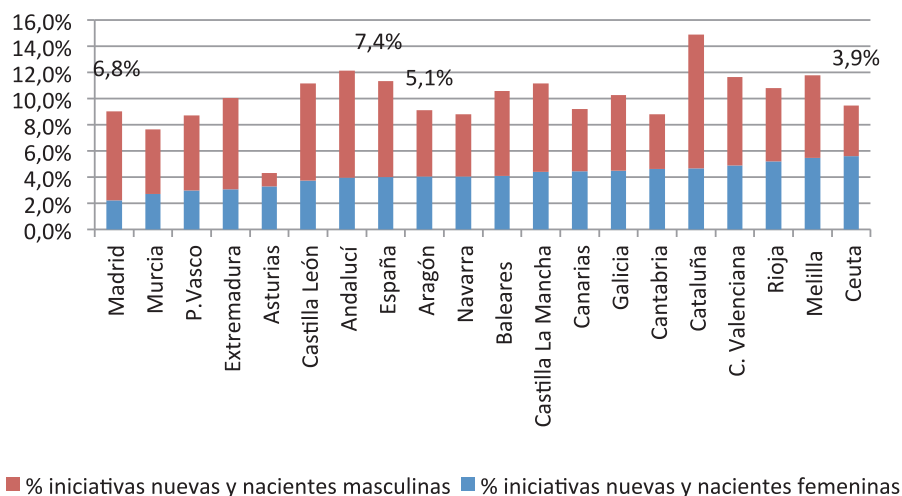
6.2. La actividad emprendedora femenina en Aragón en el contexto nacional e internacional

El primer resultado de interés respecto de la actividad emprendedora femenina se refiere al análisis comparativo del índice TEA, tanto entre comunidades autónomas como entre países⁹. En la Figura 6.1 se observa que Aragón alcanza una tasa de iniciativa empresarial femenina del 4,1%, superando ligeramente a la media nacional (4,0%). Al comparar el valor de este indicador en las diferentes comunidades autónomas se observa que Aragón ocupa una posición intermedia. Si analizamos las diferentes comunidades, podemos observar que Ceuta y Melilla son las dos regiones con mayor tasa de actividad emprendedora femenina, mientras que Madrid y Murcia se sitúan en el extremo opuesto.

⁹ La escala correspondiente al eje de ordenadas en los gráficos 6.1 a 6.4 no es directamente comparable con la utilizada en el cálculo del índice TEA en los capítulos precedentes. En esta sección la tasa de actividad emprendedora femenina (porcentaje de mujeres emprendedoras sobre el total de mujeres en la muestra) se superpone a la masculina (definida de modo análogo), por lo que el valor del eje es, aproximadamente, el doble del que recoge la TEA total.

Figura 6.1.

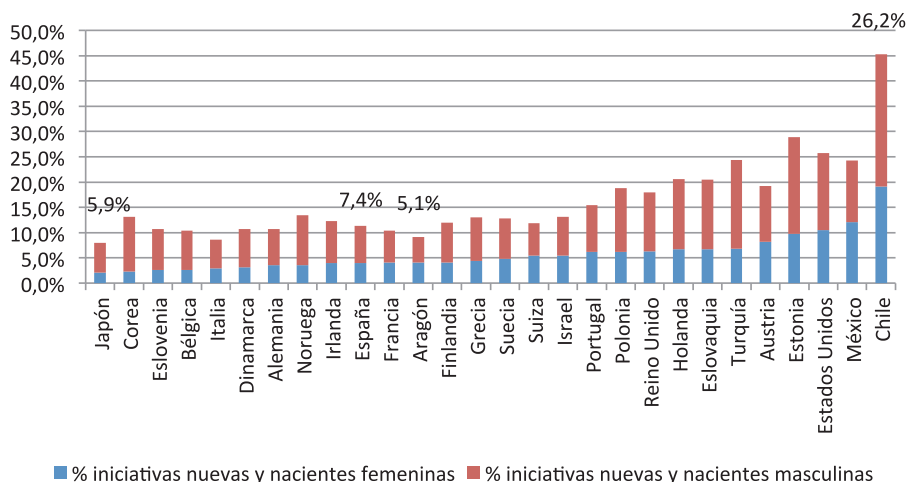
Actividad emprendedora incipiente (naciente y nueva) en función del género a nivel regional



Cuando el análisis comparativo se hace en relación a los países de la OCDE (Figura 6.2), se observa como la tasa de actividad femenina de Aragón ocupa una posición intermedia. En este caso, Chile y México son los países que presentan mayores tasas de actividad femenina, mientras que Japón y Corea muestran las menores tasas.

Figura 6.2.

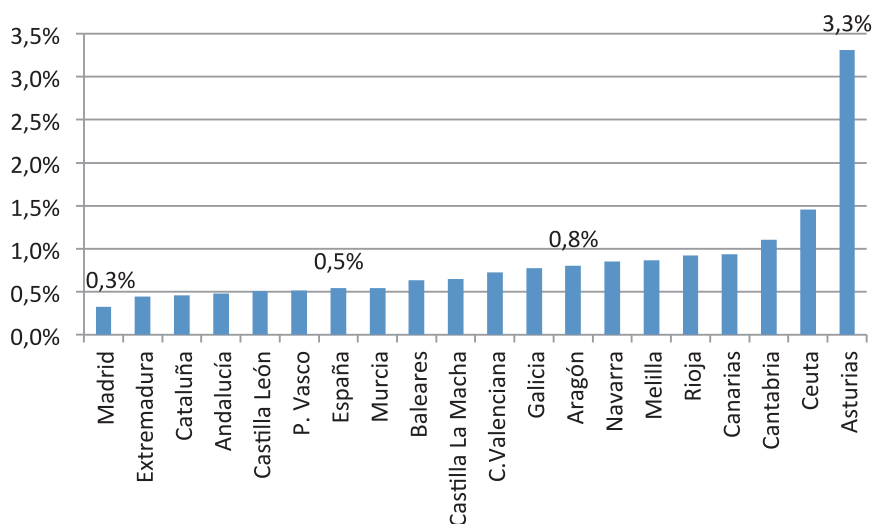
Actividad emprendedora incipiente (naciente y nueva) en función del género en la OCDE



La Figura 6.3 muestra la ratio entre la tasa de actividad emprendedora femenina y la masculina en las diferentes comunidades autónomas, arrojando un valor de 0,80% en el caso de Aragón.¹⁰ Este ratio es bastante superior al promedio nacional (0,54%), lo que indica que la población femenina aragonesa es, comparativamente, más emprendedora y, en particular, este valor es superior al valor alcanzado en Comunidades como Valencia, Galicia o País Vasco o Madrid.

Figura 6.3.

Ratio de actividad femenina sobre masculina a nivel regional

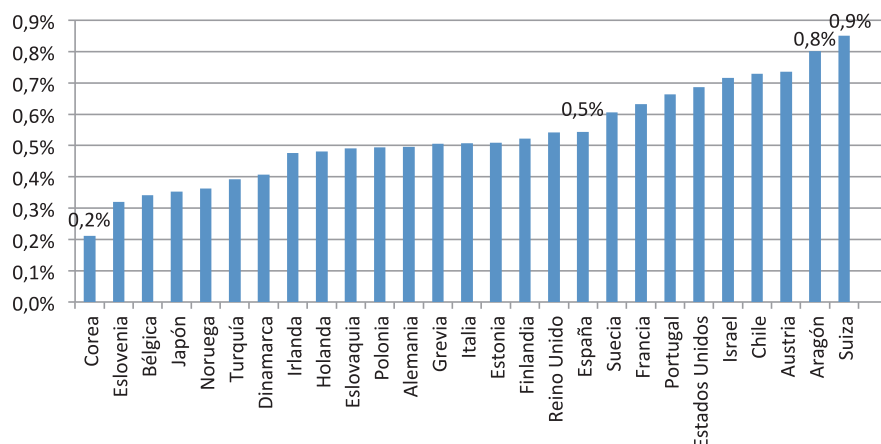


En el marco de los países de la OCDE (Figura 6.4), Aragón presenta una posición especialmente destacada en lo que se refiere a la importancia relativa de la mujer emprendedora, sólo por detrás de Suiza y México. En todo caso, la posición de Aragón en este contexto es mejor que la de países como Estados Unidos, Suecia, Finlandia, Dinamarca o Japón.

¹⁰ Un valor de esta ratio superior a la unidad significa que la actividad emprendedora femenina es superior a la masculina y lo contrario si es inferior. Cuanto más elevado sea el valor del indicador, mayor será la propensión emprendedora de las mujeres con respecto a la de los hombres.

Figura 6.4.

Ratio de actividad femenina sobre masculina en la OCDE



6.3. Características de la actividad emprendedora femenina en comparación con la masculina

Una vez que se ha puesto de relevancia la importancia de la mujer en las actividades emprendedoras, el objetivo de este apartado es caracterizar dichas actividades y compararlas con las masculinas. Los resultados de la Tabla 6.1 indican que en 2012 existe un porcentaje mayor de iniciativas nuevas entre los hombres que entre las mujeres, al contrario de lo que ocurre con las iniciativas nacientes, si bien es cierto que las diferencias no resultan estadísticamente significativas ($p=0,175>0,025$).

Tabla 6.1

Tipo de iniciativas en fase emprendedora en función del género

TIPO DE INICIATIVAS	GÉNERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Nacientes (0-3 meses)	34,6%	48,7%	40,7%
Nuevas (3-42 meses)	65,4%	51,3%	59,3%
Total (0-42 meses)	100%	100%	100%

En cuanto a la dimensión de las iniciativas (Tabla 6.2), el número medio de propietarios de las iniciativas promovidas por hombres es muy similar al de las promovidas por mujeres. De nuevo, las diferencias observadas no resultan estadísticamente significativas por género ($p=0,948>0,025$). En cuanto al número de personas empleadas en las iniciativas empresariales llevadas a cabo por hombres o por mujeres, la observación de la Tabla 6.3 permite afirmar que el número de trabajadores no es excesivamente diferente en los proyectos liderados por uno u otro colectivo. La iniciativa masculina parece tender a crear mayor número de puestos de trabajo en las categorías de 6 a 19 y en la de más de 20 empleados, mientras que la iniciativa femenina supera a la masculina en la creación de puestos de trabajo en la categoría de 1 a 5 empleados. En línea con los resultados anteriores, estas diferencias no resultan estadísticamente significativas ($p = 0,558 > 0,025$).

Tabla 6.2.

Número de propietarios en función del género

NÚMERO DE EMPLEADOS	GÉNERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Media de propietarios	1,81	1,79	1,80

Tabla 6.3

Número de empleados actual de las iniciativas emprendedoras masculinas y femeninas

NÚMERO DE EMPLEADOS	GÉNERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Sin empleados	65,0%	66,7%	65,7%
1-5 empleados	22,5%	29,6%	25,4%
6-19 empleados	7,5%	3,7%	6,0%
20 o más empleados	5,0%	0,0%	3,0%
TOTAL	100%	100%	100%

Si centramos el análisis en las previsiones que se esperan alcanzar una vez transcurridos cinco años (Tabla 6.4) se perciben diferencias algo superiores por razón de género. En 2012 las mayores tasas de crecimiento se esperan en el tramo de 1 a 5 trabajadores, especialmente en el caso de los hombres. Es de destacar el dato correspondiente a las actividades situadas por encima de los seis trabajadores. En ellas, las mujeres esperan pasar del 3,7% actual (suma de los grupos 6-19 empleados y más de 20) al 6,5%, mientras que los hombres estiman que este porcentaje se eleve desde el 12,5% actual al 18,1%

Tabla 6.4**Número de empleados esperados en 5 años de las actividades emprendedoras masculinas y femeninas**

NÚMERO DE EMPLEADOS	GÉNERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Sin empleados	38,6%	51,6%	44,0%
1-5 empleados	43,2%	41,9%	42,7%
6-19 empleados	13,6%	0,0%	8,0%
20 o más empleados	4,5%	6,5%	5,3%
TOTAL	100%	100%	100%

Los datos disponibles sobre Aragón también permiten extraer conclusiones en cuanto a otras características de las iniciativas emprendedoras debidas a promotores de ambos sexos. En primer lugar, que no se observan diferencias significativas por razón del género en cuanto al sector escogido para emprender, siempre hablando de las cuatro grandes categorías analizadas en este informe: extractivo, transformador, servicios y orientado al consumo ($p = 0,000 > 0,025$). En segundo lugar, no se observan diferencias significativas en el grado de innovación en producto o servicio ($p=0,123 > 0,025$), en el grado de competencia que afrontan las iniciativas ($p=0,273 > 0,025$), ni tampoco en el uso de nuevas tecnologías ($p=0,955 > 0,025$). Tampoco se observan diferencias en la proporción de iniciativas emprendedoras en sectores de base tecnológica ($p=0,028 > 0,025$), ni en el grado de internacionalización ($p=0,494 > 0,025$).

En términos generales, se puede concluir que las actividades emprendedoras promovidas por emprendedores de ambos sexos en Aragón son muy parecidas en cuanto a sus características generales, sin que se puedan advertir desigualdades relevantes por razón de género.

6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora aragonesa

En las investigaciones académicas realizadas en las últimas décadas se observan intentos de delimitar el perfil de la mujer emprendedora en términos socio-demográficos. La conclusión a la que se llega es que no existen diferencias significativas entre las características de hombres y mujeres emprendedoras con la única excepción del nivel de renta. Cuando se analiza esta dimensión, los hombres tienden a concentrarse en estratos de renta superiores al de las mujeres. En la síntesis que

aparece a continuación se resumen los datos obtenidos al comparar las características socio-demográficas de hombres y mujeres emprendedoras en la Comunidad. Como se puede observar, las únicas diferencias significativas surgen al considerar en nivel de renta.

En 2012 la mujer emprendedora aragonesa tiene una edad media de 37,90 años, prácticamente igual a la del hombre (37,94 años). De hecho, la diferencia no es estadísticamente significativa ($p=0,987 > 0,05$).

No se producen diferencias significativas en cuanto al nivel de educación en 2012 por razón del género ($p=0,886 > 0,025$).

Se producen diferencias significativas para el nivel de renta en 2012 ($p=0,013 < 0,025$), dado que los hombres tienden a concentrarse con mayor intensidad que las mujeres en rentas medias y altas.

En 2012, tanto las mujeres como los hombres emprendedores viven en un hogar de tamaño medio ligeramente superior a los 3 miembros. No se producen diferencias significativas en cuanto al tamaño medio del hogar por razón de género ($p=0,695 > 0,05$).

Entre el 41,8% de personas que reconocen haber recibido algún tipo de formación relacionada con la puesta en marcha de un negocio, 36,5% son hombres y 48,7% mujeres. No existen diferencias significativas a este respecto ($p=0,244 > 0,025$).

En 2012 las mujeres aragonesas, al igual que los hombres, son principalmente de nacionalidad española (un 92,3% de mujeres han puesto en marcha una iniciativa).

6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora

Esta sección analiza la influencia del género en las percepciones subjetivas que los españoles se forman sobre la actividad emprendedora. En concreto, se estudia la actitud de la población no empresarial (total de encuestados entre 18 y 64 años, Tabla 6.5) y de los empresarios (Tabla 6.6) con respecto a un conjunto de factores psico-sociales. Estos determinantes se centran fundamentalmente en aspectos relativos a la integración en redes sociales emprendedoras, la percepción de oportunidades, la posesión de habilidades y conocimientos para emprender, el miedo al fracaso y el grado de cobertura de los medios de comunicación sobre las nuevas iniciativas empresariales, entre otros factores.

Los empresarios, independientemente del género, conocen en mayor proporción que la población no empresaria a personas que han puesto en marcha alguna iniciativa emprendedora en los últimos dos años y, además, parecen estar más capacitados para detectar oportunidades para emprender en los próximos seis meses, cuestión ésta última que apenas destaca en el resto de la población.

Este desequilibrio entre población emprendedora y no emprendedora, independientemente del género, también se hace patente en cuanto a conocimientos, habilidades y experiencias que poseen las personas para poner en marcha una empresa. Así en el grupo de empresarios, el porcentaje es considerablemente superior al obtenido entre los no empresarios.

La población residente en Aragón, independientemente del género y de si realiza una actividad emprendedora o no, mantiene percepciones similares en cuanto a que la actividad emprendedora es una buena opción profesional, a que los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus y a que los medios de comunicación realizan una buena cobertura sobre las actividades emprendedoras en Aragón.

Los resultados que se detallan en las Tablas 6.5 y 6.6 siguen confirmando que, salvo pequeñas excepciones, no existen grandes diferencias entre hombres y mujeres respecto a las opiniones sobre los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora, tanto por parte de la población no empresarial, como por parte de los empresarios. Destacar, en todo caso, que en función de los datos analizados en la población no emprendedora, los hombres parecen tener una red social emprendedora más amplia que las mujeres, son más positivos respecto a las oportunidades para emprender, parecen estar mejor preparados y el miedo al fracaso también parece ser menor para ellos.

Tabla 6.5

Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población aragonesa no empresaria de 18-64 años en función del género

Pregunta	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	31,7%	26,0%	Hay diferencias relevantes entre las redes sociales de hombres y mujeres (p=0,005)
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	17,1%	13,9%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres (p=0,066)
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	55,6%	44,7%	Proporcionalmente, los hombres parecen más preparados para emprender (p=0,000)
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	48,2%	54,8%	El miedo al fracaso es superior en el colectivo femenino (p=0,003)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	73,3%	78,2%	Existen diferencias en la opinión entre hombres y mujeres (p=0,014)
Emprender se considera una buena opción profesional	56,5%	58,6%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,367)
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	64,9%	63,1%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,417)
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	48,9%	46,7%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,340)

Tabla 6.6

Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población aragonesa de empresarios en función del género

Pregunta	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	44,9%	37,0%	No hay diferencias relevantes entre las redes sociales de hombres y mujeres ($p=0,170$)
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	21,2%	22,0%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres ($p=0,874$)
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	82,2%	84,5%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres ($p=0,358$)
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	35,3%	40,7%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres ($p=0,344$)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	74,2%	76,1%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,709$)
Emprender se considera una buena opción profesional	60,2%	59,5%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,884$)
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	59,2%	60,5%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,824$)
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	46,3%	47,3%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,876$)

6.6. El estado del entorno para la actividad emprendedora femenina

La encuesta realizada a los expertos españoles que participan en el proyecto GEM pretende, entre otras cosas, conocer su opinión acerca del grado de apoyo a la actividad emprendedora femenina, tanto a nivel cul-

tural como institucional. La información que ofrecen estos datos es importante, ya que una parte del debate sobre las políticas públicas se ha centrado en la cuestión de cómo estimular la actividad emprendedora y, desde hace unos años, cómo apoyar el desarrollo y crecimiento de las empresas lideradas por mujeres. La Tabla 6.7, que recoge el promedio de la valoración de dichos expertos a varias de las afirmaciones relacionadas con este tema, muestra que, en general, las mujeres en Aragón parecen tener un nivel aceptable de apoyo social para emprender un negocio. En 2012, la cuestión que recibe menor puntuación es la referida a la suficiencia de los servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan conciliar la vida laboral y familiar. Por su parte, los expertos tampoco consideran que las medidas que reciben las mujeres para convertirse en emprendedoras pueda considerarse aceptable, valorando esta condición del entorno con una puntuación media de 2,88. Por el contrario, la afirmación que recibe más apoyo por los expertos, aunque con una valoración algo inferior a la de 2011, es la referida a la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa por parte de las mujeres, de la que prácticamente todos los expertos consultados se muestran convencidos.

Tabla 6.7

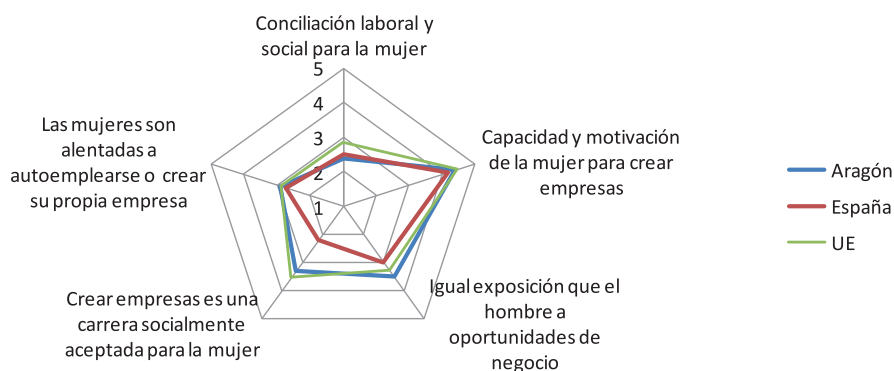
Opinión media de los expertos aragoneses acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora

Afirmación	Promedio de valoración de los expertos (1=completamente falso – 5=completamente cierto)		
	2012	2011	2010
En mi país, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después haber fundado una familia	2,5	2,4	2,4
En mi país, crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer	3,3	3,0	3,1
En mi país, las mujeres son alentadas a ser auto-empleadas o a crear una empresa	2,9	3,0	3,0
En mi país, las mujeres son expuestas a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres	3,5	3,3	3,2
En mi país, las mujeres tienen la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa	4,4	4,5	4,7

Para complementar la información anterior, en la Figura 6.5 se representa la valoración de los expertos aragoneses de forma comparativa a la otorgada en España y en el resto de países de la UE. De la observación de dicha figura se puede afirmar que las condiciones en la Comunidad Aragonesa para apoyar el emprendimiento femenino se aproximan en gran medida a la media del resto de países desarrollados. El aspecto más puntuado es la capacidad y motivación de la mujer aragonesa para crear empresas, bien valorada en una escala de cinco puntos. Las valoraciones medias acerca de la aceptación social del emprendimiento femenino como carrera profesional y de la igualdad de exposición del hombre y la mujer a las oportunidades de negocio rozan las medias de los países de la UE, quedando por encima de la media española. Finalmente, el aspecto en el que Aragón debe trabajar más para equipararse a la situación de los países más desarrollados es el de conciliación de la vida profesional y personal, desarrollando servicios y recursos que faciliten este punto.

Figura 6.5.

Posición de Aragón, frente al resto de comunidades autónomas y países de la UE, respecto al contexto en que se desarrolla el emprendimiento femenino en 2012



CAPÍTULO 7

**ACTITUDES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA
EMPRENDER EN LA POBLACIÓN ARAGONESA**

7.1. Introducción

La decisión de poner en marcha una iniciativa emprendedora no es fácil y se ve influida por la motivación que tengan las personas para afrontar los riesgos inherentes a la misma. La consideración de esa iniciativa como una ilusión, un proyecto de futuro y una forma de desarrollo profesional y personal podría permitir vencer esos miedos y dar como resultado la creación de una empresa. En definitiva, parece importante considerar cuáles son las motivaciones de los emprendedores para plasmar en la realidad sus proyectos de futuro, motivaciones con frecuencia que prevalecen sobre los riesgos percibidos y que permiten ampliar la red de empresas que operan en regiones como la nuestra. Dicha motivación es compleja, puesto que depende de múltiples factores, entre los cuales pueden destacarse los siguientes:

- La propia personalidad y los valores que se le suponen al emprendedor: vocación, imaginación, capacidad de crear e innovar, capacidad de sacrificio, dotes para la organización y el liderazgo, dinamismo, capacidad de comunicación, etc.
- La educación y preparación recibidas que hayan fomentado el espíritu emprendedor y que hayan proporcionado las herramientas necesarias para acometer un proyecto empresarial con garantías de éxito y crecimiento.
- La existencia de oportunidades en el entorno y la capacidad para percibir las.
- El apoyo social y mediático a la figura del emprendedor, con el fin de que sea posible reconocer, respetar y fomentar su proliferación.
- La existencia de medidas y programas gubernamentales que permitan desarrollar los proyectos viables y generadores de empleo y riqueza.

El objetivo de este capítulo es analizar los principales motivos que llevan al emprendedor a crear una empresa. Para ello, se utilizan de manera conjunta tanto las opiniones facilitadas por la población activa aragonesa como por los expertos. A la luz de los datos, podremos ver que la percepción sobre las oportunidades para crear empresas en Aragón es razonablemente positiva si la comparamos con la media nacional, aunque la Comunidad ocupa una posición más discreta si la comparación se realiza en relación con el resto de países que integran la muestra. También son positivos los resultados que hacen referencia a la opinión de la población y de los expertos respecto a la apreciación social de la actividad de creación de empresas.

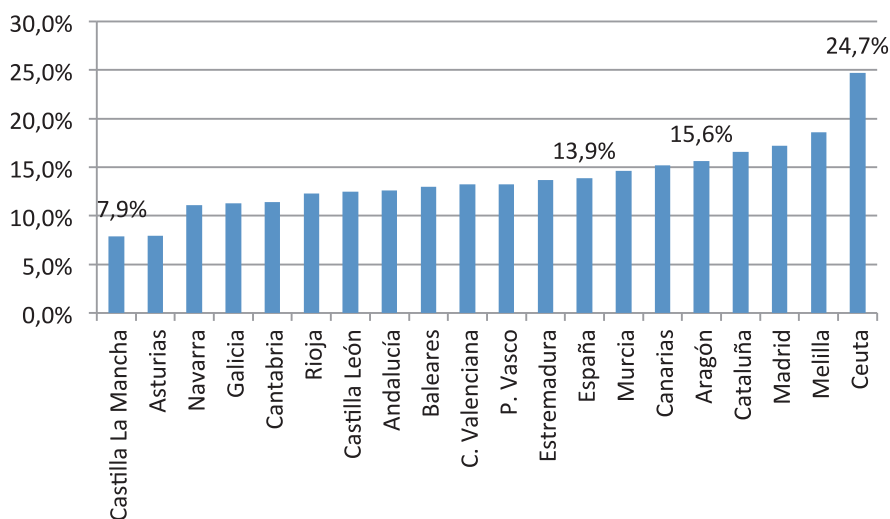
7.2. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón

El objetivo de este apartado es valorar la percepción sobre las oportunidades para crear empresas en Aragón. Un primer dato muestra que el porcentaje de personas entre 18 y 64 años que percibía buenas oportunidades para emprender durante 2012 (Figura 7.1) fue del 15,6%, cifra que se sitúa casi dos puntos por encima de la media nacional (13,9%).

La Figura 7.1 permite, además, comparar nuestra comunidad con el conjunto de regiones españolas. Como se puede observar, Aragón ocupa una posición destacada, sólo por detrás de las comunidades de Cataluña y Madrid, así como de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Es importante destacar que, en este caso, las diferencias entre regiones son elevadas, superando los 15 puntos porcentuales si hacemos referencia a los extremos de la distribución.

Figura 7.1.

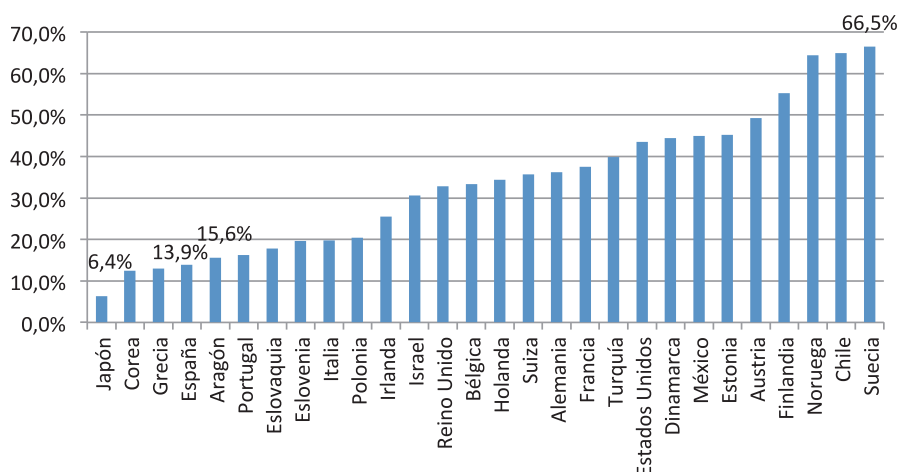
Comparación regional del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región



A nivel internacional la percepción es menos favorable, ya que Aragón se sitúa en una posición rezagada. La Figura 7.2 muestra los datos de Aragón junto con los de los países miembros de la OCDE. En este análisis, Aragón se sitúa únicamente por delante de Japón, Corea, Grecia y de la media nacional. Debe destacarse en esta comparación que los países que ocupan los primeros puestos de la clasificación son Finlandia y Suecia. Además, en esta comparativa es importante poner de manifiesto la enorme disparidad existente entre países, de manera que entre los dos extremos de la clasificación (Suecia y Japón) hay 60 puntos porcentuales de diferencia.

Figura 7.2.

Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades (Aragón y países de la OCDE)



De modo complementario a la información proporcionada por la población aragonesa, la muestra de expertos seleccionada manifiesta su opinión acerca de las oportunidades que perciben para emprender en Aragón (Tabla 7.1). Si entramos en los detalles, la mayor puntuación surge al considerar la existencia de buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas. Los expertos se muestran más críticos con las facilidades que se ofrecen o existen a la hora de explotar las posibles oportunidades empresariales y las oportunidades para crear empresas de crecimiento rápido.

Tabla 7.1.

Valoración media de los expertos acerca de un conjunto de afirmaciones sobre la existencia de oportunidades para emprender en Aragón

1=completamente falso a 5=completamente cierto	ESPAÑA
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente para explotarlas	2,71
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,08
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,41
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,31
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,08

7.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender

Además de las oportunidades para emprender, el observatorio GEM recoge información sobre el entorno social en el que el emprendedor desarrolla su actividad, así como sobre su capacidad para emprender. La Tabla 7.2 muestra el porcentaje de población entre 18 y 64 años que respondió afirmativamente a las cuestiones planteadas. La evidencia que se desprende de esta tabla señala que, en general, la valoración de los encuestados en Aragón es similar a la ofrecida por los entrevistados en otras comunidades.

De la observación de dicha Tabla se puede concluir que aproximadamente un tercio de la población aragonesa conoce a un emprendedor. Además, en torno al 50 % de los encuestados en Aragón considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un negocio, que el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender, que poner en marcha un negocio es una buena elección profesional y que los medios de comunicación proporcionan una buena cobertura a los nuevos empresarios. Un 64,1% considera que poner en marcha un negocio confiere un buen estatus social y un 75,7% están a favor de que todo el mundo tenga un nivel de vida similar. En general, de la información que se recoge en la Tabla 7.2 se desprende que la población aragonesa tiene una opinión favorable respecto a la actividad emprendedora.

Tabla 7.2.

Entorno social: la motivación para emprender en la población aragonesa (porcentaje de respuestas afirmativas, 2012)

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	ARAGÓN
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	29,0
Tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha una iniciativa de negocio pequeña	50,4
El miedo al fracaso NO sería un obstáculo para emprender	51,3
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	75,7
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	57,5
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	64,1
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	47,9

La información proporcionada en esta sección se completa con la opinión del panel de expertos acerca de los factores que influyen en la motivación para emprender. Esta información se sintetiza en la Tabla 7.3. Los resultados que se obtienen dibujan un panorama que podría calificarse como favorable. En la opinión de los expertos consultados, los empresarios gozan de gran reconocimiento social, es frecuente ver noticias sobre empresarios de éxito en los medios de comunicación y la opinión pública considera a los empresarios como personas competentes e ingeniosas. A pesar de todo, los expertos aragoneses opinan que convertirse en empresario no es necesariamente una opción profesional deseable, ya que esta cuestión es la que obtiene una valoración más baja (sólo 2,44 en una escala de cinco puntos), y que la creación de empresas no implica necesariamente hacerse rico (2,72 en una escala de 5 puntos).

Tabla 7.3.

Evaluación media de expertos aragoneses sobre factores que influyen en la motivación para emprender

1=completamente falso a 5=completamente cierto	ARAGÓN
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,64
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,53
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,11
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,72
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,44

La Tabla 7.4 recoge la valoración de los expertos sobre la capacidad de nuestra población para emprender nuevas actividades. En este caso, la opinión de los expertos encuestados no resulta tan favorable. Éstos no consideran que exista mucha gente preparada para la actividad emprendedora, ni con la experiencia, conocimientos y habilidades suficientes: todos los ítems considerados reciben una valoración muy baja. Especialmente preocupante resulta la respuesta a la pregunta *“Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento”*, ya que sólo recibe una valoración de 1,80 sobre 5.

Tabla 7.4.**Evaluación media de expertos aragoneses sobre la capacidad que tiene nuestra población para emprender**

1=completamente falso a 5=completamente cierto	ARAGÓN
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,42
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,28
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,11
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,00
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,80

7.4. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender

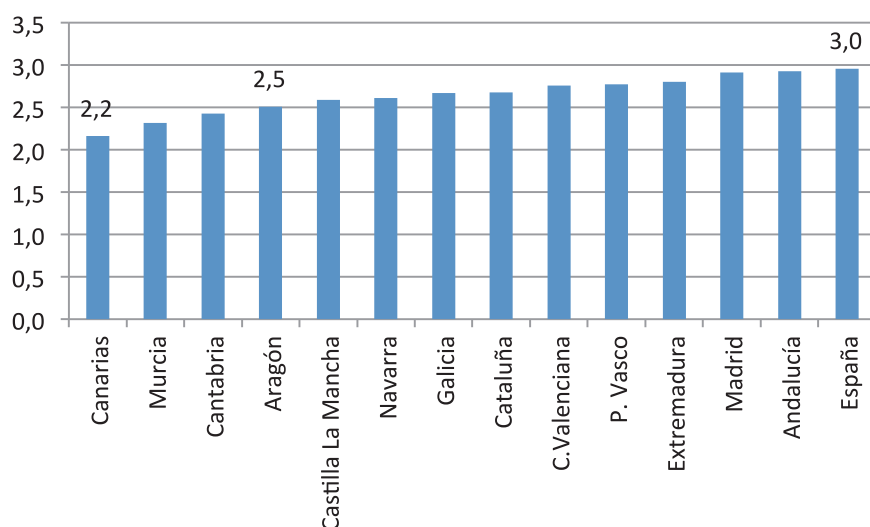
El propósito de este tercer apartado es ubicar a Aragón en el ámbito nacional e internacional en cuanto a la motivación y la capacidad para emprender. Para ello analizaremos una serie de factores que impulsan la motivación en el proceso de creación de empresas. Dichos factores son la percepción de oportunidades, la posesión de conocimientos y habilidades para crear una empresa y el apoyo social que reciben los emprendedores. Comenzando por la percepción de oportunidades, la comparativa a nivel nacional (Figura 7.3) muestra la valoración media de los expertos entrevistados en las diferentes Comunidades Autónomas que participan en el proyecto GEM.¹¹

¹¹ Como puede observarse, la Figura 7.3 (así como las Figuras 7.5 y 7.7 que se presentan más adelante) no incluyen todas las comunidades autónomas de nuestro país. La razón para ello es que algunas comunidades no participan en el proyecto GEM y, aunque desde GEM España se obtiene una muestra reducida de ciudadanos (APS) para disponer de una radiografía adecuada de todo el país, no ocurre así con las opiniones de los expertos (NES).

En la Figura 7.3 se puede ver que la Comunidad aragonesa se encuentra en una posición rezagada, aunque con valores muy próximos al del resto de comunidades autónomas. Ninguna comunidad se sitúa por encima de la media nacional.¹² La Figura 7.4 extiende la comparación anterior a los países de la OCDE. El gráfico muestra que tanto Aragón como España ocupan puestos rezagados de la clasificación, probablemente como consecuencia de la valoración que desde una perspectiva histórica y cultural han tenido en España las actividades emprendedoras. En línea con este argumento, países como Estonia, Finlandia y Suiza ocupan los primeros puestos.

Figura 7.3.

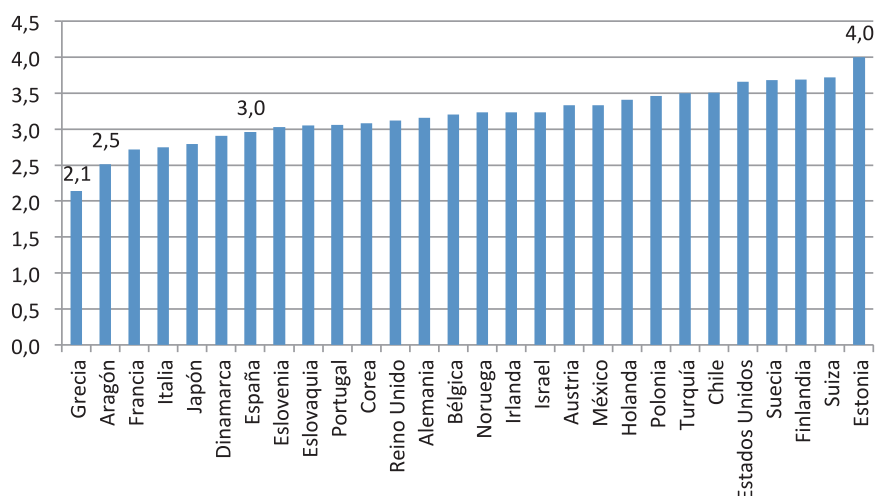
Percepción de los expertos en relación con la existencia de oportunidades para emprender a nivel nacional



¹² Seguramente una explicación a esta posición viene dada por el hecho de que los expertos encuestados a nivel nacional ofrecen una valoración específica respecto a la existencia de oportunidades para emprender en el país que supera las valoraciones por comunidad autónoma. Dicho de otro modo, los expertos perciben que hay más facilidades para emprender cuando se tiene en cuenta el conjunto del país que al considerar específicamente los factores que condicionan las oportunidades para emprender desde las comunidades autónomas.

Figura 7.4.

Percepción de los expertos en relación con la existencia de oportunidades para emprender, países de la OCDE



Las Figuras 7.5, 7.6 completan la información comentada al presentar los resultados sobre la percepción de los expertos acerca de la capacidad para emprender. En este caso, tanto a nivel nacional como a nivel de los países de la OCDE la posición de Aragón también podría calificarse como rezagada. Países como Holanda, Irlanda e Israel encabezan la clasificación en cuanto a la valoración de los expertos sobre la posesión por parte de la población de conocimientos y habilidades para emprender.

Figura 7.5.

Percepción de los expertos en relación con la existencia de conocimientos y habilidades a nivel nacional

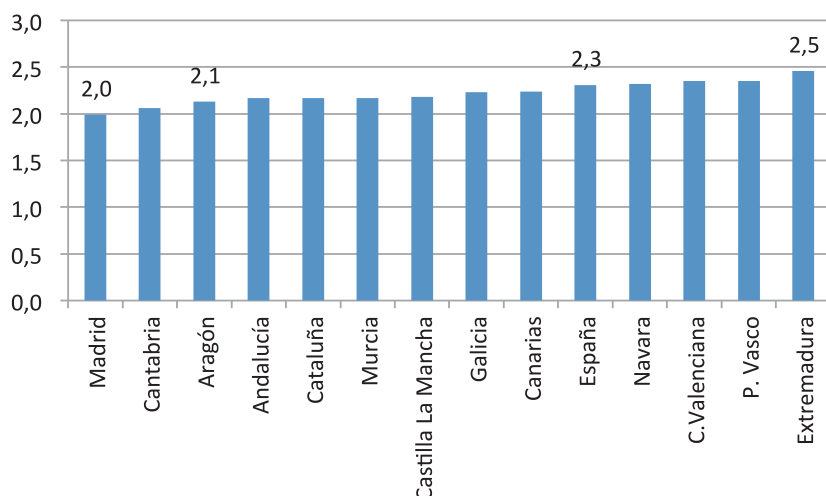
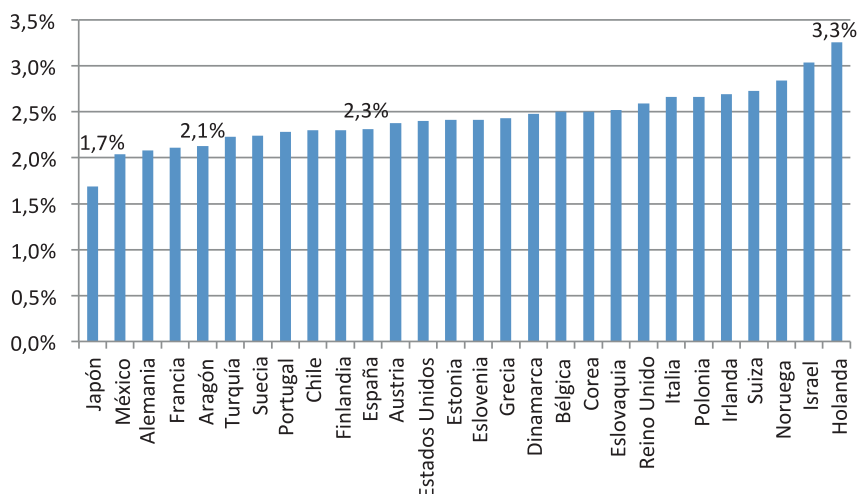


Figura 7.6.

Percepción de los expertos en relación con la existencia de conocimientos y habilidades, países de la OCDE



Finalmente, el análisis termina con los datos que hacen referencia al apoyo que recibe el emprendedor por parte de los distintos agentes sociales (Figuras 7.7 y 7.8). La información disponible pone de manifiesto que en Aragón existe una buena percepción acerca de esta cuestión, alcanzando la opinión de los expertos un valor de 3,15 y situándose muy por encima de la media nacional. Dentro del grupo de países de la OCDE, Aragón ocupa una posición rezagada, siendo Israel y Estados Unidos quienes ocupan las primeras posiciones en cuanto a mejor percepción del apoyo social a la figura del emprendedor.

Figura 7.7.

Percepción de los expertos en relación con el apoyo social a la figura del emprendedor a nivel nacional

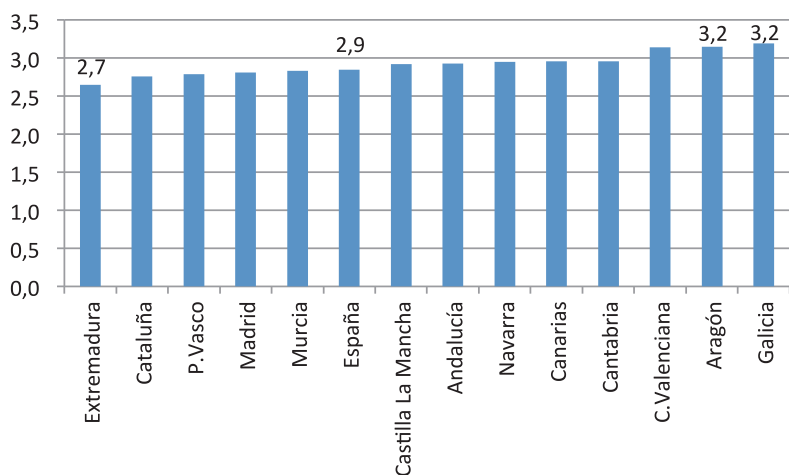
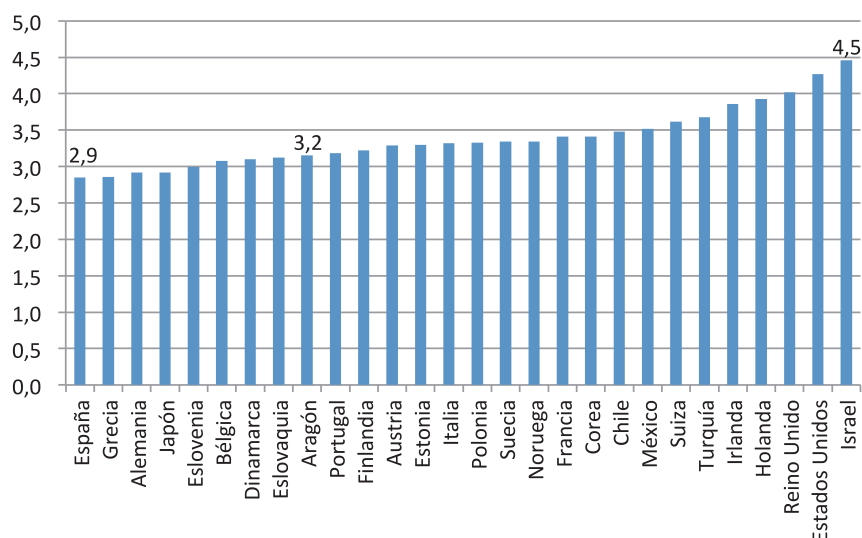


Figura 7.8.

Percepción de los expertos en relación con el apoyo social a la figura del emprendedor, países de la OCDE



7.5. La opinión de los expertos GEM Aragón acerca de las actitudes frente al emprendimiento

Los expertos entrevistados por GEM Aragón también proporcionan una opinión indirecta sobre el estado de las actitudes de la sociedad frente al emprendimiento. En la Tabla 7.5. se muestra la valoración media de su visión acerca de las actitudes de la población frente a los mecanismos que promueven el emprendimiento en el año 2012.

En líneas generales, los expertos consideran que existen buenas oportunidades para crear empresas en la comunidad aragonesa. Sin embargo, indican que existen ciertas deficiencias en la capacidad emprendedora de la población, especialmente para poner en marcha y dirigir negocios con alto potencial de crecimiento. Respecto a los mecanismos de motivación, entienden que los empresarios de éxito gozan de reconocimiento y prestigio social, que los medios de comunicación difunden suficientemente noticias sobre emprendedores de éxito y que el emprendedor es visto como un individuo competente e ingenioso. Por último, los expertos no reconocen que las normas sociales y culturales estimulen la toma de riesgos empresariales, pero sí consideran que las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual que se consigue gracias al esfuerzo personal.

Tabla 7.5.

Valoraciones de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales

1=Totalmente Falso a 5=Totalmente Cierto	
Oportunidades en Aragón	2012
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,27
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,83
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,51
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,19
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,41
Capacidad emprendedora en Aragón	
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,83
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,43
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,08
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,19
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,35
Mecanismos de motivación en Aragón	
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,70
Convertirse en empresario es una opción profesional deseada por mucha gente	2,49
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,51
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,46
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,03
Mecanismos de motivación en Aragón	
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,00
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,59
Las normas sociales y culturales estimulan la toma de riesgo empresarial.	1,97
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,49
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,70

CAPÍTULO 8

**ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO EN EL
QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA**

8.1. Introducción

El proyecto GEM se nutre de dos fuentes fundamentales al analizar los distintos aspectos del proceso emprendedor: la población adulta de la región, que es aquella con edades comprendidas entre los 18 y los 64 años, y un grupo de individuos elegidos en función de su experiencia y conocimiento acerca de diferentes aspectos del entorno que influyen en dicho proceso de emprendimiento. En los capítulos previos se ha analizado fundamentalmente la información obtenida a partir de las encuestas realizadas a la población adulta respecto al proceso de emprender, aunque ya en el capítulo 7 se anticipan algunas valoraciones en relación con las opiniones de los expertos que participan en el proyecto. En este capítulo se profundiza en las principales conclusiones que se obtienen de la información proporcionada por dicho grupo de expertos.

En el año 2012, el equipo regional de Aragón ha contado con la participación de un total de 36 expertos, cada uno de los cuales, con independencia de su ámbito de especialización, expresa su opinión acerca de todos los factores analizados. Adicionalmente, también se les solicita que identifiquen cuáles son los principales obstáculos y apoyos al proceso emprendedor así como que realicen posibles sugerencias para favorecer el desarrollo de la actividad emprendedora.

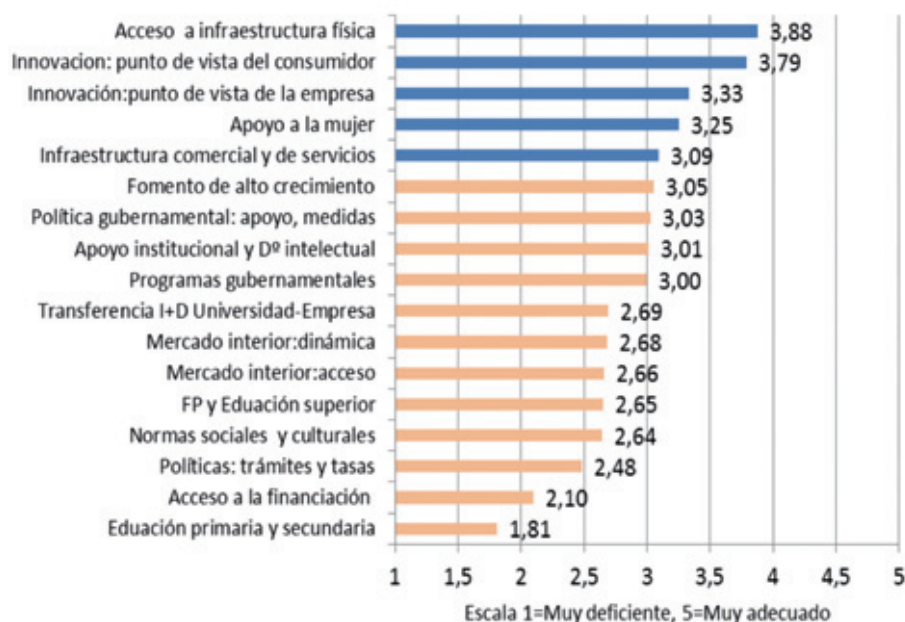
8.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora

En términos generales, las condiciones específicas del entorno sobre las que han opinado los expertos indican que la situación en Aragón sigue siendo poco favorable para emprender (lo mismo sucede con la opinión de los expertos nacionales). La Figura 8.1 muestra la valoración media que los expertos hacen de los factores del entorno que influyen en el proceso emprendedor. De los diecisiete factores evaluados, los cuatro mejor considerados son los que se refieren al acceso a infraestructuras físicas, a la innovación tanto desde el punto de vista del consumidor como de la empresa, así como a las medidas de apoyo a la mujer emprendedora. Los expertos entienden que en todos ellos la situación es razonablemente favorable, opinión que es similar a la manifestada en el ejercicio precedente.

Entre los factores situados en entorno del valor medio de tres (en una escala de cinco) cabe mencionar los relacionados con la infraestructura comercial y de servicios, el apoyo a las actividades de alto de crecimiento, las políticas gubernamentales que conllevan medidas de apoyo ala actividad empresarial (este factor muestra un ligero incremento en relación con el año anterior, previsiblemente por el impulso que se ha dado a las nuevas medidas al emprendedor en términos laborales y fiscales) y, finalmente, los relativos al apoyo institucional y derecho intelectual y los programas gubernamentales. Por último *suspendemos*, según la valoración de los expertos, en factores tan importantes como la transferencia de I+D entre universidad y empresa, el mercado interior, tanto en lo que se refiere en el acceso al mismo como a su dinámica, así como en las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales en cuanto a trámites y tasas o el acceso a la financiación. Mención especial merece la pobre calificación que se concede a la educación en todos sus niveles (y, sobre todo, en los niveles iniciales): se trata, sin duda, de un aspecto especialmente preocupante en una sociedad que debe fomentar desde las etapas educativas más tempranas el espíritu emprendedor ya que, tal como se ha mostrado en los capítulos precedentes, en la medida en que aumentan la formación y conocimientos sobre estas materias y se incrementa la tasa de apertura de nuevos negocios, a la vez que se mejoran sus tasas de supervivencia.

Figura 8.1.

Valoración de los expertos: factores del entorno



Con el fin de profundizar en el estudio de estos factores y su evolución, la Tabla 8.1 permite comparar las valoraciones medias que hacen los expertos aragoneses de las condiciones del entorno desde el año 2008. En ella se puede observar como los cinco factores mejor valorados mantienen, con ligeras oscilaciones, una tendencia creciente, si bien es cierto que en el año 2012 se observa un descenso moderado en algunos de ellos. Es el caso de la innovación, tanto desde el punto de vista del consumidor como de la empresa. Un patrón menos definido muestran factores como el acceso a las infraestructuras físicas, el apoyo a la mujer o las infraestructuras comerciales y de servicios, cuyas valoraciones se mantienen relativamente estables desde el año 2008, con incrementos y decrementos puntuales.

Entre los cinco factores peor valorados por los expertos destaca la educación primaria y secundaria, lo que nos lleva a reiterar los argumentos antes mencionados. También se corrobora que el acceso a la financiación es uno de los grandes obstáculos a los que debe hacer frente la empresa española, si bien en 2012 se detiene una tendencia cada vez más negativa y se percibe una ligera mejora, algo similar a lo que ocurre con las normas sociales y culturales. En consecuencia, será importante realizar un seguimiento de estos indicadores durante los próximos años con el fin de determinar si se trata de un cambio coyuntural o, por el contrario, cabe hablar de un cambio de tendencia inducido por las últimas medidas adoptadas desde los poderes públicos. En todo caso, cuando se enjuician las políticas gubernamentales todavía se destacan aspectos relacionados con la burocracia y los trámites administrativos asociados a las actividades emprendedoras como un gran obstáculo desde el punto de vista de la mayoría de los expertos. Mencionar, por último, que la impresión que se tiene del papel de la formación profesional o la educación universitaria como motores del emprendimiento es todavía deficiente y debieran promoverse importantes mejoras en el futuro en lo que respecta a esta dimensión.

Tabla 8.1.**Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno**

Factores del entorno (ordenados según valores del 2012)	Media 2012	Media 2011	Media 2010	Media 2009	Media 2008
Acceso a infraestructura física	3,88	3,52	3,91	3,57	3,89
Innovación: punto de vista del consumidor	3,79	3,87	3,58	3,43	No se preguntaba
Innovación: punto de vista de la empresa	3,33	3,49	3,21	3,18	No se preguntaba
Apoyo a la mujer	3,25	3,02	3,17	3,12	3,37
Infraestructura comercial y de servicios	3,09	2,66	3,14	2,96	3,18
Fomento de alto crecimiento	3,05	3,16	3,07	3,03	3,28
Políticas gubernamentales medidas de apoyo	3,03	2,69	2,71	2,68	2,91
Apoyo institucional y Dº intelectual	3,01	2,88	2,93	2,85	3,08
Programas gubernamentales	3,00	2,95	3,23	3,07	3,39
Transferencia I+D Universidad-Empresa	2,69	2,55	2,71	2,47	2,72
Mercado interior: dinámica	2,68	2,65	2,59	2,31	2,36
Mercado interior: acceso	2,66	2,87	2,71	2,68	2,86
FP y Educación superior	2,65	2,71	2,83	2,62	2,76
Normas sociales y culturales	2,64	2,51	2,56	2,6	2,83
Política gubernamental: burocracia, trámites	2,48	2,53	2,57	2,39	2,75
Acceso a la financiación	2,10	1,88	2,31	2,31	2,81
Educación primaria y secundaria	1,81	1,85	1,86	1,67	1,95

La Tabla 8.2 completa la información recogida en la Tabla 8.1 y muestra las valoraciones proporcionadas por los expertos cuando son preguntados en relación al origen de los obstáculos principales a la actividad emprendedora. El acceso a la financiación sigue siendo el principal inconveniente para poner en marcha un proyecto (el 82,4% de los encuestados está de acuerdo con esta opinión) situándose a continuación factores como la educación y formación, las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales o el clima económico, factores todos ellos mencionados por aproximadamente uno de cada tres encuestados. Los tres elementos que menos parecen dificultar la puesta en marcha de iniciativas empresariales son la transferencia de I+D entre la universidad y la empresa, la infraestructura comercial y profesional y el estado del mercado laboral.

Tabla 8.2.

Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón según la valoración de los expertos consultados

	Frecuencia	Ranking del año				
		2012	2011	2010	2009	2008
Acceso a la financiación	82,4%	1	1	1	1	3
Educación y formación	35,3%	2	2	3	6	4
Normas sociales y culturales	35,3%	2	2	3	3	4
Políticas gubernamentales	35,3%	2	5	2	4	1
Clima económico	32,4%	3	2	2	5	6
Capacidad para emprender	20,6%	4	4	4	7	2
Programas gubernamentales	5,9%	5	3	5	2	4
Contexto político, social e institucional	2,9%	6	7	6	10	6
Composición percibida por la población	2,9%	6	7	9	12	8
Acceso a Infraestructura física	2,9%	6	6	8	9	7
Apertura del mercado	2,9%	6	5	8	11	5
Transferencia de I+D Universidad-Empresa	2,9%	6	8	8	9	10
Infraestructura comercial y profesional	2,9%	6	8	7	9	6
Estado del mercado laboral	0,0%	7	8	7	8	9

En la Tabla 8.3 se identifican los principales apoyos a la creación de empresas en Aragón, presentándose la evolución en la ordenación de los mismos desde el año 2008. En ella se pone de manifiesto que los expertos entienden que las principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora son la apertura del mercado, el estado del mercado laboral, la educación y la formación así como las normas sociales y culturales. En el extremo opuesto se sitúan la capacidad para emprender, el contexto político, social e institucional, el acceso a la financiación y la infraestructura comercial y profesional.

Tabla 8.3.**Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora en Aragón, según la valoración de los expertos consultados**

	Frecuencia	Ranking del año				
		2012	2011	2010	2009	2008
Apertura del mercado	40,0%	1	8	7	7	5
Estado del mercado laboral	33,3%	2	8	9	6	6
Educación y formación	26,7%	3	4	4	3	4
Normas sociales y culturales	23,3%	4	5	8	4	5
Clima económico	20,0%	5	2	5	4	7
Transferencia I+D Universidad-Empresa	20,0%	5	6	4	3	6
Composición percibida de la población	20,0%	5	9	12	7	8
Programas gubernamentales	16,7%	6	1	1	1	1
Acceso a infraestructura física	16,7%	6	6	6	5	5
Políticas gubernamentales	13,3%	7	7	2	5	2
Capacidad para emprender	10,0%	8	8	10	3	9
Contexto político, social e institucional	10,0%	8	5	5	6	6
Acceso a la financiación	3,3%	9	3	3	2	3
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	10	3	11	5	2

La Tabla 8.4 recoge la clasificación de los diferentes aspectos a los que hacen referencia los expertos en sus recomendaciones para mejorar el entorno con el fin de dinamizar el proceso emprendedor en Aragón. Los expertos encuestados inciden nuevamente en la necesidad de diseñar medidas que permitan mejorar el acceso a la financiación. También sitúan en un lugar destacado la educación y formación emprendedora como parte de la cultura de la sociedad, así como contar con el apoyo de políticas gubernamentales que impulsen y faciliten estas iniciativas, sin olvidar el desarrollo de una buena infraestructura comercial y de servicios. Se trata de aspectos que son, en lo básico, coincidentes con los mencionados en el informe del año anterior. En cuanto a los aspectos que menos consideración tienen por los expertos a la hora de favorecer el proceso emprendedor, citar los relativos a la apertura del mercado, la capacidad para emprender, la composición percibida en la población, el clima económico y el acceso a las infraestructuras físicas.

Tabla 8.4.

Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor

	Frecuencia	Ranking del año				
		2012	2011	2010	2009	2008
Acceso a la financiación	67,7%	1	2	1	3	2
Educación y formación	54,8%	2	3	2	2	1
Políticas gubernamentales	38,7%	3	4	3	4	3
Infraestructura comercial y de servicios	25,8%	4	5	6	8	4
Normas sociales y culturales	19,4%	5	6	6	5	6
Programas gubernamentales	12,9%	6	1	4	1	1
Transferencia I+D Universidad-Empresa	6,5%	7	8	5	6	5
Contexto político, social e institucional	6,5%	7	9	5	9	7
Mercado laboral	6,5%	7	7	7	7	9
Apertura del mercado	3,2%	8	8	9	8	6
Capacidad para emprender	3,2%	8	8	8	6	4
Composición percibida de la población	0,0%	9	10	10	10	8
Clima económico	0,0%	9	8	8	10	10
Acceso a infraestructura física	0,0%	9	7	7	9	6

Por último señalar que, como hemos indicado anteriormente, la encuesta permite a los expertos destacar aquellos factores del entorno (obstáculos, apoyos y recomendaciones) que consideraran significativos para analizar la actividad emprendedora en Aragón. La Tabla 8.5 recoge los argumentos mencionados y que no se habían mencionado de forma explícita en el cuestionario realizado.

Tabla 8.5.**Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón**

OBSTÁCULOS
1. Falta de cultura emprendedora
2. Falta de formación empresarial
3. Falta innovación tecnológica
4. Elevada aversión al riesgo
APOYOS
1. Inestabilidad del mercado laboral
2. Mayor apoyo por parte de los medios de comunicación
3. Apoyo a la innovación y la competitividad
4. Programas de atención y asesoramiento al emprendedor
5. Existencia de viveros de empresas
RECOMENDACIONES
1. Mayor educación emprendedora
2. Estímulo de la figura del inversor informal
3. Fomento de la cultura empresarial
4. Campañas para sensibilizar sobre el emprendimiento
5. Políticas para mejorar la imagen social del emprendedor

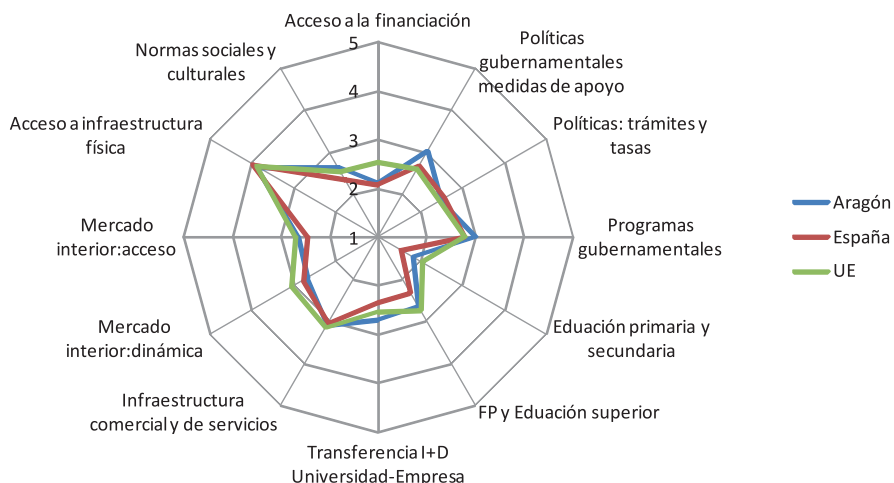
8.3. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las principales condiciones de entorno

La Figura 8.2 concluye este capítulo representando la posición relativa de las valoraciones que hacen los expertos aragoneses en relación con sus homólogos en España y en el resto de países GEM de su mismo grupo económico. En relación a la comparación con el resto de España, Aragón presenta unas condiciones medias por encima del promedio nacional en prácticamente la totalidad de los factores considerados. Respecto a los países GEM del mismo grupo económico, las valoraciones que hacen del entorno los expertos aragoneses se suelen situar, dentro del tono pesimista general, alrededor de la media europea, quedando por encima de dicha media las políticas y programas de apoyo gubernamental al emprendimiento (probablemente debido a los recientes cambios en las políticas laborales y fiscales y teniendo en cuenta que España partía de una posición con políticas más rígidas que muchos de los países vecinos). También parece que los expertos aragoneses se

muestran más optimistas que la media nacional en cuanto a las consecuencias de este tipo de políticas. Sin embargo, Aragón queda por debajo de la media europea en el factor educativo y en el acceso a la financiación. Respecto al factor educativo, se sitúa en una posición inferior en primaria y secundaria (queda, no obstante, por encima de la media de otras comunidades españolas, lo que debe llevarnos a valorar positivamente iniciativas como las que se están promoviendo desde las escuelas de primaria con el objetivo de “aprender a emprender”), aunque se iguala con el resto de países europeos cuando se valoran las etapas de FP y educación superior.

Figura 8.2.

Posición de Aragón respecto a España y resto de los países GEM de su mismo grupo económico en cuanto al estado promedio de los factores del entorno valoradas por los expertos



CAPÍTULO 9

**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
EN LAS ZONAS RURALES**

9.1. Introducción

El estudio de la actividad emprendedora en las zonas rurales y su comparación con la realizada en las zonas urbanas fue objeto de un breve análisis por primera vez en el pasado Informe GEM Aragón 2010-2011. Este año, a la vista de la importancia que el emprendimiento rural tiene en nuestra Comunidad, el Informe GEM 2012 dedica un capítulo a analizar la actividad emprendedora en las zonas rurales. El observatorio GEM considera como tal la que se lleva a cabo en municipios de hasta 5.000 habitantes, mientras que el emprendimiento urbano es el que tiene lugar en los municipios que superan dicha población. Esta comparación es especialmente relevante en Aragón, debido a que el 96,6% de sus municipios son rurales (Tabla 9.1) y, en media, aglutinan al 24,9% de la población aragonesa. No obstante, es importante tener en cuenta que la distribución de la población en zonas rurales varía notablemente entre las tres provincias aragonesas, principalmente debido a la concentración del 50% de la población aragonesa en la capital de la Comunidad. De este modo, el 16,3% de la población de la provincia de Zaragoza reside en la actualidad en zonas rurales, frente al 40,9% de Huesca y el 57,9% de Teruel.

Tabla 9.1.

Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2012)

Distribución de	Zona	Huesca	Teruel	Zaragoza	Aragón
Municipios	Rural	96,5%	98,7%	94,9%	96,6%
	Urbana	3,5%	1,3%	5,1%	3,4%
Población	Rural	40,9%	57,9%	16,3%	24,9%
	Urbana	59,1%	42,1%	83,7%	75,1%

A la vista de la importancia de las zonas rurales, sobre todo en las provincias de Huesca y Teruel, el emprendimiento rural constituye uno de los mecanismos más importantes para evitar la despoblación en numerosos territorios¹³ siendo, además, una fuente de oportunidades en múltiples sectores de la economía. La mejora de las infraestructuras físicas y las comunicaciones hacen del ámbito rural un espacio muy competitivo para un gran número de actividades. Fruto de esta reflexión, se han llevado a cabo determinadas iniciativas gubernamentales de fo-

¹³ Véase, por ejemplo, la noticia publicada el 2 de junio de 2012 en la página web de Heraldo de Aragón: "Aragón busca emprendedores para frenar la despoblación".

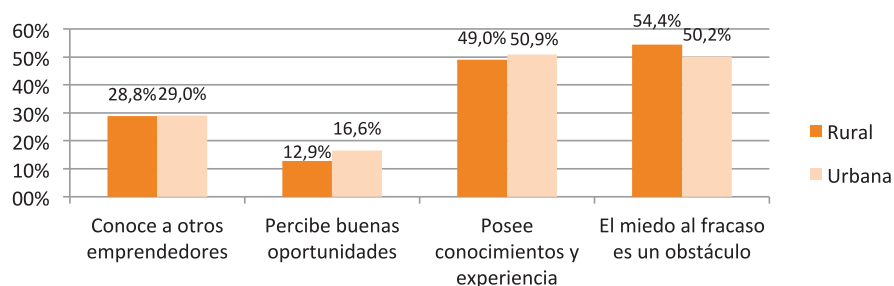
mento de la actividad emprendedora en zonas rurales de Aragón, como el Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED) o el proyecto Rural Emprende (dentro del marco del Plan Avanza). En definitiva, el capítulo se aproxima a la actividad emprendedora en zonas rurales. En primer lugar, se examinan los valores, percepciones y actitudes emprendedoras y se comparan con las de las zonas urbanas. A continuación, se examinan las tasas de actividad empresarial en los dos ámbitos.

9.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana

La identificación de valores y percepciones emprendedoras en la población rural y urbana es bastante similar, excepto lo que hace referencia a la percepción de buenas oportunidades para emprender en los próximos meses y el miedo al fracaso. En este caso, la población ubicada en entornos rurales muestra menor percepción de oportunidades y, en sintonía, un mayor miedo al fracaso, que evidencia la necesidad de trabajar desde las administraciones locales en una mayor dinamización del desarrollo rural para conseguir atraer inversores y mostrar el potencial de este tipo de entorno para la ubicación de muy diversos tipos de negocio.

Figura 9.1.

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana

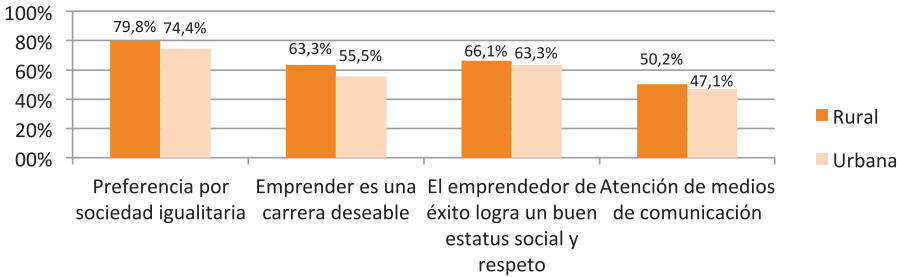


En cuanto a la valoración social del emprendimiento (Figura 9.2), indicar en primer lugar que la valoración de todos los indicadores es superior en la población rural, que tiende a desear en mayor medida la existencia de una sociedad igualitaria, lo que le imprime un carácter algo menos competitivo que a la población urbana. La población rural considera que el emprendimiento es una buena opción profesional en comparación con la urbana. En consonancia con ello, en el ámbito rural prevalece la idea de que el emprendedor de éxito logra un buen estatus y el respeto de la sociedad. Finalmente, en cuanto a la atención dispen-

sada por los medios de comunicación respecto de la provisión de noticias sobre emprendedores de éxito, la población rural puntúa de forma ligeramente más alta este factor, si bien la diferencia no es muy significativa.

Figura 9.2.

Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas



9.3. Principales indicadores del proceso emprendedor en el ámbito rural y en el urbano

Teniendo en cuenta las etapas del proceso emprendedor general: potencial, naciente, nueva, consolidada y abandono, las tasas de actividad en todas estas fases en los ámbitos rural y urbano son las que se muestran en la Figura 9.3.

Figura 9.3.

Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2012

RURAL	Potencial 11,7% (6,7%)	Naciente 2,2%(3,2%)	Nueva 2,8%(4,0%)	Consolidada 14,0%(21,7%)	Cierres efectivos 0,4%(1,9%)
		TEA rural: 5%(7,2%)			
		Total población involucrada en la parte activa del proceso: 19% (28,9%)			
	Total población involucrada en el proceso emprendedor en el ámbito rural: 30,7% (35,6%)				
URBANO	Potencial 12,2% (7,1%)	Naciente 1,7%(2,6%)	Nueva 2,7%(2,1%)	Consolidada 9,9%(11,9%)	Cierres efectivos 1,0%(2,3%)
		TEA urbano: 4,4%(4,7%)			
		Total población involucrada en la parte activa del proceso: 14,3%(16,6%)			
	Total población involucrada en el proceso emprendedor en el ámbito rural: 26,5%(23,7%)				

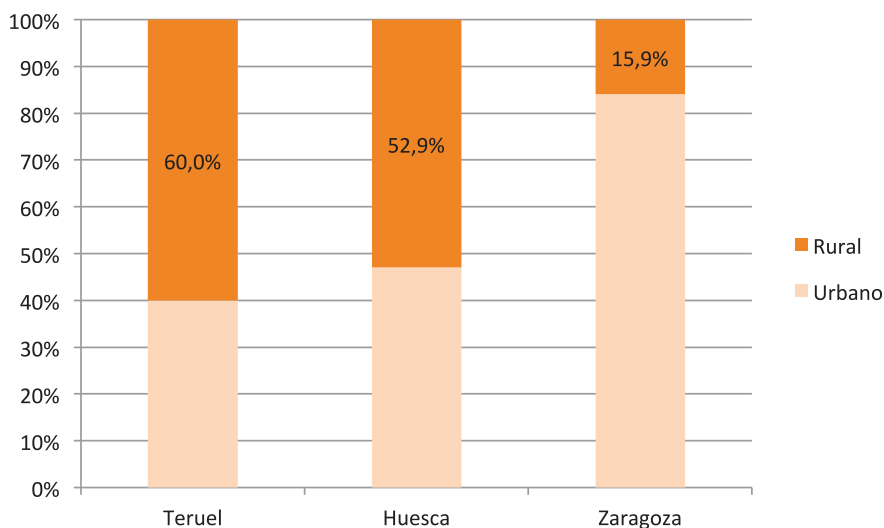
Nota: Entre paréntesis la información correspondiente a 2011.

Al igual que en el año 2011, los resultados muestran una mayor involucración de la población rural en el proceso emprendedor, si bien con diferencias en algunas fases. Así, en cuanto a la intención emprendedora, la población urbana se muestra proporcionalmente más activa. No obstante, la población rural es la que ha puesto en marcha nuevas iniciativas en mayor proporción (TEA rural del 5% frente al 4,4% urbano), ha conseguido consolidar mayor tasa de actividades (14% rural frente al 9,9% urbano) y ha experimentado un menor cese efectivo de las mismas (0,4% rural frente al 1% urbano). Todo ello confiere al emprendimiento rural una mayor estabilidad en relación con el urbano.

Si nos fijamos en la importancia del emprendimiento rural en cada una de las tres provincias aragonesas (Figura 9.4) podemos observar que, en concordancia con la distribución de la población mostrada en la Tabla 9.1, en Teruel y Huesca la actividad emprendedora en las zonas rurales tiene un papel claramente preponderante, sobre todo en la provincia de Huesca donde apenas el 41% de su población reside en zonas rurales y sin embargo en ellas se genera casi el 53% de las iniciativas.

Figura 9.4.

Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia



9.4. A modo de conclusión

A la vista de los datos anteriores, el emprendimiento rural tiene una importante contribución social y económica en las zonas rurales. Así, la tasa emprendedora rural en nuestra Comunidad supera a la urbana y muestra una mayor estabilidad, en la medida en que es mayor el porcentaje de empresas que se consolidan y el cierre efectivo de negocios es inferior con respecto al registrado en los núcleos urbanos. En sintonía con este resultado, la valoración social de la actividad emprendedora es superior en las zonas rurales, donde se percibe a los emprendedores como profesionales de éxito con reconocimiento social. No obstante, también se ha observado que en las zonas rurales la población percibe menos oportunidades y un mayor miedo al fracaso. Por ello, desde el observatorio GEM Aragón se recomienda continuar con políticas gubernamentales que pongan al alcance de las zonas rurales las herramientas e infraestructuras necesarias para fomentar la actividad emprendedora en este ámbito.

CAPÍTULO 10
EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

10.1. Introducción

España viene mostrando en los últimos años una dramática progresión de su tasa de desempleo juvenil, alcanzando uno de los valores más altos de la Unión Europea. Según la Encuesta de Población Activa (EPA), el paro juvenil (menores de 25 años) en Aragón se situó en un 45,9% en el último trimestre de 2012, una tasa algo menor que el conjunto de la media española, que se sitúa en un 55,1% en ese mismo periodo. De este número de jóvenes desempleados es necesario destacar que un 67,5% sólo tiene estudios de educación secundaria y únicamente un 15,18% ha cursado educación superior.

En este escenario de crisis económica, resulta cada vez más evidente que el empleo por cuenta ajena no es capaz de absorber todo el capital humano joven que puede contribuir al desarrollo económico de los países. Es por ello que la Comisión Europea, dentro de sus prioridades, ha establecido como foco de atención preferente el hacer frente al desempleo juvenil. Ante esta realidad, algunos expertos proponen el emprendimiento juvenil como una de las posibles soluciones, enfatizando que el sistema educativo debe apostar por proporcionar a los jóvenes una mejor capacitación para identificar nuevas oportunidades de negocio y desarrollarlas con el objetivo de que tengan éxito.

En línea con estos argumentos este capítulo proporciona una visión general acerca de las percepciones sobre la actividad emprendedora y su puesta en marcha entre los jóvenes aragoneses menores de 35 años, comparándolas con las de los adultos. En primer lugar, se presentan los valores, percepciones y actitudes, que apenas difieren de los de la población adulta. Tras esto, se analiza la tasa de actividad emprendedora y su evolución en el tiempo. Finalmente, se analizan las características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.

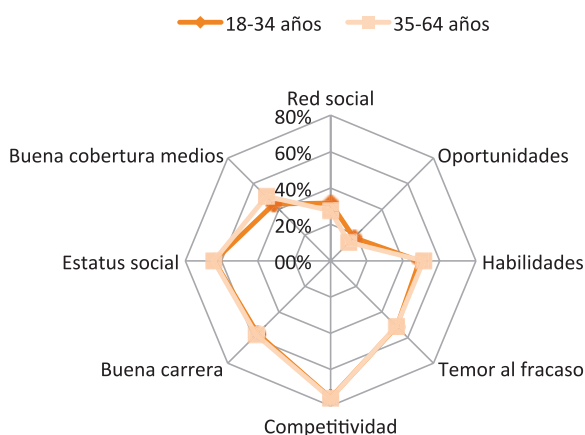
10.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven

Los valores y actitudes de la población joven con respecto al emprendimiento son bastante similares a los de la población adulta (véase la Figura 10.1), de forma que la población joven reproduce el modelo de los adultos con escasas diferencias: la más relevante es la relacionada con

la percepción de oportunidades, que es superior en los jóvenes (18,1%, frente al 12,3% de los adultos). Sin embargo, en relación con otras variables como la consideración del emprendimiento como una buena carrera profesional, la posesión de habilidades para emprender y el miedo al fracaso, no se observan grandes diferencias entre ambos grupos de población. Curiosamente, tampoco se observan diferencias significativas cuando se introduce la red social como una de las variables para desarrollar las capacidades emprendedoras.

Figura 10.1.

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven y adulta



10.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón

Una vez identificadas las percepciones sobre la actividad emprendedora de nuestros jóvenes, la siguiente cuestión es cómo se materializan éstas en la puesta en marcha de nuevos negocios. En la Tabla 10.1 se observa que la tasa de actividad emprendedora juvenil en Aragón es proporcionalmente superior a la de la población adulta en las primeras etapas de emprendimiento potencial (15,9% frente a 8,7%), así como en la actividad emprendedora naciente (2,1% frente al 1,7%) y nueva (3,0% frente a 2,6%). Por todo ello, el TEA en Aragón es más elevado entre los menores de 35 años (5,1% frente al 4,3% de la población adulta). Estos datos resultan coherentes en relación con la percepción de oportunidades de negocio antes mencionada y también con sus expectativas de recorrido profesional. Se observa que la tasa de actividades consolidadas es sensiblemente inferior para la población joven, lo que resulta consistente con la idea de que el tiempo de permanencia en el mercado de las empresas constituidas por la población adulta es mayor.

Tabla10.1.

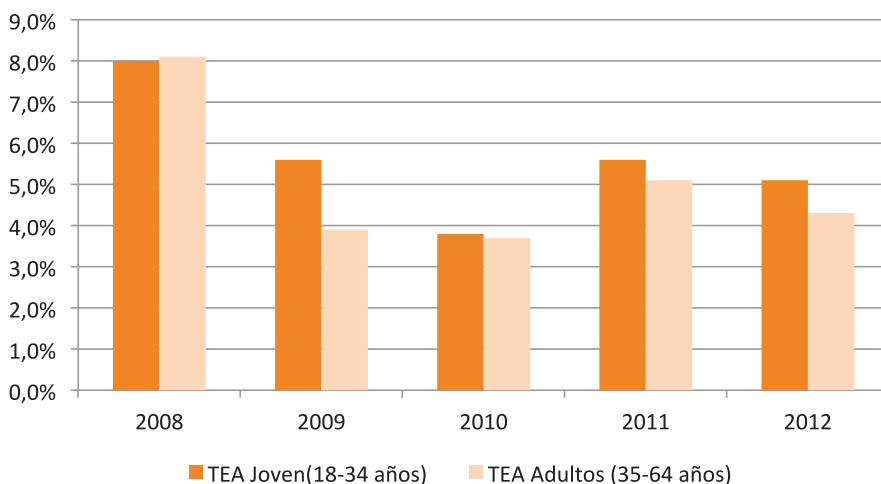
Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor

	Jóvenes	Adultos
Potenciales	15,9	8,7
Nacientes	2,1	1,7
Nuevos	3,0	2,6
Total Emprendedores (TEA)	5,1	4,3
Consolidados	3,1	14,9
Ex empresarios	0,9	0,8

La Figura 10.2 compara la tasa de actividad emprendedora correspondiente a la población joven y adulta en Aragón desde 2008, primer año de elaboración del informe GEM en nuestra Comunidad. La tasa de actividad emprendedora entre jóvenes menores de 35 años tiende a ser superior a la adulta a lo largo del periodo de análisis con la única excepción del año 2008, donde ambas tasas son prácticamente iguales.

Figura 10.2.

Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2008-2012)



Sin embargo, emprender no resulta sencillo para los jóvenes en el contexto actual y, a pesar de que el emprendimiento parece una salida profesional atractiva –a veces, la única, la actividad emprendedora de los menores de 35 años ha sufrido un retroceso anual desde el 5,6% de 2011

al 5,1% en 2012. No obstante dicho descenso es menos acusado que el sufrido por la población adulta (que pasa del 5,1% al 4,3%), lo que lleva a pensar en una menor aversión al riesgo de la población joven en época de crisis, aunque hay que tener en cuenta que el coste de oportunidad para ellos es menor, dadas sus menores expectativas de empleo por cuenta ajena. En cualquier caso, es conveniente potenciar la entrada de jóvenes en el proceso emprendedor ya que, tal y como se ha observado en la Tabla 10.1, muchas de las buenas intenciones se quedan en un simple deseo de emprender (15,9%). Para ello, las iniciativas desde las Administraciones Públicas (también desde la empresa privada) deben tratar de dar salida a las ideas de los jóvenes ofreciendo unas infraestructuras físicas y formativas que potencien la actividad emprendedora en este grupo de población. Sin embargo, es necesario incidir en la necesidad de apostar por iniciativas alternativas y creativas que tengan perspectiva de éxito, no simples réplicas de los negocios tradicionales, ya que van a ser en éstas donde se encuentre tanto el apoyo de las Administraciones Públicas como de las entidades que las financian.

10.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes

En cuanto al perfil socioeconómico del joven emprendedor (Tabla 10.2), éste se define habitualmente como un varón, con un nivel de estudios medio y situación laboral en activo. En la segmentación por edad y sexo se puede observar cómo el porcentaje de mujeres emprendedoras en la franja considerada joven emprendedor es algo mayor que la de la emprendedora adulta, pero con una diferencia escasamente significativa. Estos datos confirman que, dada la situación económica actual, emprender es una alternativa al desempleo, dadas las altas tasas de paro entre los jóvenes, sobre todo en el caso de las mujeres. Sin embargo, el nivel de participación en actividades emprendedoras es algo mayor entre los varones adultos que entre los jóvenes, fundamentalmente debido al hecho de que el varón adulto no ve como una salida profesional en este momento el empleo por cuenta ajena, algo que el joven todavía percibe como una oportunidad, ya que no emprende por una razón cultural.

Con respecto al nivel de renta, esta es, como sería de esperar, inferior en los emprendedores jóvenes y también lo es el tamaño medio del hogar familiar. Finalmente, respecto a la formación se observa que el porcentaje de emprendedores que afirman haber recibido algún tipo de formación específica para emprender es algo superior en el caso de los menores de 35 años (43,1% frente al 40,1% de los adultos). No obstante, esta diferencia es poco significativa y, por ello,

quizá una de las claves para fomentar la actividad emprendedora entre los jóvenes esté en ofrecer formación específica desde los niveles iniciales de la educación obligatoria. Ello será especialmente interesante en la medida que gran parte de los emprendedores no llegan a recibir formación superior (profesional o universitaria).

Tabla 10.2.

Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2012

	Emprendedor joven	Emprendedor adulto
Sexo	H: 54,2% M: 45,8%	H: 58,6% M: 41,4%
Edad	29 años	43 años
Nivel de estudios mayoritario	Bachillerato	Bachillerato
Formación específica para emprender	43,1%	40,1%
Nivel de renta media (euros)	20.000-30.000	30.000-40.000
Tamaño del hogar	2,73	3,26
Situación laboral	Activa	Activa
Origen español	100%	94,8%

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

El informe GEM Aragón 2012 finaliza con una síntesis de las principales conclusiones que se derivan del estudio realizado. El primer resultado que merece nuestra atención es el índice de actividad emprendedora (TEA), que alcanza en 2012 un valor de 4,6, lo que significa que en el momento de realización de la encuesta (junio y julio de 2012) un 4,6% de los aragoneses con edades comprendidas entre 18 y 64 años se encontraba desarrollando un proyecto emprendedor con antigüedad inferior a 42 meses. Este dato representa una disminución en torno al 13% en relación con el ejercicio precedente, aunque dicha caída no debe resultar del todo sorprendente si nos apoyamos en dos razones que permiten explicarla. Por una parte, la situación por la que atraviesa la economía en la Comunidad hace que en estos momentos sea especialmente complicado poner en marcha algún tipo de iniciativa emprendedora. Además, la información correspondiente al ejercicio 2011 se obtiene en un momento (junio y julio de 2011) en el que parecían atisbarse algunos signos de recuperación de la actividad económica que luego no se vieron confirmados, por lo que las expectativas de los ciudadanos seguramente fueron algo más favorables en ese momento.

El estudio permite también descomponer el índice TEA, distinguiendo entre iniciativas *nacientes* (aquellas que se encuentran todavía en fase embrionaria, entendiendo como tales las que todavía no han abonado salarios ni obtenido beneficios), e iniciativas *nuevas* (las que no superan los 42 meses de edad). Las iniciativas nacientes representan en 2012 un 1,8% del total, mientras que las nuevas suponen un 2,7%. La comparación de estas cifras con el promedio nacional muestra que, mientras en el caso de las iniciativas nacientes, Aragón presenta una tasa de emprendimiento inferior al promedio nacional (un 3,3% de las nuevas empresas españolas se encuentra en esta situación), el porcentaje de iniciativas nuevas en nuestra Comunidad es superior (2,7% frente al 2,3%), lo que indica que cuando se trata de empresas que ya están en funcionamiento, la posición relativa de nuestra región mejora en relación con las que todavía están en una fase más embrionaria. Dicho de otro modo, aunque la intención de poner en marcha nuevos negocios es inferior a la media nacional, si únicamente tenemos en cuenta las iniciativas que finalmente salen adelante, la Comunidad se encuentra en una situación algo más favorable que la media del país.

Si combinamos los datos mencionados con el número de personas que participan en cada una de las iniciativas (1,8 en 2012) y con las cifras de población residente en la Comunidad, se deduce que en el momento de realización del estudio había en Aragón un total aproximado de 70.100 emprendedores incipientes, algo menos de la mitad de los cuales podían considerarse como nacientes y el resto como nuevos. Si sumamos a esta cifra las aproximadamente 92.300 personas involucradas en iniciativas ya consolidadas (las que superan los 42 meses de antigüedad), el número total de aragoneses propietarios de una actividad empresarial se sitúa en el entorno de los 162.400. Se trata de una cifra menor que la observada en 2011 (194.000 personas), aunque superior a la de 2010 (cuando apenas se superaban los 132.000).

El proyecto GEM también estima el número de personas que manifiesta tener intención de iniciar una actividad emprendedora en los próximos tres años (emprendimiento potencial). Este dato es particularmente interesante, por cuanto permite anticipar, aunque con cierta cautela, el emprendimiento que va a tener lugar en un futuro más o menos inmediato. En el 2012, los emprendedores potenciales en Aragón ascendían a 99.400, cifra muy superior a la observada en 2011 (57.400) y que triplica la correspondiente a 2009 y 2010, marcando un máximo desde que se realiza el informe. Es probable que el comportamiento del mercado laboral, donde la posibilidad de alcanzar un puesto de trabajo por cuenta ajena parece cada vez menor, pueda explicar en gran medida esta cifra, ya que muchos aragoneses interpretan que el emprendimiento puede ser, en las actuales circunstancias, la única vía para acceder al mercado de trabajo. No obstante, ello no nos debe impedir valorar esta cifra con cierto optimismo y como un síntoma de que la tasa de emprendimiento en los próximos años debería tender al alza.

El proyecto GEM, además de cuantificar el espíritu emprendedor de una determinada zona geográfica, también permite obtener información acerca de las razones por las que los entrevistados inician una actividad: en la mayoría de los casos (el 69,6% de las iniciativas en Aragón), la empresa se crea porque el emprendedor percibe una buena oportunidad de negocio, frente a un 29,2% de emprendedores que lo hace por necesidad (el 1,2% restante de los encuestados señala motivos de otra índole). Tal como hemos apuntado a lo largo del informe, el emprendimiento por necesidad experimenta un fuerte repunte durante los últimos años: mientras que en 2008 únicamente un 13% de las iniciativas puestas en marcha venían determinadas por este motivo, este porcentaje se multiplica por más de dos en tan sólo tres años, si bien es cierto que en 2012 se percibe una cierta estabilización del valor de este indicador, que sólo aumenta tres décimas en relación con el año 2011. La recurrentemente mencionada situación económica por la que atraviesa la Comunidad puede ayudarnos a entender mejor la evolución creciente del emprendimiento por necesidad de estos últimos años.

Un aspecto que puede presentar cierto interés en este proyecto hace referencia a la caracterización del emprendedor aragonés. Aunque el estudio identifica con detalle el perfil del mismo, a modo de síntesis puede destacarse que el emprendedor *naciente* es mayoritariamente un hombre, en el entorno de los 38 años de edad, con estudios de formación profesional o universitarios, dedicado a tiempo completo a la actividad y en cuyo hogar conviven tres personas. Se trata de un perfil que, en lo sustancial, apenas presenta variaciones con el observado en el año 2011.

Uno de los objetivos del proyecto GEM es caracterizar las iniciativas que se llevan a cabo, tanto en la comunidad aragonesa como en el resto de regiones y países que participan en el mismo. Se identifican, para ello, cuatro grandes sectores de actividad. En el caso de la actividad emprendedora total, los resultados apuntan a que algo más de la mitad de las iniciativas desarrolladas en 2012 en Aragón lo fueron en sectores orientados al consumo (lo que supone un aumento de once puntos porcentuales en relación con 2011, seguramente debido a que se trata de actividades cuyo coste de puesta en marcha es menor), casi un 23% tienen un claro componente transformador (en 2011 este grupo representaba el 31% de las nuevas empresas) y un 19% de las iniciativas se dedican a la prestación de servicios a las empresas, mientras que el 5,3% restante operan en el sector extractivo. Cuando se comparan estos datos con los correspondientes a las actividades consolidadas (más de 42 meses de antigüedad), es posible destacar algunas diferencias importantes: por una parte, el porcentaje de actividades consolidadas orientadas al consumo disminuye en más de veinte puntos; por otra, el sector extractivo absorbe más del 20% de las iniciativas consolidadas frente a sólo un 5% de los nuevos proyectos. También aumenta de modo importante la proporción de actividades en el sector transformador, que representan un 31% de las iniciativas consolidadas por un 23% de las nuevas. Se trata, no obstante, de cifras que entran dentro de la lógica, ya que el ciclo de vida de las actividades en sectores directamente orientados al consumo es más corto, mientras que las actividades con un mayor componente industrial requieren de volúmenes de recursos más elevados, lo que incide directamente en el compromiso y la permanencia de este tipo de negocios.

En cuanto al tamaño de las actividades puestas en marcha en 2012 estas tienen, por lo general, una dimensión modesta. Aproximadamente dos de cada tres nuevas empresas emplean únicamente al promotor de la misma, lo que se identifica con el autoempleo, mientras que una de cada cuatro generan entre 1 y 5 puestos de trabajo. Sólo un 9,2% de los nuevos negocios puestas en marcha en la comunidad emplean a más de seis personas. Se trata, en todo caso, de cifras similares a las de los últimos años (con la excepción de 2008, donde la celebración de la Exposición Internacional de Zaragoza permitió la creación de empresas más grandes) e incluso se observa una mayor representación de las empre-

sas que generan al menos seis puestos de trabajo (el 9,2% en 2012, frente a un 6,6% en 2011 o un 8,0% en 2010).

El informe también proporciona información acerca de los recursos que se necesitan para poner en marcha un negocio y la principal conclusión que puede obtenerse al respecto es que las nuevas iniciativas tienen una dimensión cada vez menor. Así, la mediana de la distribución¹⁴ se ha situado en 2012 ligeramente por encima de los 10.000 euros, lo que supone un descenso importante en relación con los 30.000 euros del año anterior. Además, los fondos son, con frecuencia, aportados en exclusiva por el emprendedor (en un 42% de las ocasiones, frente al 27% de 2011, lo que confirma las crecientes dificultades que tienen los emprendedores para acceder al crédito) y cuando este recurre a financiación externa aporta directamente en torno a las dos terceras partes de la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto (en este caso, la cifra no es muy distinta de la observada en 2011).

Esta memoria dedica también un capítulo al análisis de la existencia de posibles diferencias en la propensión emprendedora entre hombres y mujeres. La circunstancia más reseñable es que, aunque el número de iniciativas emprendedoras desarrolladas por mujeres es proporcionalmente inferior (un 43% del total de iniciativas, frente al 57% que son impulsadas por hombres), el ratio de actividad femenina sobre actividad masculina es en la Comunidad claramente superior al que se observa en el conjunto del país (0,54 en España, 0,80 en Aragón). Por lo demás, las actividades promovidas por emprendedores de ambos sexos apenas presentan diferencias en cuanto a sus características generales y no cabe decir que existan discordancias por razón de género.

Es también importante destacar que la puesta en marcha de una actividad empresarial no es fácil y conlleva riesgos importantes. En la medida en que el emprendedor esté fuertemente motivado e ilusionado por el proyecto, será capaz de afrontar las dificultades en mejores condiciones. Por ello, es importante conocer los motivos que le llevan a poner en marcha un negocio, ya que este conocimiento puede constituir un indicador, siquiera imperfecto, de su probabilidad de éxito. En este sentido, los resultados del estudio muestran que la proporción de ciudadanos aragoneses que considera que la Comunidad presenta buenas oportunidades para emprender es del 15,6%, cifra que mejora la del año precedente y que es superior a la del promedio del país (13,9%).

Aunque el informe GEM utiliza como fuente de información principal el resultado que se deriva de una encuesta realizada a 2.000 ciudadanos residentes en la Comunidad, el estudio también hace uso de información

¹⁴ El capital promedio necesario asciende a algo más de 66.000 euros, pero dicho valor se ve altamente condicionado por la presencia de valores extremos, por lo que entendemos que la mediana resulta más ilustrativa de la situación de nuestras empresas.

más detallada proporcionada por un reducido número de expertos (36 en el informe de este último año) pertenecientes a diferentes ámbitos y que son seleccionados en función de su experiencia y competencia en su campo. Los expertos emiten su opinión acerca de la existencia de oportunidades para emprender en la comunidad, así como de la capacidad de la población aragonesa para emprender o el reconocimiento social que tienen los empresarios. Los resultados que se derivan de la valoración de los expertos no resultan especialmente optimistas y confirman que la crisis económica limita las oportunidades existentes, así como que la capacidad de la población para poner en marcha con éxito nuevas iniciativas es limitada.

Los expertos también juzgan las diferentes condiciones del entorno en el que se desarrolla la actividad empresarial. Entre las que reciben una mejor puntuación, cabe mencionar el acceso a las infraestructuras físicas, la innovación, tanto desde el punto de vista de la empresa como desde el punto de vista del consumidor o las medidas de apoyo al emprendimiento femenino. Los principales obstáculos que se identifican son el acceso a la financiación (con diferencia, el mayor inconveniente), así como la insuficiente educación y formación, las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales y el clima económico.

Destacar, por último, que cuando se solicita a estos expertos que propongan algunas recomendaciones que favorezcan el proceso emprendedor, los factores citados con mayor frecuencia están directamente vinculados a los obstáculos apuntados. Así, sugieren fundamentalmente el impulso de medidas que faciliten el acceso a la financiación, la mejora en los programas educativos o el desarrollo de políticas gubernamentales que impulsen dichas actividades (si bien es cierto que un buen número de expertos que éstos son ya adecuados y constituyen un importante apoyo para el que comienza una actividad).

Al igual que ocurría en la edición de 2011, este año el informe GEM Aragón dedica un capítulo a analizar el emprendimiento en el ámbito rural, con resultados que corroboran la tendencia puesta de manifiesto el año anterior: el emprendimiento (TEA del 5%) es superior al emprendimiento urbano (4,4%), si bien es cierto que las diferencias se reducen con respecto a las observadas doce meses antes. También es más elevado el emprendimiento consolidado (que afecta en los pequeños núcleos rurales al 14% de la población entre 18 y 64 años, frente a un 9,9% en los municipios de más de 5.000 habitantes) y menor el número de cierres (0,4% frente al 1%). En consecuencia, hemos de insistir de nuevo en que en los municipios más pequeños la proporción de emprendedores, con independencia de su tipología, es superior (seguramente la ausencia de oportunidades alternativas supone un importante estímulo para ello) por lo que los programas de

apoyo a este colectivo resultan de especial relevancia. En este sentido, propuestas como el PAED, a la que ya se ha hecho referencia en este documento, pueden desempeñar un papel fundamental, no solo por lo que representa en términos de ayuda a la hora de poner en marcha nuevos proyectos, sino también por el filtro que supone al identificar las propuestas menos viables, primando por tanto el emprendimiento de calidad.

La principal novedad en la edición de 2012 es que este año se dedica un capítulo al análisis del emprendimiento juvenil. Es bien sabido que una de las principales preocupaciones de la sociedad, tanto española como aragonesa, es la alta tasa de desempleo juvenil. En consecuencia, cualquier iniciativa que permita mejorar la información disponible sobre este colectivo con el fin de diseñar, en su caso, las políticas adecuadas tendentes a mejorar la situación, debe ser bien recibida. En este sentido, los datos que se desprenden del informe ponen de manifiesto que los valores y actitudes de los jóvenes (entendiendo como tales a aquellos aragoneses con edad inferior a 35 años) con respecto al emprendimiento no difieren, en lo sustancial, de los observados en la población adulta, con la única excepción de la percepción de oportunidades, dimensión en la que los jóvenes perciben mayores posibilidades que los adultos. En cuanto a los niveles de creación de nuevas empresas, el índice TEA es superior en este colectivo (5,1% frente al 4,3% de los adultos), aunque donde más claras diferencias se perciben es el emprendimiento potencial: casi un 16% de los jóvenes aragoneses tienen la intención de crear su propia empresa en el corto plazo, frente a un 8,7% de los adultos. Por ello, cualquier iniciativa tendente a apoyar el emprendimiento entre los más jóvenes puede influir positivamente en el futuro, tanto desde el punto de vista de la generación de riqueza como desde la creación de empleo. En este sentido, medidas como las recogidas en la ley de emprendedores recientemente aprobada por el gobierno de la nación seguramente deberían incidir positivamente en los niveles futuros de creación de empresas.

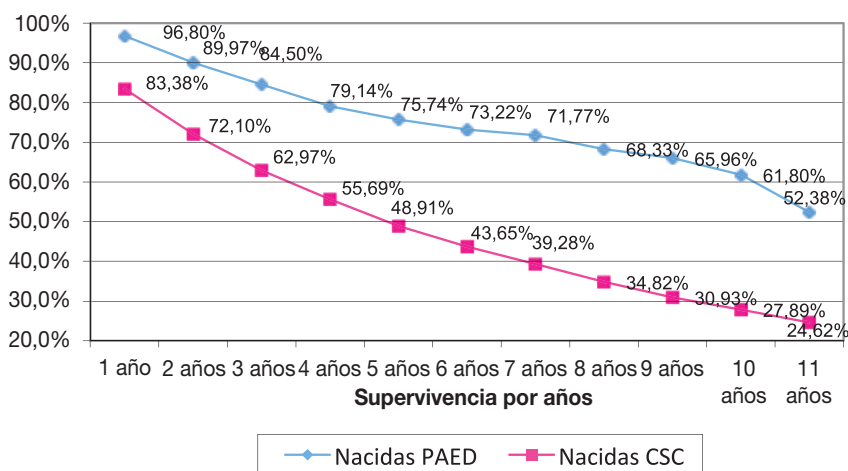
En definitiva, este informe GEM Aragón 2012, enmarcado dentro del proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), supone un hito importante en la evaluación de la actividad emprendedora dentro de la Comunidad Autónoma. Los resultados que se derivan del mismo deben evaluarse de forma conjunta con el resto de iniciativas puestas en marcha desde otras instituciones (Gobierno de Aragón, Instituto Aragonés de Fomento, Cámaras de Comercio, etc.), con el fin de dotar de la mayor eficacia a las distintas actuaciones. En precisamente en estos momentos de dificultad cuando la intervención de los poderes públicos resulta especialmente relevante y es de esperar que las iniciativas que se están adoptando, tanto en la Comunidad Autónoma como desde el Gobierno de la Nación, puedan resultar de especial valor una vez superado este periodo de dificultad.

En este sentido, una de las principales actuaciones que se lleva a cabo en la Comunidad Aragonesa es el Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED), impulsado desde la *Dirección General de Industria y apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa del Gobierno de Aragón* y gestionado por las *Cámaras de Comercio*. Dicho programa tiene precisamente como principal objetivo es disminuir la vulnerabilidad de las empresas en sus primeros años de vida e incrementar la tasa de supervivencia de las mismas. El programa se pone en marcha en el año 2001 en la provincia de Huesca, y se extiende en 2004 a Teruel y Zaragoza. Durante los once años de vigencia del programa se han atendido un total de 10.531 propuestas, de las que 3.383 se han convertido en nuevas empresas. Y, lo que es seguramente más importante, 4.212 proyectos han sido descartados sin llegar a ponerse en marcha, en la mayoría de los casos al entenderse que la propuesta no resultaba viable. Si pensáramos sólo en términos del índice TEA, principal indicador empleado en este informe, estas políticas pueden traducirse en un menor valor del indicador, lo que aparentemente situaría a Aragón en una posición de *desventaja* en relación con otras comunidades. Recordemos que, según se ha mostrado en el capítulo 1 de este informe, el TEA en Aragón se sitúa en el 4,6%, frente al 5,7% que se observa en el promedio nacional, aunque también es cierto que comunidades como Madrid, Navarra o el País Vasco presentan tasas algo inferiores a la aragonesa. Sin embargo, un menor número de empresas creadas podría verse compensado por la mayor calidad de las mismas, con la consiguiente reducción en el número de abandonos y un mayor volumen de emprendimiento consolidado. Es cierto que en estos últimos años se ha generalizado en la sociedad un interés por elevar las tasas de emprendimiento, pero más importante todavía es que las empresas creadas pervivan en el tiempo. En línea con este argumento, es evidente que los poderes públicos deben apoyar la creación de nuevas iniciativas, pero también lo es que los esfuerzos deberán orientarse hacia aquellas actividades con mayores probabilidades de éxito, fundamentalmente por dos motivos. Por una parte, en la medida en que los recursos disponibles son siempre limitados, una asignación eficiente de los mismos permitirá incrementar el número de iniciativas atendidas, con el consiguiente efecto en el bienestar social. Por otra, el fracaso empresarial tiene implicaciones, en ocasiones muy importantes, desde el punto de vista personal, por lo que la identificación anticipada de dichos fracasos tendrá igualmente efectos positivos sobre la sociedad.

Evidentemente, la magnitud del programa PAED es reducida en relación con el número total de iniciativas en marcha dentro de la Comunidad, pero es importante poner de manifiesto en este punto que, aunque el índice TEA es algo más bajo en Aragón, la información recogida en este documento ha puesto de manifiesto que la tasa de

abandonos es sustancialmente inferior, mientras que la supervivencia de las empresas aragonesas (aproximada a través del volumen de emprendimiento consolidado) es superior. El gráfico 11.1, que pone en relación la tasa de supervivencia en tiempo de las empresas creadas al amparo del programa PAED, en relación con la media española,¹⁵ corrobora esta afirmación. Frente a las cifras habitualmente manejadas en la literatura y que se confirman a partir de los datos del estudio comentado, según las cuales aproximadamente la mitad de las empresas creadas no superan los cinco años de vida y únicamente una cuarta parte de las mismas alcanza los diez años, aproximadamente las tres cuartas partes de las empresas creadas bajo la metodología PAED superan los cinco años de vida y más de la mitad llegan a los diez años. Es importante, por último, destacar que la mayoría de las empresas creadas lo han sido en pequeños núcleos de población (del total de proyectos puestos en marcha, el 54% lo han sido en la provincia de Huesca y casi el 27% en Teruel, mientras que Zaragoza sólo representa el 19% del total).

Comparativa de la media de supervivencia de empresas creadas bajo metodología PAED en el periodo 2002-2012, con la media de supervivencia de empresas creadas estudiadas por el CSC en el periodo 1996-2006



¹⁵ Dicha media se obtiene a partir del informe elaborado por el Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras y analiza las empresas creadas en España durante el período 1996-2006.

Para terminar, hemos de señalar que resulta en todo caso conveniente hacer una puntualización en relación con los resultados que aquí se presentan. Los efectos de la mayoría de las medidas adoptadas desde los poderes públicos para mejorar la capacidad emprendedora tardan un tiempo en ofrecer resultados perceptibles. En consecuencia, hemos de ser prudentes a la hora de extraer conclusiones directas de una determinada decisión y su evaluación debe, en todo caso, realizarse una vez transcurrido un tiempo suficiente desde su implantación. En este sentido, debe valorarse muy positivamente el interés puesto de manifiesto por parte de las instituciones que soportan este informe por la decisión de continuar con el mismo en los próximos años, ya que de este modo será posible disponer de una serie histórica que será de gran valor a la hora de analizar las consecuencias de las decisiones adoptadas.

En este escenario, cabe destacar la labor de la Fundación Emprender en Aragón, organismo integrado por las principales entidades que prestan servicios de apoyo al emprendedor en la Comunidad Autónoma de Aragón, que con su enfoque estratégico "Aragón Emprendedor" ha conseguido aunar las políticas destinadas al fomento de la actividad de este colectivo, irguiéndose como el canal único del emprendedor a nivel regional. Dicho proyecto se basa en siete principios: la progresividad en la adopción de cambios y nuevas soluciones; la transparencia e intercambio de información entre participantes; la normalización de servicios, actividades y herramientas; la coordinación del proyecto involucrando a las organizaciones participantes y siempre abierta a nuevas adhesiones; la orientación al cliente interno y a la persona emprendedora; la tangibilización y seguimiento de los resultados obtenidos y la búsqueda constante de la mejora de los servicios al emprendedor. Así mismo, la homogeneización interna, la optimización de recursos, los nuevos enfoques de alto valor y la sensibilización y comunicación externa constituyen los cuatro vectores y potenciadores del Capital Emprendedor de Aragón. Dicha estrategia se materializa con iniciativas como el Día de la Persona Emprendedora, la Cátedra Emprender de la Universidad de Zaragoza, el Título Propio de Experto Universitario en Asesoramiento a Emprendedores, el Concurso IDEA, el Programa Emprender en la Escuela así como las iniciativas de coordinación de metodologías y de homologación de agentes y consultores, que posicionan a la Fundación Emprender en Aragón a la vanguardia en la prestación de servicios a emprendedores, permitiéndole asegurar la continuidad de los mismos así como de sus proyectos a futuro.

