

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2010-2011 ARAGÓN

Realizan



Universidad
Zaragoza



Patrocinan





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 Pablo 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

ISBN:

Depósito legal:

Imprime: INO Reproducciones

RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2011

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Fundación Xavier de Salas-GEM España	Ricardo Hernández (<i>Director GEM-España</i>) Alicia Coduras (<i>Directora Técnica GEM-España</i>) M ^a de la Cruz Sánchez Juan Carlos Díaz Yancy Vaillant Esteban Lafuente	Fundación Xavier de Salas-GEM España Dirección General de Política de la Pyme, Ministerio de Industria y Fomento
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (<i>Director GEM-Aragón</i>) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación. Fundación Emprender Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (<i>Directora GEM-Canarias</i>) 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	La Caja de Canarias Caja Canarias Gobierno de Canarias – Servicio Canario de empleo Fondo Social Europeo
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>) Francisco M. Somohano Rodríguez (<i>Coordinador</i>) José Manuel Fernández Polanco Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Ana María Serrano Bedía	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda Grupo SODERCAN Fundación UCEIF

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Cataluña	Institut D'estudis Regionals i Metropolitans Universidad Autónoma de Barcelona	Yancy Vaillant (<i>Director GEM-Cataluña</i>) Carlos Gualarte (<i>Director GEM-Cataluña</i>) Esteban Lafuente (<i>Investigador Principal, IERMB/UPC</i>) Eduardo Gómez (UAB) Marc Figuls (IERMB) Manoj Bayan (UAB)	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic. Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Ocupació
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José María Gómez Gras (<i>Director GEM Comunidad 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 Alos Simó Javier Sancho Azuar M ^a Antonia Vaquero Sánchez Domingo Galiana Lapera	Air Nostrum Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA)
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 Díaz Aunión	Fundación Xavier de Salas, Junta de Extremadura, Universidad de Extremadura, Avante Extremadura, CC. NN. Almaraz-Trillo, Fundación Academia Europea de Yuste, Ogesa SA., Hoy Diario de Extremadura, Grupo Alfonso Gallardo, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain S. L., Palicrisa, Caja Rural de Extremadura, Cámara de Comercio de Cáceres, Urvicasa, Infostock, Comisiones Obreras de Extremadura, Federación Empresarial Cacereña, U.G.T. de Extremadura, Caja Duero, La Caixa, Gestyona S.L., Hotel Huerta Honda, Infocenter, Grupo Ros Multimedia.
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas Sanz (<i>Directora GEM-Galicia</i>) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López María José Garrido Herrera Alejandro Prada Baceiredo Ana Vázquez Eibes Maite Cancelo Márquez Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Núria Calvo Babío Loreto Fernández Fernández Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez M ^a Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Universidad de Santiago de Compostela (USC) Dirección Xeral de Promoción do Emprego de la Xunta de Galicia

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Madrid Metropolitano	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid Instituto de Empresa	Iñaki Ortega Cachón Isidro de Pablo López Begoña Santos Urda Yolanda Bueno Hernández Esperanza Valdés Lías Fernando Alfaro Ramos Esther Caurin Arribas	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid CIADE U.A.M
Madrid Comunidad Autónoma	Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (<i>Director GEM Madrid</i>) Begoña Santos Urda Yolanda Bueno Hernández Esperanza Valdés Lías Fernando Alfaro Ramos	Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid CIADE U.A.M.
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez (<i>Director GEM-Murcia</i>) Alicia Rubio Bañón (<i>Directora 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 Fundación Cajamurcia Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder) Crecemos con Europa Plan Emprendemos Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart (<i>Director GEM Navarra</i>) Martín Larraza Kintana Daniel Calvo Ibero	Gobierno de Navarra – Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra
País Vasco	Orkestra, instituto Vasco de Competitividad Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea U. Autónoma Barcelona	Inaki Pena (<i>Director del proyecto GEM País Vasco</i>) José Luís González-Pemía Maribel Guerrero María Saiz Jon Hoyos Saioa Arando David Urbano	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (<i>Director gerente</i>) Joaquín Vallés (<i>Dirección y coordinación técnica</i>)	Fundación Xavier de Salas-GEM España

Nacional



Andalucía



Aragón



Asturias



Canarias



Cantabria



Castilla y León



Cataluña



Ceuta



Comunidad Valenciana



Extremadura



Galicia



Madrid



Murcia



Navarra



País Vasco



ÍNDICE DE CONTENIDOS

El proyecto GEM Aragón 2010-2011	11
Introducción	11
El proceso emprendedor según el proyecto GEM	12
Modelo teórico GEM	13
Metodología	14
Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2010-2011	18

CAPÍTULO 1

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Aragón	21
1.1. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa	23
1.2. Evolución de la actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa	28
1.3. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa	30
1.4. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional 2011	35
1.5. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional GEM	38
1.6. Potencial emprendedor	45

CAPÍTULO 2

Tipos de comportamiento emprendedor	49
2.1. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor	51
2.2. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional	53
2.3. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad	56

CAPÍTULO 3

Perfil socioeconómico del emprendedor residente en Aragón	59
3.1. Perfil del emprendedor naciente	53
3.2. Perfil del emprendedor nuevo	65
3.3. Perfil del emprendedor consolidado	69
3.4. Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad	73
3.5. Perfil del emprendedor potencial	77
3.6. Perfil del emprendedor aragonés en 2010 y 2011	81

CAPÍTULO 4

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Aragón	87
4.1. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras aragonesas	89
4.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras aragonesas	91
4.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas	92
4.4. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	93
4.5. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y en las consolidadas	96
4.6. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y las consolidadas	97
4.7. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	99
4.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	100
4.9. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	102

CAPÍTULO 5

La financiación del proceso emprendedor en Aragón	105
5.1. Introducción	107
5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una start up	107
5.3. El papel del inversor informal y del business angel en Aragón y en el entorno GEM	110
5.4. Distribución y perfil de los inversores privados en negocios ajenos	111

CAPÍTULO 6

Actividad emprendedora en función del género	115
6.1. Introducción	117
6.2. La actividad emprendedora femenina en Aragón en el contexto nacional e internacional	117
6.3. Características de la actividad emprendedora femenina en comparación con la masculina	119

6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora aragonesa	122
6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora	123
6.6. El estado del entorno para la actividad emprendedora femenina	128

CAPÍTULO 7

Actitudes, motivación y capacidad para emprender en la población aragonesa	129
7.1. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón	132
7.2. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender	134
7.3. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	137

CAPÍTULO 8

Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	143
8.1. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	145
8.2. Situación de Aragón respecto a su grupo económico e n cuanto a las principales condiciones del entorno	151

CAPÍTULO 9

Otras dimensiones de la actividad emprendedora: emprendimiento en las zonas rurales e intraemprendimiento	153
9.1. Actividad emprendedora en las zonas rurales	155
9.2. El emprendimiento corporativo en Aragón	157

CONCLUSIONES	161
---------------------------	------------

EL PROYECTO GEM ARAGÓN 2010-2011

Introducción

Aragón se enfrenta nuevamente 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 *Global Entrepreneurship Monitor* (más conocido como proyecto GEM).

GEM es un observatorio internacional de la actividad emprendedora que tiene periodicidad anual y que se desarrolla por universidades, institutos de investigación e instituciones de fomento a la creación de empresas de más de cincuenta países. Su principal misión 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 de entorno para emprender con el ánimo de poder evaluar la situación y que, en su caso, las políticas públicas que se desarrollen pueden 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.

Los cuatro principales objetivos del proyecto GEM pueden resumirse en los siguientes puntos:

1. La elaboración de un **índice de actividad emprendedora**, distinguiendo entre la creación 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 nuevas empresas (iniciativas que se hallan en fase de consolidación, con menos 42 meses de actividad).
2. 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.).
3. 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. 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, el apoyo a la actividad emprendedora femenina y otros aspectos.

4. 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, los sectores emergentes o la importancia de las empresas de alto crecimiento. 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.

La experiencia acumulada a nivel nacional después de doce años de existencia del proyecto, así como por parte de las diferentes Comunidades Autónomas participantes en el mismo, ha convertido a este informe en una herramienta consolidada entre todos aquellos agentes que intervienen, de una u otra forma, en el impulso y apoyo de los emprendedores y de la clase empresarial en general.

El proceso emprendedor según el Proyecto GEM

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

Figura 0.1.

El proceso emprendedor según el proyecto GEM



Fuente: Informe Nacional GEM 2011

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 0.1, donde se diferencian claramente las etapas del proceso emprendedor que se analizan en GEM.

Por consiguiente, téngase presente que el registro 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 en la Comunidad Autónoma, 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 (DIRCE en el caso de España). 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.

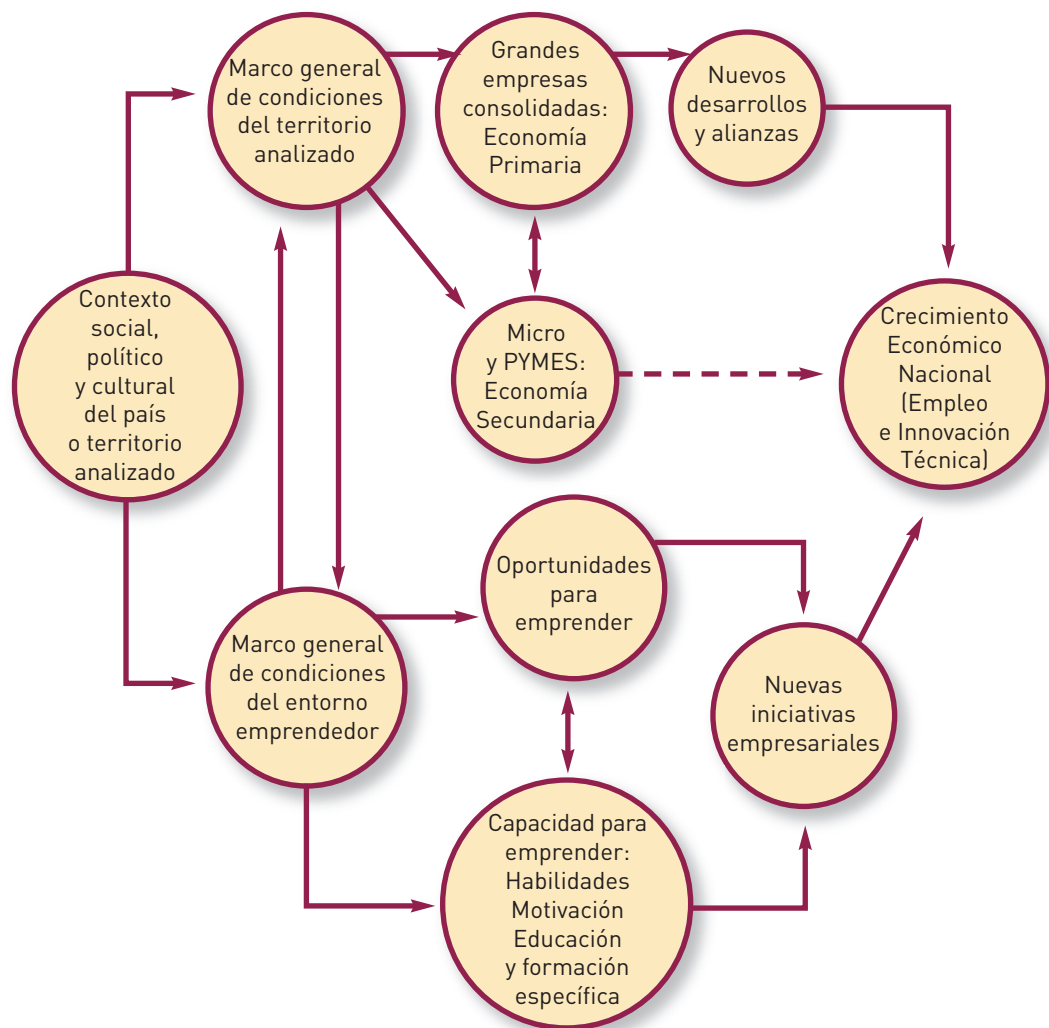
Modelo teórico GEM

Además del diseño del proceso emprendedor, el observatorio desarrolla su actividad en base a los fundamentos del modelo teórico que se presenta a continuación, en el que el contexto político y social se relaciona con las condiciones que empresas consolidadas y emprendedores afrontan y la contribución de estos últimos al crecimiento económico nacional. Este modelo ha sido utilizado por el equipo GEM desde sus inicios en 1999 a nivel internacional y desde el año 2000 en España y está representado en la Figura 0.2.

²GEM Aragón 2011 utiliza como única fuente de datos poblacionales de la Comunidad el INE.

Figura 0.2.

Modelo teórico GEM



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, 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 se realiza desde julio a septiembre, siempre buscando 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 a 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 41 expertos para 2010 y de 40 para 2011. 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

Ámbito de influencia	2010	2011
Apoyo financiero	4	5
Políticas gubernamentales	5	4
Programas gubernamentales	5	5
Educación y formación	5	4
Transferencia de I+D	4	5
Infraestructura comercial y profesional	5	4
Apertura del mercado interno	4	5
Acceso a infraestructura física	4	4
Normas sociales y culturales	5	4
Total	41	40

Encuesta a la población de 18-64 años de edad, conocida como *Adult Population Survey* 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 para 2010 y 1.000 encuestas para 2011, con las características que se describen a continuación en la Tabla 0.2.

Tabla 0.2.

Proyecto GEM Aragón 2010-2011. Ficha técnica

	Descripción de la muestra
Universo	Población residente en Aragón de 18 a 64 años.
Muestra	2.000 personas (2010) / 1.000 personas (2011)
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)	$\pm 2,19\%$ (2010) / $\pm 3,10\%$ (2011) para datos globales
Nivel de confianza	95,5%
Periodo encuestación	Abril-Julio de 2010 y Abril-Septiembre de 2011
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.

Distribución de la muestra por género y provincia						
2010				2011		
Provincia	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Huesca	130	180	310	90	80	170
Teruel	113	100	213	54	53	107
Zaragoza	783	694	1477	352	371	723
Total	1026	974	2000	496	504	1000

Uniendo los ingredientes anteriores, se obtiene la siguiente descripción del sistema operacional que se sigue anualmente en cuanto a la confección de los Informes GEM:

Fuente	Concepto	Objetivo principal
Variables secundarias	Contexto Social, Cultural, Político	Relacionar este contexto con el entorno general y con el que se enfrentan los emprendedores
Variables Secundarias	Entorno General	Relacionar el estado actual de la economía, las políticas públicas y otros aspectos generales con la actividad emprendedora
Variables Secundarias Encuesta a expertos	Entorno General para emprender	Establecer el diagnóstico actual sobre el estado de las condiciones de entorno que influyen en el desarrollo de la actividad emprendedora: financiación, políticas y programas públicos, educación, acceso al mercado y otros
Variables Secundarias	Economía Primaria Economía Secundaria Nuevos Desarrollos	Estudiar los indicadores referentes a estos apartados en el territorio analizado y disponer de información complementaria que ayude en la explicación de los resultados proporcionados por GEM
Encuesta GEM a la población de 18-64 años Encuesta a expertos	Oportunidades para emprender, capacidad y habilidad para emprender	Medir directamente en la población su percepción de oportunidades para emprender y su grado de disposición de capacidad y habilidades naturales en esta materia, recabar la opinión de los expertos sobre el mismo tema
Encuesta GEM a la población de 18-64 años	Nuevas iniciativas empresariales	Medir y caracterizar la actividad emprendedora del territorio
Variables secundarias	Crecimiento económico	Relacionar los resultados sobre actividad emprendedora con el desarrollo

La información obtenida a través de estas fuentes, complementarias entre sí, constituye la base para la elaboración de los resultados que se presentan en los distintos apartados de este informe GEM Aragón 2010-2011, 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://gem.fundacionxavierdesalas.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

Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2010-2011

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 2010 y 2011.

	Aragón		España	
TEA, tasa de iniciativas de hasta 42 meses sobre población 18-64 años	2010	2011	2010	2011
TEA total	3,7%	5,3%	4,3%	5,8%
Distribución del TEA	2010	2011	2010	2011
TEA por necesidad	19,6%	28,8%	25,4%	25,8%
TEA por oportunidad	76,2%	69,3%	73,0%	71,6%
TEA por otro motivo	4,2%	1,9%	1,7%	2,6%
TEA del sector extractivo	7,6%	7,8%	4,3%	5,5%
TEA del sector transformador	29,9%	31,4%	21,4%	18,2%
TEA del sector de servicios a empresas	29,1%	19,6%	25,7%	23,1%
TEA del sector orientado al consumo	33,4%	41,2%	48,6%	53,3%
TEA sin empleados	50,0%	64,4%	66,0%	70,7%
TEA de 1-5 empleados	41,4%	28,9%	27,9%	25,0%
TEA de 6-19 empleados	6,9%	4,4%	4,9%	3,3%
TEA de 20 y más empleados	1,7%	2,2%	1,2%	1,0%

	Aragón		España	
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	9,1%	20,8%	10,8%	16,3%
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	7,9%	21,3%	8,0%	16,3%
TEA iniciativas que utilizan tecnología de menos de un año	7,7%	18,6%	7,5%	14,8%
TEA iniciativas cuyo sector es de base tecnológica media o alta	9,3%	7,5%	9,4%	6,5%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	20,9%	29,5%	27,0%	18,7%
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	0,0%	1,7%	0,8%	0,3%
TEA iniciativas de emprendedores extranjeros	3,0%	7,9%	9,2%	20,0%
Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2010	2011	2010	2011
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	28,0%	30,6%	32,3%	28,7%
Percibe buenas oportunidades para emprender	19,2%	12,8%	16,9%	14,4%
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	50,4%	54,1%	49,1%	50,8%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	48,6%	51,8%	44,8%	51,8%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	4,6%	7,0%	6,6%	9,7%
Ha actuado como inversor informal o <i>Business Angel</i>	2,5%	3,9%	3,2%	3,6%
Valoración media de expertos de las condiciones de entorno (entre 1 y 5)	2010	2011	2010	2011
Financiación para emprendedores	2,31	1,88	2,08	2,06
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,71	2,69	2,40	2,06
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,57	2,53	2,21	2,21
Programas gubernamentales	3,23	2,95	2,49	2,72
Educación y formación emprendedora en etapa escolar	1,86	1,85	1,58	1,56
Educación y formación emprendedora en etapa post escolar	2,71	2,87	2,25	2,34
Transferencia de I+D	2,71	2,55	2,24	2,13
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,14	2,66	2,86	2,58
Dinámica del mercado interno	2,59	2,65	2,55	2,69
Barreras de acceso al mercado interno (de menos a más favorable)	2,83	2,71	2,30	2,16
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,91	3,52	3,61	3,46
Normas sociales y culturales	2,56	2,51	2,27	2,21
Apoyo al emprendimiento femenino	3,17	3,02	2,81	3,01
Apoyo al emprendimiento con alto potencial de crecimiento	3,07	3,16	2,54	2,66
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	3,21	3,49	2,68	2,62
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,58	3,87	3,60	3,35
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	2,93	2,88	2,65	2,57

CAPÍTULO I

**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN**



El primer capítulo del informe GEM Aragón 2010-2011 está destinado a describir y analizar la propensión a la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma. El estudio de esta variable 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. Además, la observación de la evolución de la actividad emprendedora en el tiempo ha de permitir valorar también la efectividad de las medidas encaminadas a la promoción de la misma.

En concreto, para abordar el estudio de la propensión a la actividad emprendedora, el capítulo comienza 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, nacientes y nuevas. Las primeras contemplan 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 y mundial.

1.1. 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. 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 3 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.

Tabla 1.1.
Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2010-2011. Descomposición

TEA ARAGÓN 2010 [% sobre la población entre 18-64 años] 3,7%	% de iniciativas nacientes 1,5%
	% de iniciativas nuevas 2,2%
TEA ARAGÓN 2011 [% sobre la población entre 18-64 años] 5,3%	% de iniciativas nacientes 2,7%
	% de iniciativas nuevas 2,6%

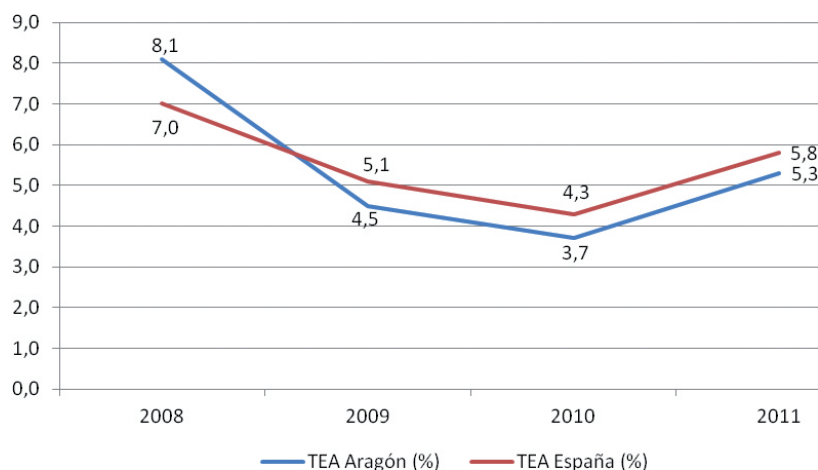
La Tabla 1.1 muestra que el TEA para Aragón durante 2010 fue del 3,7%, incrementándose hasta el 5,3% en 2011. Por tipo de iniciativa, aquellas denominadas *nuevas* representan más de la mitad de actividades emprendedoras, con un 2,2% y 2,6% de la población adulta implicada en las mismas en 2010 y 2011, respectivamente. Si ponemos estas cifras en el contexto del binomio 2010-2011, el mayor cambio se produce con respecto a las actividades nacientes, que pasan del 1,5% al 2,7%.

Si realizamos ahora el análisis en un contexto temporal más amplio, podemos observar la evolución del TEA para Aragón desde 2008, año en el que comenzaba la andadura del informe GEM en nuestra región. Así, puede observarse que tras la disminución de la actividad emprendedora en 2009 y 2010, el año 2011 muestra, a pesar de la difícil coyuntura, un repunte de la actividad, seguramente explicado por el aumento de iniciativas procedentes de individuos que han quedado sin empleo y que ven en el emprendimiento una oportunidad de reincorporarse al mercado.³ Esta evolución positiva en Aragón está en consonancia con la experimentada a nivel nacional, tal como puede observarse en la Figura 1.1.

³ Este aspecto se analiza con más detalle en el capítulo siguiente.

Figura 1.1.

Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2008-2011. Evolución



A partir de la información disponible es posible obtener una estimación del número de iniciativas existentes en la Comunidad de Aragón en 2010 y 2011, considerando la población adulta a fecha 1 de enero (865.505 y 832.431 respectivamente con base en el INE) y aplicando los porcentajes recogidos en la Tabla 1.1. De acuerdo con la información que se desprende de la Tabla 1.2 y teniendo en cuenta el nivel de error habitual, en julio de 2010 había entre 9.936 y 15.683 actividades de naturaleza *nacientes*, y entre 14.904 y 23.524 actividades *nuevas*. Considerando los dos tipos de forma conjunta, en torno a 32.024 actividades podían ser consideradas como incipientes en la Comunidad Autónoma.

En julio de 2011 las cifras son algo superiores, pese a que la población adulta ha sufrido un descenso en el último año, producto, quizá, de la emigración hacia otras regiones o hacia el extranjero. Así, en 2011 hay entre 16.547 y 28.385 actividades *nacientes*, y entre 15.967 y 27.320 actividades *nuevas*. De forma conjunta, un total de 44.119 actividades eran incipientes en 2011.

Tabla 1.2.

Actividad emprendedora inciente: número de iniciativas 2010 y 2011

Ejercicio	Tipo de iniciativas	Estimación puntual	Estimación por intervalo	
			Extremo inferior	Extremo superior
2010	Nacientes	12.983	9.936	15.683
	Nuevas	19.041	14.904	23.524
	TOTAL	32.024	24.840	39.207
2011	Nacientes	22.476	16.581	28.370
	Nuevas	21.643	15.967	27.320
	TOTAL	44.119	32.548	55.690

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, 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 esa 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 que se extiende hasta tres años y medio.

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.⁴ Combinando ambas dimensiones, la Tabla 1.3 proporciona los datos sobre emprendedores incipientes.

Tabla 1.3.

Estimación del número de emprendedores incipientes

	2011	2010	Variación
Emprendedores nacientes	36.613	28.835	+26,97%
Emprendedores nuevos	37.810	25.589	+47,76%
Total emprendedores incipientes	74.423	54.424	+36,75%

De acuerdo con ella, en 2011 en torno a 74.423 personas son propietarias de una actividad con menos de 3 años y medio de antigüedad (un 37% más que en 2010), de las cuales aproximadamente la mitad lo son de actividades *nacientes* y el resto de actividades *nuevas*. Por tanto, en 2011 se produce un incremento de los emprendedores con respecto al año anterior. Dado que, en proporción, las actividades *nacientes* se han incrementado más que las *nuevas*, aunque el número de propietarios de actividades *nacientes* lo hace en menor medida, podemos pensar que las nuevas actividades que se están creando en nuestra región tienden a concentrarse en actividades impulsadas por 1 ó 2 personas⁵, quizá

⁴ El número medio de propietarios por iniciativa es de 1,71 en 2011 y de 1,69 en 2010. El capítulo 4, al analizar las características de las actividades que resultan del proceso emprendedor, profundiza en estas cifras.

⁵ En relación a estas cifras, es importante notar que para 2011 el 59,8% de actividades nacientes estuvieron impulsadas por un solo emprendedor y el 25,3% por dos. Por su parte, en las actividades nuevas, el 61% corrió a cargo de un emprendedor y el 31,9% de dos o tres.

como salida al desempleo. En todo caso, el aumento en el número de emprendedores incipientes en 2011 en relación a 2010 debe ser tenido en consideración como un dato que invita, aunque con cierta cautela, al optimismo.

En definitiva, el resultado de la actividad emprendedora para 2011 pone de manifiesto que, al menos durante el primer semestre del año, la dinámica de nacimiento de iniciativas ha tenido un impulso muy significativo y que los negocios que están en fase de consolidación muestran una importante tasa de permanencia en el mercado. Se trata de cifras, como decíamos, que apuntan en la buena dirección. Sin embargo, la volatilidad del actual escenario económico, acompañado de las estimaciones poco alentadoras en relación a la evolución de indicadores fundamentales, no debe llevarnos a afirmar de forma taxativa que la tasa de actividad emprendedora esté en fase de recuperación en Aragón. Asimismo, el análisis de los resultados de 2011 debe incorporar cierta cautela en relación a la descripción de las características de la actividad naciente, ya que su calidad media es seguramente inferior a la observada en ediciones anteriores. Esto es así porque, tal como se irá observando a lo largo del informe, la actividad impulsada por la necesidad ante la falta de empleo ha aumentado en nuestro país, y ello significa que el aumento del TEA, aunque positivo, puede no responder de modo significativo a los criterios de competitividad que son deseables para la modernización del tejido empresarial español.

Por otra parte, la incertidumbre es elevada y los rápidos cambios que impone el sistema globalizado afectan de forma muy directa al desarrollo del emprendimiento y, sobre todo, a sus características. Desde el inicio de la crisis se esperaba este aumento del emprendimiento motivado por la necesidad en países desarrollados, pues tal y como señalan los expertos GEM en los últimos años, el aumento del desempleo empuja a una parte de la población a emprender. Sin embargo, los estudios realizados sobre otras crisis previas también muestran que estas situaciones pueden tener un efecto potenciador del ingenio, el instinto de supervivencia y, por consiguiente de la innovación, por lo que también cabría esperar un aumento de identificación o generación de nuevas oportunidades de negocio. Una consecuencia que se deriva del análisis anterior es que resulta importante abordar las actividades en función del número de empleos para poder aislar el autoempleo y su impacto en el crecimiento del TEA 2011.

La actividad emprendedora aragonesa en 2011, medida sobre la población de 18-64 años de edad, se ha incrementado notablemente con respecto a 2009 y 2010. Así, el índice de actividad emprendedora ha pasado del 3,7% al 5,3%. Traducido en cifras absolutas, esto ha supuesto la creación adicional de unas 9.500 iniciativas nacientes y unas 2.600 nuevas. Como resultado de todo ello, en Aragón hay un total de casi 20.000 personas más implicadas en actividades emprendedoras en 2011 de las que había en 2010. Más allá de las precauciones apuntadas en el texto, el dato debe interpretarse en términos positivos.

El incremento de la tasa de actividad emprendedora se debe principalmente al crecimiento de actividades nacientes y no tanto a las que ya están en fase de consolidación, es decir, que en julio de 2011 se registran sobre todo más casos de iniciativas que se están poniendo en marcha. Además, el hecho de que las actividades que nacieron en 2010 (actividades nuevas) tiendan a consolidarse puede interpretarse como un síntoma de recuperación.

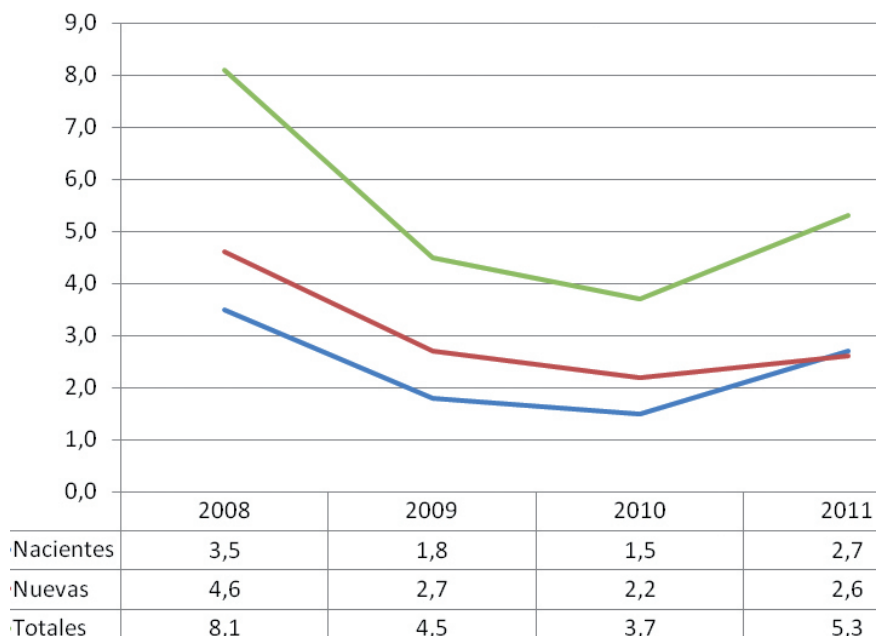
1.2. Evolución de la actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa

Los efectos negativos de la crisis se hicieron patentes en toda su magnitud en la comunidad autónoma a lo largo de 2009, coincidiendo con la finalización de la Exposición Internacional de 2008. Ese año la actividad emprendedora en Aragón descendió del 8,1% al 4,5%. Es cierto, en todo caso, que en 2010 se redujo notablemente el ritmo de descenso de la tasa de actividad emprendedora lo que permitía especular, en ese momento, acerca de un posible cambio de tendencia. Dicho cambio se ha producido finalmente y el indicador TEA 2011 asciende un 43,2% en relación al guarismo del ejercicio 2010. La mejora se produce como resultado de un aumento de las dos componentes del indicador: un 80% de aumento de la actividad naciente en comparación con el registrado en 2010 y un 18% de incremento de actividad nueva o en consolidación.

Por tanto, la tendencia del TEA Aragón, que presentaba una senda decreciente en 2009 y cuya evolución se puede ver en la Figura 1.2, se torna en creciente a partir de 2011. Sin embargo, ya se ha comentado con anterioridad que el análisis de las características de las iniciativas, que se llevará a cabo con más detalle en los siguientes capítulos, pone de manifiesto que este incremento de actividad no se traduce necesariamente en una mejora de la calidad, sino que buena parte de las iniciativas reflejan el aumento del autoempleo como forma de subsistencia. Una evidencia de la afirmación anterior es que, tal como hemos indicado previamente, el 85% de las actividades nacientes se han puesto en marcha únicamente por 1 ó 2 personas. Un porcentaje elevado de las actividades que se están iniciando son promovidas por personas que actualmente están en situación de desempleo y será necesario aguardar a los datos de 2012 para constatar si la actividad en consolidación crece como reflejo del incremento de actividad naciente. Aunque el capítulo 2 profundiza en los factores que impulsan el emprendimiento en la Comunidad, anticipar en este punto que el TEA por necesidad fue en 2008 del 13,5% sobre el total, mientras que en el 2011 ese componente se ha visto incrementado notablemente hasta un 28,8%.

Figura 1.2.

Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2008-2011. 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 2011. En 2009 las actividades *nacientes* disminuyeron más que las *nuevas*. Este descenso es, no obstante, muy similar para ambas en 2010. Si entramos en los detalles, el descenso del 42% que se aprecia desde 2008 a 2011 en las actividades *nuevas* puede responder a tres factores. En primer lugar, algunos años ha habido menor número de nacimientos de los que cabría esperar en condiciones económicas de bonanza y, por consiguiente, menos empresas y negocios a consolidar posteriormente. En segundo lugar, durante el período de análisis se ha ido produciendo la consolidación de negocios que estaban en fase emprendedora y que, con el transcurrir del tiempo, superan los 42 meses de antigüedad y pasan a la categoría de negocio consolidado. Por último, en todos los ejercicios existe un porcentaje de empresas que abandona el mercado. Por tanto, el momento más bajo de este indicador corresponde al 2010, tras dos años de importantes reducciones en los nacimientos.

Tabla 1.4.

Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2008-2011, en función de la fase en la que se hallan

Fase	Estimaciones puntuales				Variaciones porcentuales			
	2008	2009	2010	2011	2008-09	2009-10	2010-11	2008-11
Naciente	28.272	15.223	12.983	22.476	-46,2%	-14,7%	+73,1%	-20,5%
Nueva	37.157	22.835	19.041	21.643	-35,6%	-16,6%	+14,7%	-41,8%
TOTAL (0-42 meses)	65.429	38.058	32.024	44.119	-41,8%	-15,9%	+37,8%	-32,6%

1.3. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa

Además de valorar la actividad emprendedora más reciente que ha tenido lugar en la Comunidad Autónoma, el observatorio GEM posee también la capacidad de identificar aquellas actividades que han superado los tres años y medio de existencia con las que se identifica la fase incipiente. Se trata de lo que la terminología GEM denomina como iniciativas *consolidadas*. Para el caso de Aragón, los datos indican que hay un 14,4% de personas adultas involucradas con alguna iniciativa consolidada, lo que, aplicando los mismos supuestos que en el apartado anterior, nos permitiría calcular la cifra total de empresas, que asciende a 119.870 (Tabla 1.5), cifra bastante superior a la de años anteriores. Para el curso analizado, dicha cifra sitúa a Aragón 5,5 puntos porcentuales por encima de la media nacional, que es el 8,9% en 2011. En 2010 la tasa de actividades consolidadas en Aragón (9%) era también superior a la nacional (7,7%). Este hecho muestra que la proporción de empresas que se consolidan en Aragón, pese a la disminución de la tasa emprendedora en los ejercicios anteriores, es superior al promedio del país (Figura 1.3.).

En todo caso, esta cifra de iniciativas *consolidadas* para 2011, que representa un aumento muy significativo en relación a años anteriores, puede venir, al menos parcialmente, explicada por el hecho de que dichas iniciativas tuvieron su origen en el año 2008. En este año, el TEA alcanza un máximo en la serie histórica disponible hasta el momento (8,1% Aragón vs. 7,0% España). Parece, por tanto, razonable colegir que si 2008 representa un pico en relación a iniciativas creadas, tres años después –2011–, veamos un aumento notable en las iniciativas de carácter *consolidado*.

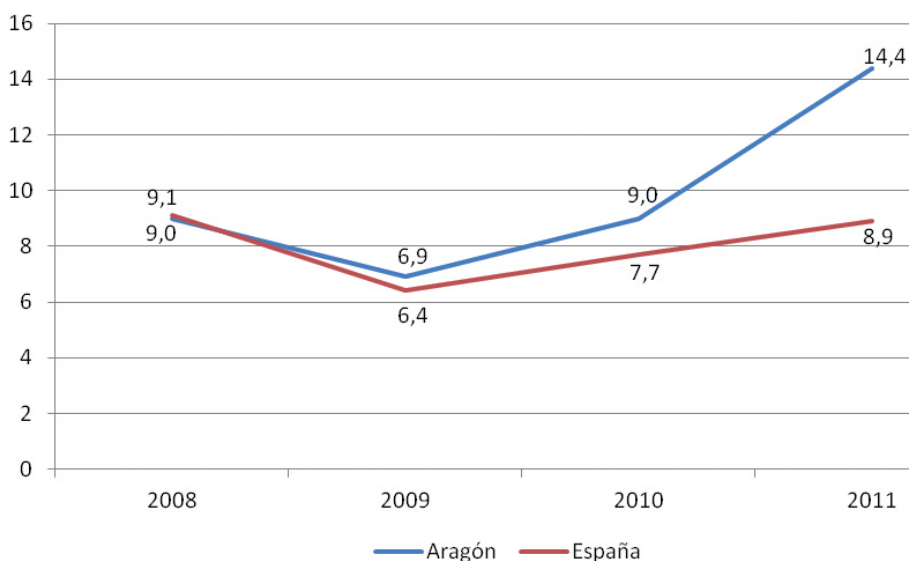
Tabla 1.5.

Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón y su comparación con el período 2008-2010

	Número de iniciativas	% de individuos involucrados
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. 2008-2011



Un último aspecto de interés a la hora de valorar la actividad emprendedora de la región es el abandono de iniciativas. En 2010, un 0,7% de personas adultas abandonaron alguna actividad, porcentaje que aumenta hasta el 2,2% en 2011 (Tabla 1.6). Esta cifra supone un incremento importante en relación con los años anteriores. En todo caso, el guarismo para Aragón coincide en 2011 con la media nacional (Figura 1.4.). Es cierto, sin embargo, que en ejercicios anteriores la media de actividades abandonadas en Aragón ha estado por debajo del promedio. El repunte de este indicador en los últimos años no pone de manifiesto sino las dificultades existentes para mantener una actividad emprendedora.

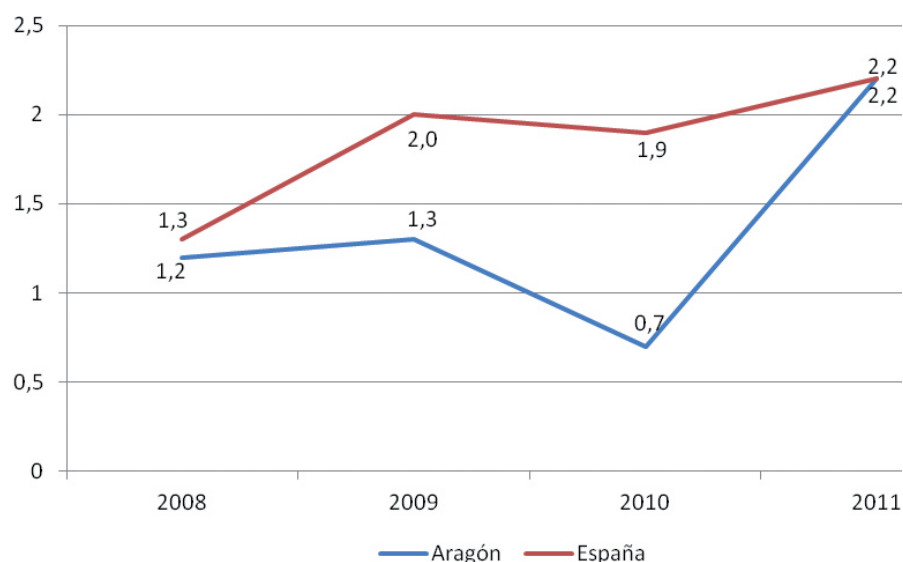
Tabla 1.6.

Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a Julio de 2011 y su comparación con el período 2008-2010

	Número de iniciativas	% de individuos que abandonan
2011	18.313	2,2
2010	6.058	0,7
2009	10.994	1,3
2008	9.693	1,2

Figura 1.4.

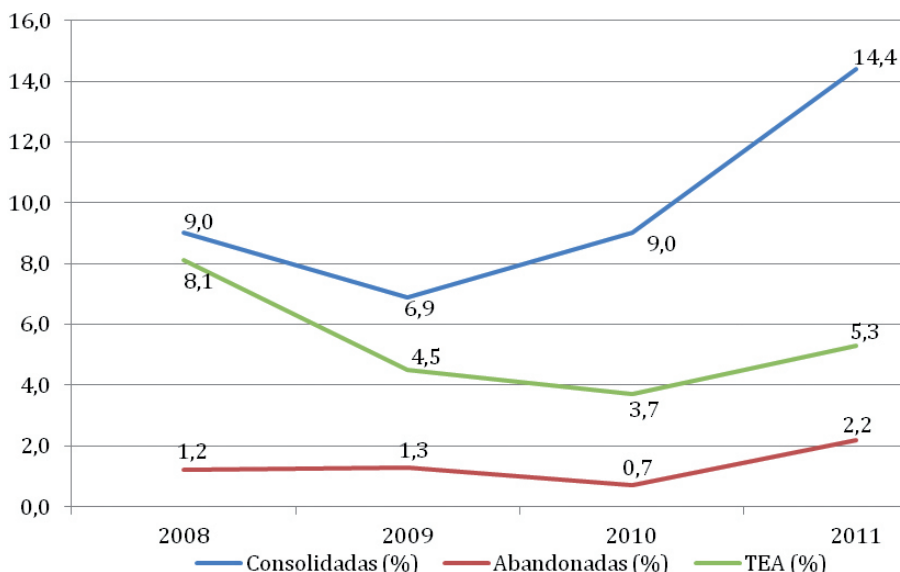
Tasa de Actividades Abandonadas en Aragón y España. 2008-2011



La Figura 1.5. muestra que a lo largo de estos cuatro años durante los cuales se ha elaborado el informe GEM Aragón, el porcentaje de actividades consolidadas ha crecido considerablemente y que este crecimiento ha sido mayor que el incremento en la tasa de abandonos. Analizada la evidencia anterior junto con el incremento en las actividades incipientes que recoge el TEA, parece que 2011 podría constituir el comienzo de una tendencia creciente en cuanto a la actividad emprendedora en nuestra región, donde se están consolidando aquéllas empresas nacidas durante los primeros periodos de la crisis económica.

Figura 1.5.

Evolución de la Tasa de Actividades Consolidadas y Abandonadas con respecto al TEA. 2008-2011

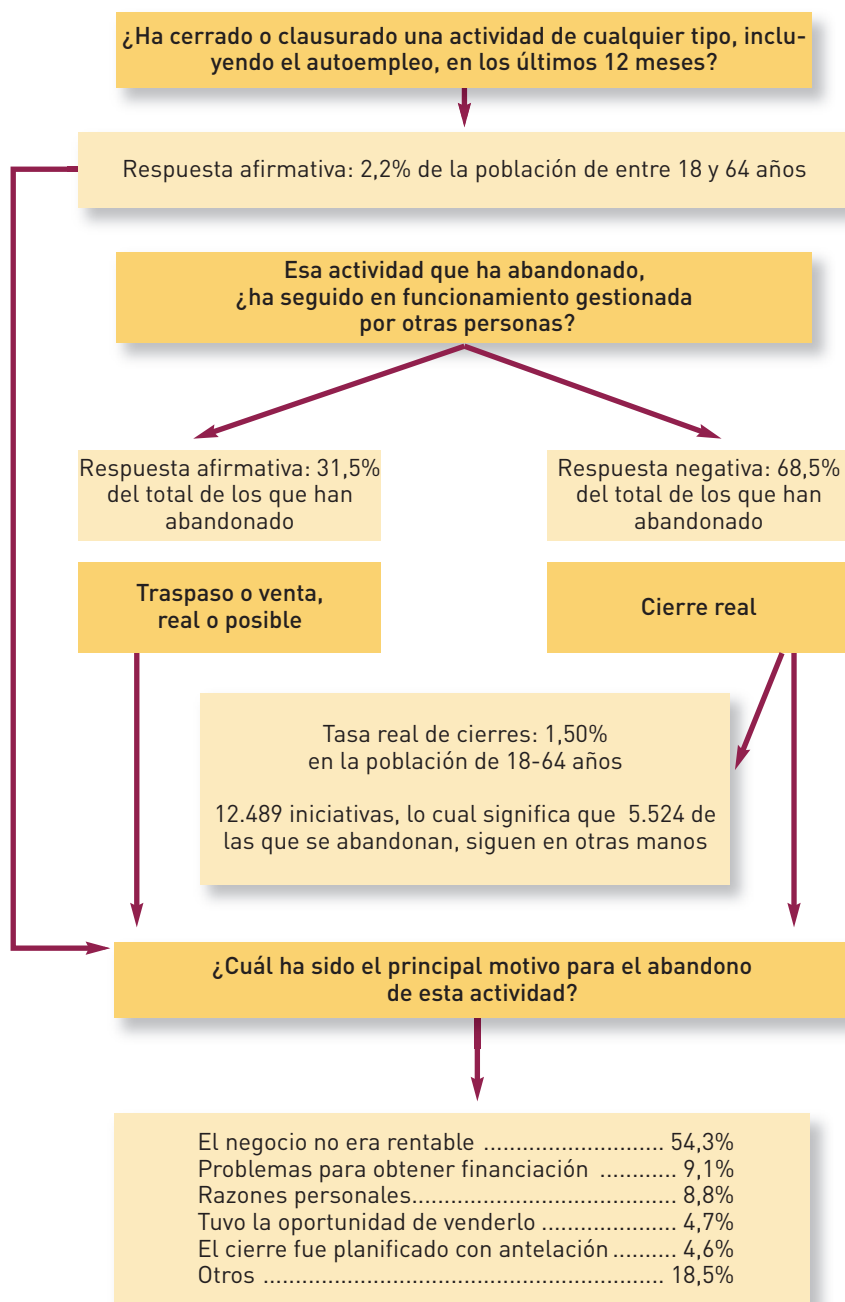


Si nos apoyamos en la Figura 1.6, existen dos aspectos de especial importancia a la hora de valorar el abandono de la actividad empresarial. En primer lugar, es preciso aclarar que no toda actividad abandonada por un empresario desaparece, ya que su continuidad puede tener lugar en manos de distintos propietarios. En Aragón, el 31,5% de las actividades abandonadas durante 2011 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 1,5% (cifra inferior al 2,2% apuntado anteriormente). En términos absolutos esto resulta en 12.489 ceses de actividad. Dicho en otros términos, 5.524 de las actividades abandonadas continuaron bajo una nueva gestión.

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 negocio (54,3%), lo que puede ser asimilado con un fracaso del mismo. Este es también el motivo principal también en el conjunto del país (46,1% de los abandonos, GEM 2011). Las siguientes causas en importancia en Aragón son los problemas para obtener financiación (9,1%) y los motivos personales (8,8%).

Figura 1.6

Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población de 18-64 años (2011)



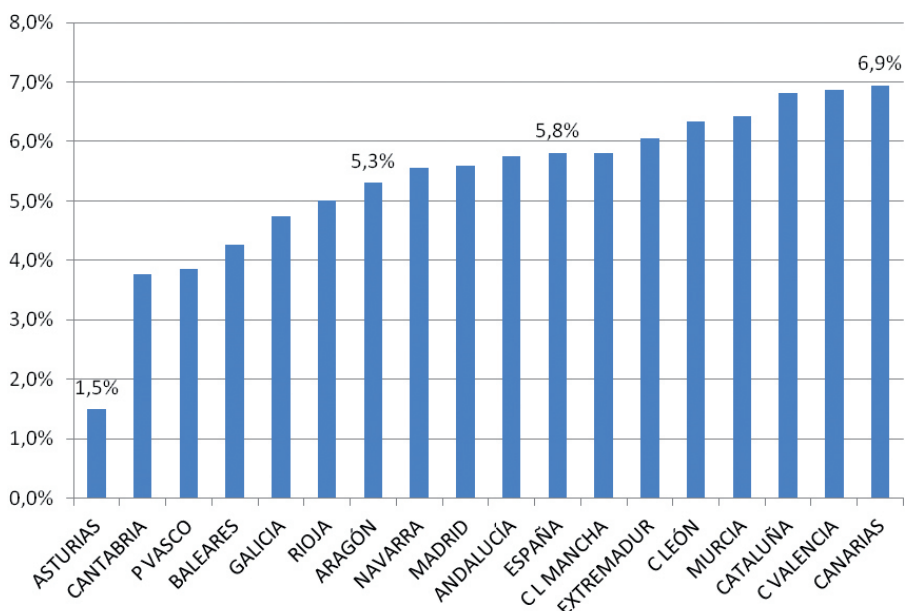
1.4. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional 2011

Una de las contribuciones del proyecto GEM es la posibilidad de poner en un contexto geográfico amplio los datos presentados para Aragón en las secciones anteriores. Como se ha comentado en la Introducción, esto permite valorar la posición de la Comunidad Autónoma, no sólo en relación al resto de comunidades autónomas, sino también, de forma más amplia, en relación a la actividad emprendedora de los países que participan en el Proyecto. Con este objetivo, en este apartado se comparan los datos de Aragón con los de las demás regiones españolas, así como con el conjunto de países que participan en el proyecto GEM.

La Figura 1.7 ilustra nuevamente como la tasa de actividad emprendedora de Aragón está ligeramente por debajo de la media nacional (5,8%). Es preciso reconocer en este caso que, con la excepción de Asturias, la dispersión entre el resto de comunidades autónomas es particularmente baja, oscilando el TEA entre el 4,9% y el 6,9%.

Figura 1.7.

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

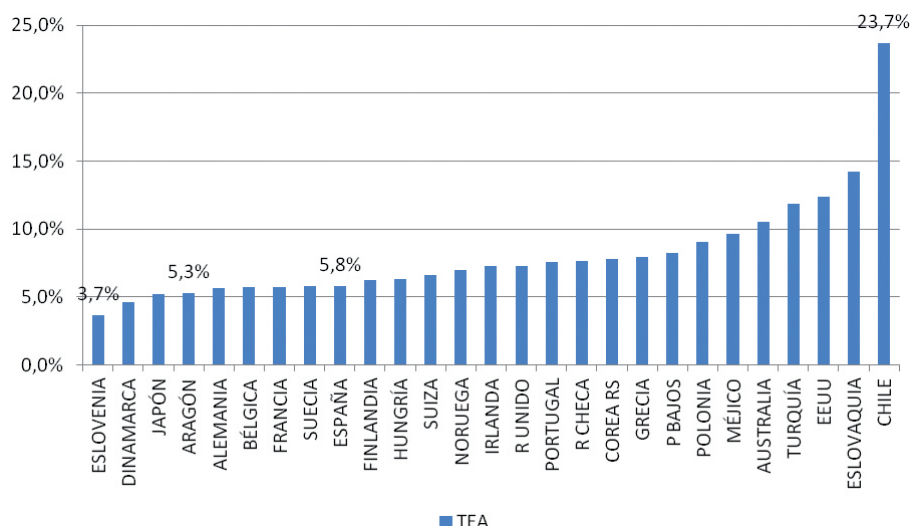


La Figura 1.8. presenta una comparativa similar en el contexto de los países de la OCDE. Las tasas más elevadas de actividad emprendedora se encuentran en Chile, Eslovaquia, Estados Unidos y Turquía. Por su

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 Francia, Alemania, Japón o Dinamarca.

Figura 1.8.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE



Por último, la Figura 1.9. replica 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, impulsadas por su eficiencia e 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*.⁶ 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 Nigeria, donde más del 30% de la población de 18-64 años está involucrada en actividades emprendedoras. En el segundo

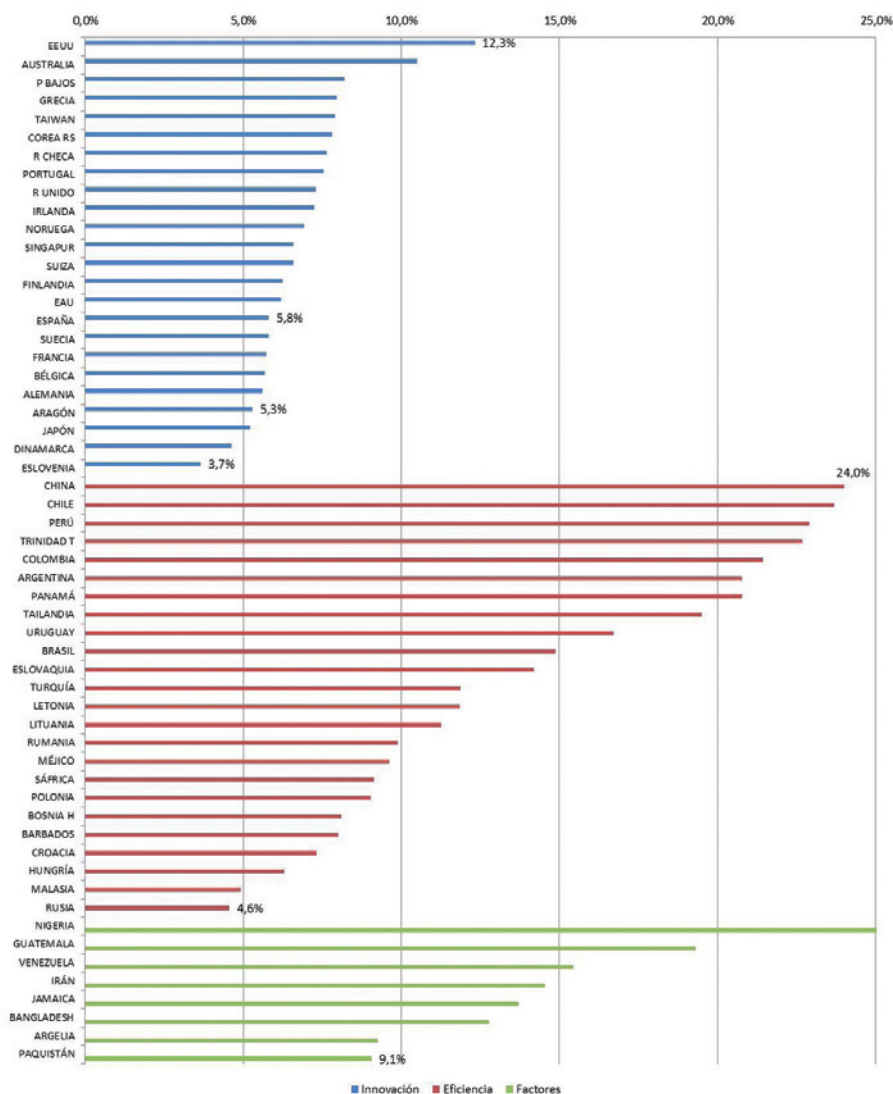
⁶ Un análisis más detallado de esta clasificación puede verse en el informe GEM España 2011

grupo de países, donde los argumentos que se esgrimen están más relacionados con la eficiencia, las tasas de actividad emprendedora más altas están en China, Chile, Perú, Trinidad y Tobago, Colombia, Panamá y Argentina, que presentan, 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 (12,3%).

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 segundo estadio de competitividad – menos desarrolladas – dentro de la Unión Europea. Eslovaquia 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, los Países Bajos tienen la tasa más elevada, en torno al 18%. Grecia es el siguiente país, si bien las iniciativas responden a motivos de necesidad (GEM España 2011). España, así como Aragón, tiene valores comparables a los de Alemania, Bélgica, Francia o Suecia.

Figura 1.9.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2011 clasificados en función de su grupo económico



1.5. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional GEM

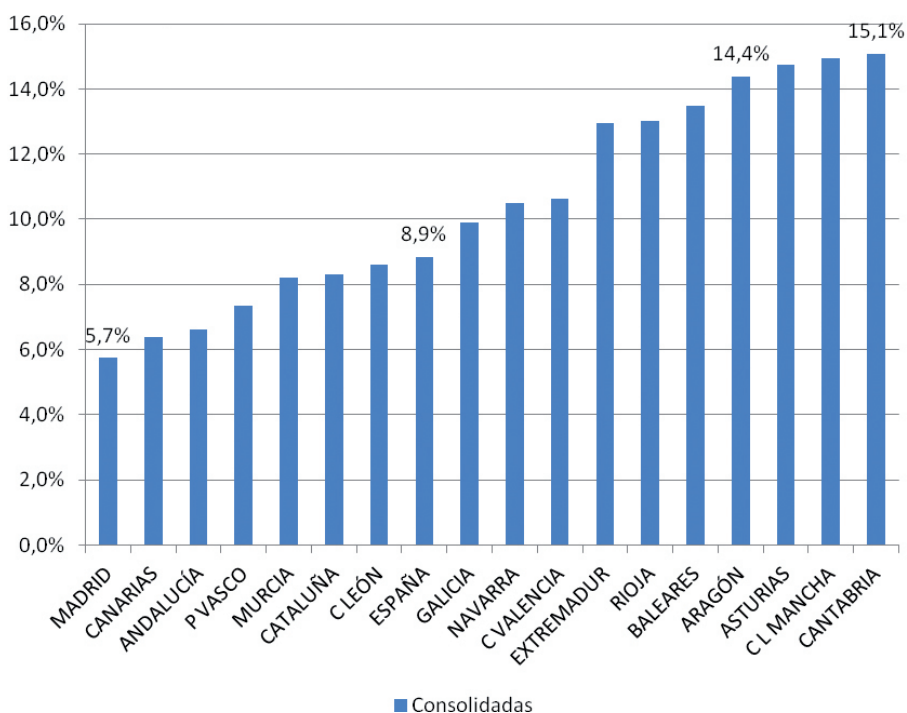
La información disponible también permite poner en perspectiva el porcentaje de personas adultas propietarias de una iniciativa empresarial *consolidada*. Este aspecto puede considerarse a partir de las Figuras

1.10. (regiones españolas) y 1.11. (ámbito internacional). Se trata de empresas, negocios y autoempleos que llevan operando más de 42 meses.

A nivel regional (Figura 1.10), vemos que Cantabria, Castilla La Mancha o Asturias, que mostraban una menor tasa emprendedora de acuerdo con la Figura 1.7., son las regiones con una mayor tasa de consolidación. Aragón se sitúa en la zona destacada – cuarto puesto – en cuanto a actividad consolidada. Madrid, Canarias y Andalucía son las comunidades autónomas con menor tasa de actividades consolidadas.

Figura 1.10.

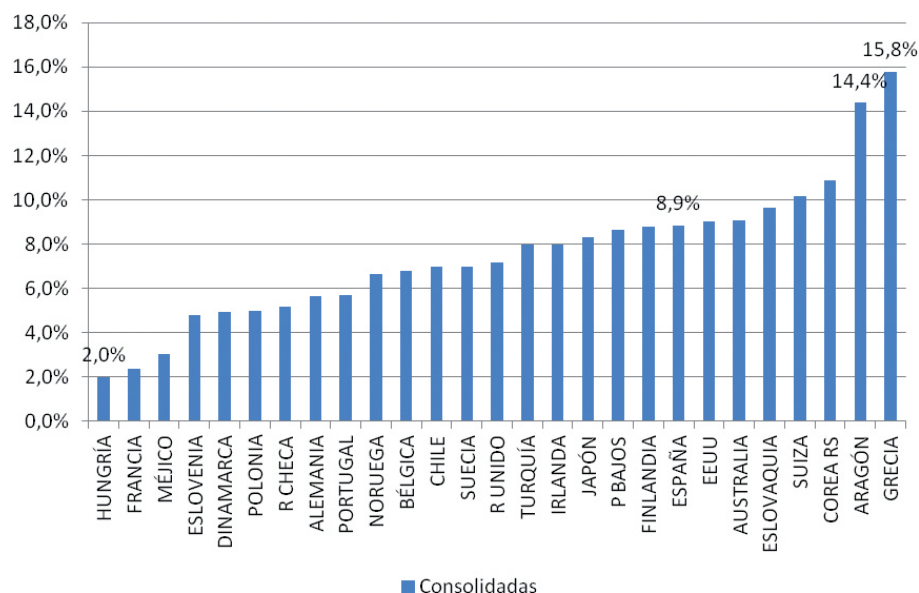
Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas



Si tomamos como referencia el conjunto de los países pertenecientes a la OCDE, la Figura 1.11. muestra que Aragón es la segunda región en términos de tasa de actividades consolidadas, sólo por detrás de Grecia (15,8%), que se sitúa a la cabeza de la clasificación, y por delante de Corea del Sur, Eslovaquia, Australia o Estados Unidos. Los países con menor tasa de actividades consolidadas dentro del marco de la OCDE son Hungría, Francia, México y Eslovenia.

Figura 1.11.

Actividad empresarial consolidada en la OCDE

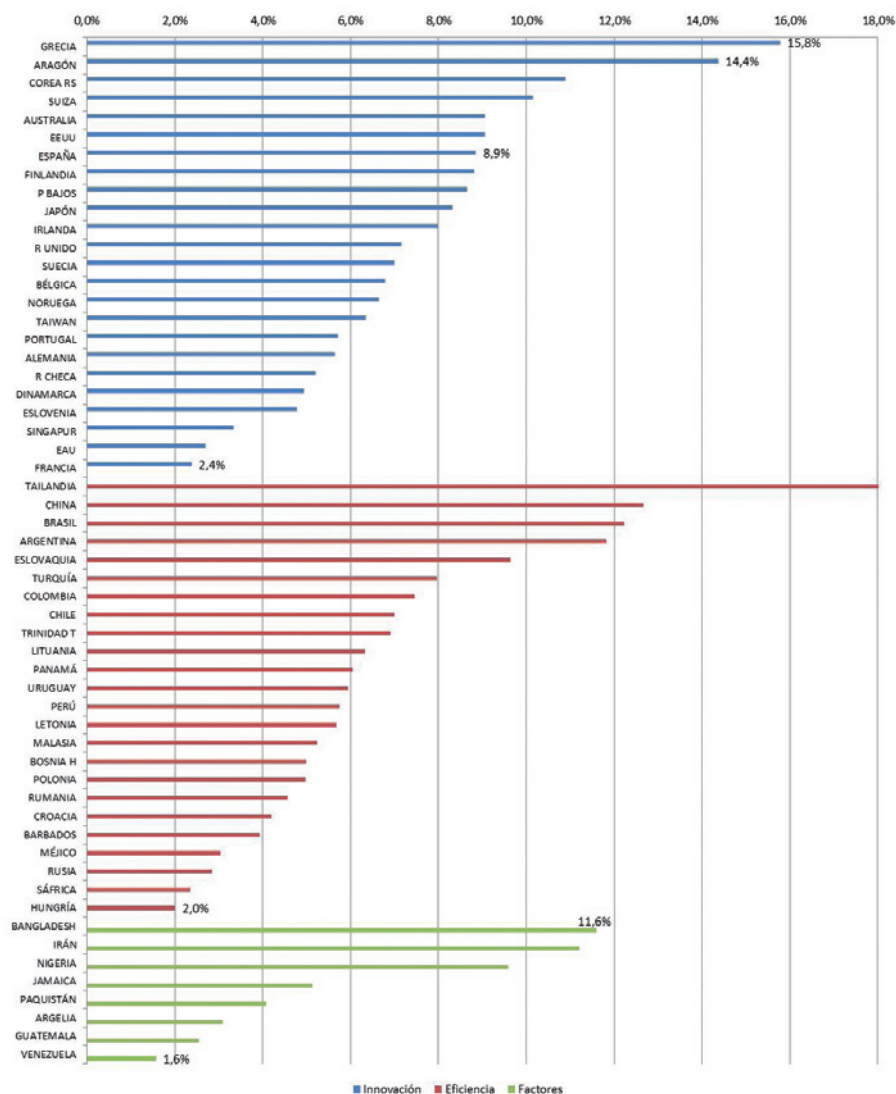


Si ampliamos el espectro de comparación a todos los países que participan en el informe GEM a nivel internacional (Figura 1.12), Tailandia, Grecia, China, Brasil y Argentina son las naciones que más destacan en cuanto a tasa de negocios consolidados. Salvo en el caso de Grecia, se trata de países emergentes. En el contexto europeo, Suiza es el país con una mayor tasa de consolidación, aunque hay que matizar que esta cifra podría disminuir el próximo año si se cumplen los pronósticos de ajuste de su mercado (GEM 2011).

En el contexto de la UE, Grecia es la nación participante con mayor proporción de tejido empresarial consolidado sobre la población activa, pero sus estándares de calidad e innovación son inferiores en comparación con otras naciones. España ha recuperado posiciones y vuelve a alinearse con Finlandia, país con el que ha venido mostrando afinidad en este indicador antes de la crisis.

Figura 1.12.

Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2011, clasificados en función de su grupo económico

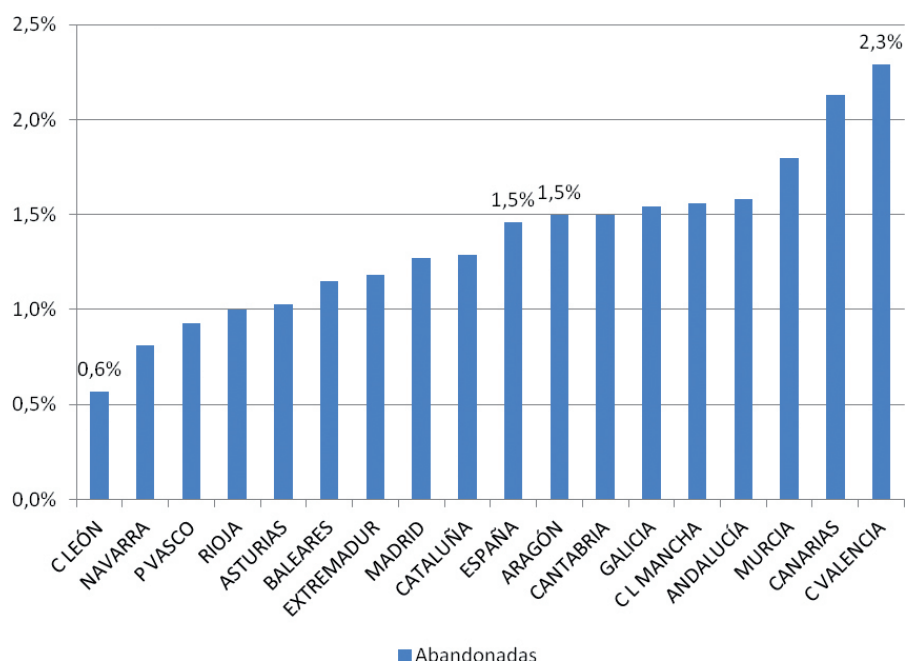


Para completar el estudio de la dinámica emprendedora en la Comunidad, en este apartado se analiza también cuál es el porcentaje de personas adultas que han abandonado una actividad. Como se señalaba en apartados anteriores, el abandono de una actividad no implica necesariamente la desaparición de la misma, ya que en algunos casos la actividad tiene continuidad bajo una nueva dirección. Por ello, nos centramos en el *cese efectivo*, es decir, cese de actividades una vez descontados los casos donde existe una continuidad en manos de nuevos propietarios.

Recordemos que, en Aragón, la cifra que correspondía al cese definitivo de actividades era del 1,5% de la población adulta. Esa cifra coincide con la media nacional, lo que sitúa a Aragón en puestos intermedios en la clasificación regional (Figura 1.13). Las Comunidades autónomas que se encuentran a la cabeza de ceses efectivos de actividad son Comunidad Valenciana, Canarias y Murcia. En el otro extremo, Castilla y León, Navarra, País Vasco y La Rioja son las regiones con menor tasa de ceses efectivos.

Figura 1.13.

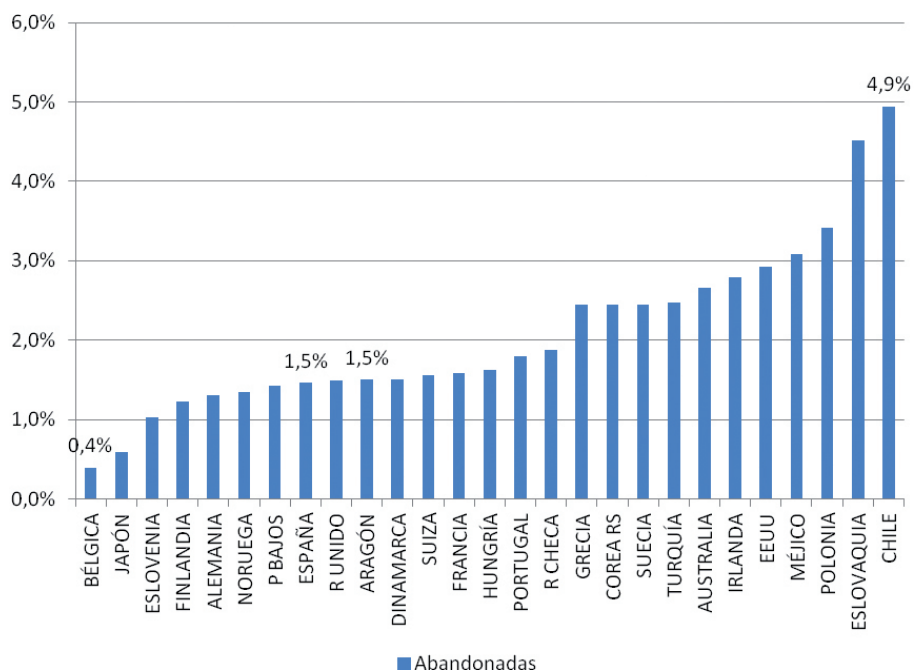
Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas



Entre los países de la OCDE (Figura 1.14), las tasas de mayor abandono efectivo de actividad se registran en Chile, Eslovaquia, Polonia y México, mientras que los países con menor tasa de cierre efectivo son Bélgica, Japón, Eslovenia y Finlandia.

Figura 1.14.

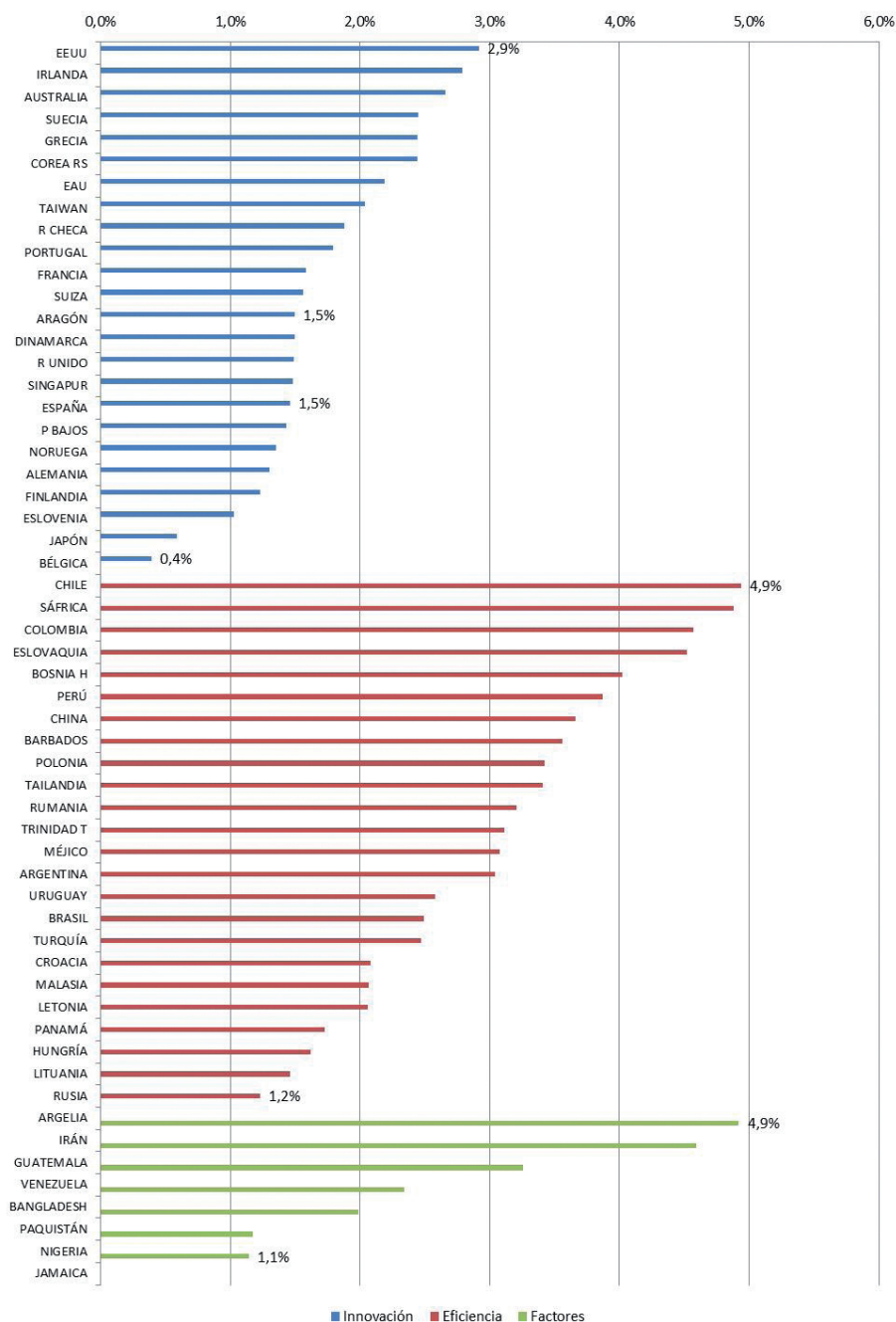
Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE



Cuando ampliamos la comparativa a nivel internacional (Figura 1.15), y al igual que sucede con la tasa de actividad emprendedora, por término medio, la de abandonos tiende a ser superior en los países en vías de desarrollo y se va moderando progresivamente a medida que aumenta el nivel de competitividad de los países.

Figura 1.15.

Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2011, clasificados en función de su grupo económico



1.6. 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 4,6% en 2010 al 7,0% en 2011, cifra esta última que se sitúa por debajo de la media nacional (9,7%).

Este incremento en el potencial emprendedor de la población aragonesa en los últimos dos años podría interpretarse como un síntoma de recuperación económica y de confianza en la actividad emprendedora como salida al desempleo. Aplicando estos datos sobre el total de la población aragonesa en el momento del estudio, esto implica que en torno a 57.438 nuevas empresas planean iniciar su actividad en los próximos tres años.

Tabla 1.7.

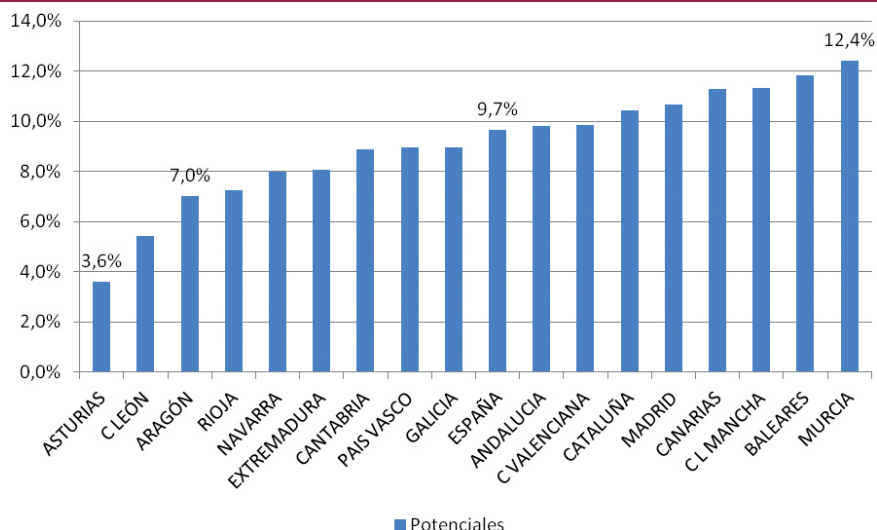
Estimación del número de emprendedores potenciales en 2011 y comparación con el período 2008-2012

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

En la Figura 1.16 se observa que, en la comparativa a nivel regional, Murcia, Baleares y Castilla La Mancha son las comunidades autónomas con mayor porcentaje de emprendedores potenciales, mientras que Aragón (pese a haber incrementado la tasa de 2010 a 2011) se sitúa en el tramo inferior de la clasificación junto con Castilla y León y Asturias.

Figura 1.16.

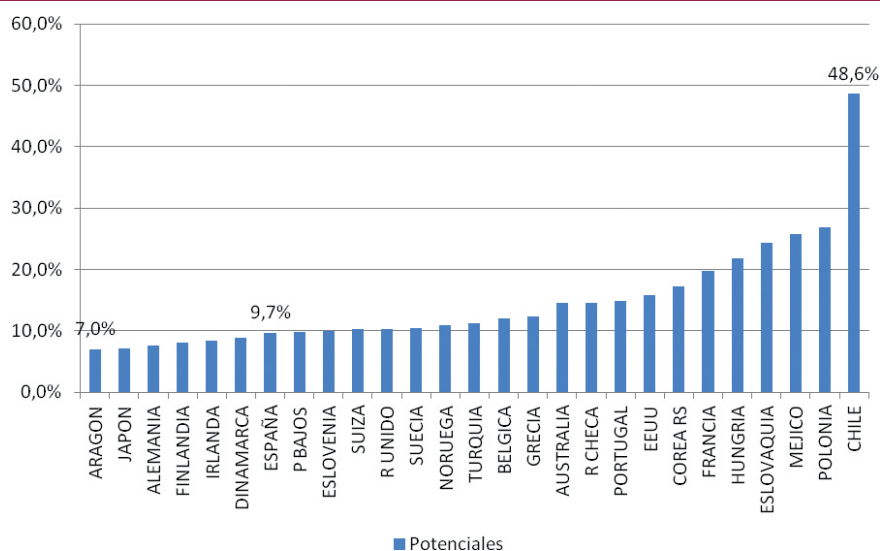
Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española



A nivel de la OCDE, la Figura 1.17. muestra que Chile, muy por encima de Polonia, Méjico o Eslovaquia, es el país con mayor tasa de emprendedores potenciales (48,6%). Aragón se muestra como la región con menor tasa de emprendedores potenciales en comparación con los países de la OCDE. En todo caso, se sitúa en valores muy próximos a los que presentan países como con Japón, Alemania o Finlandia.

Figura 1.17.

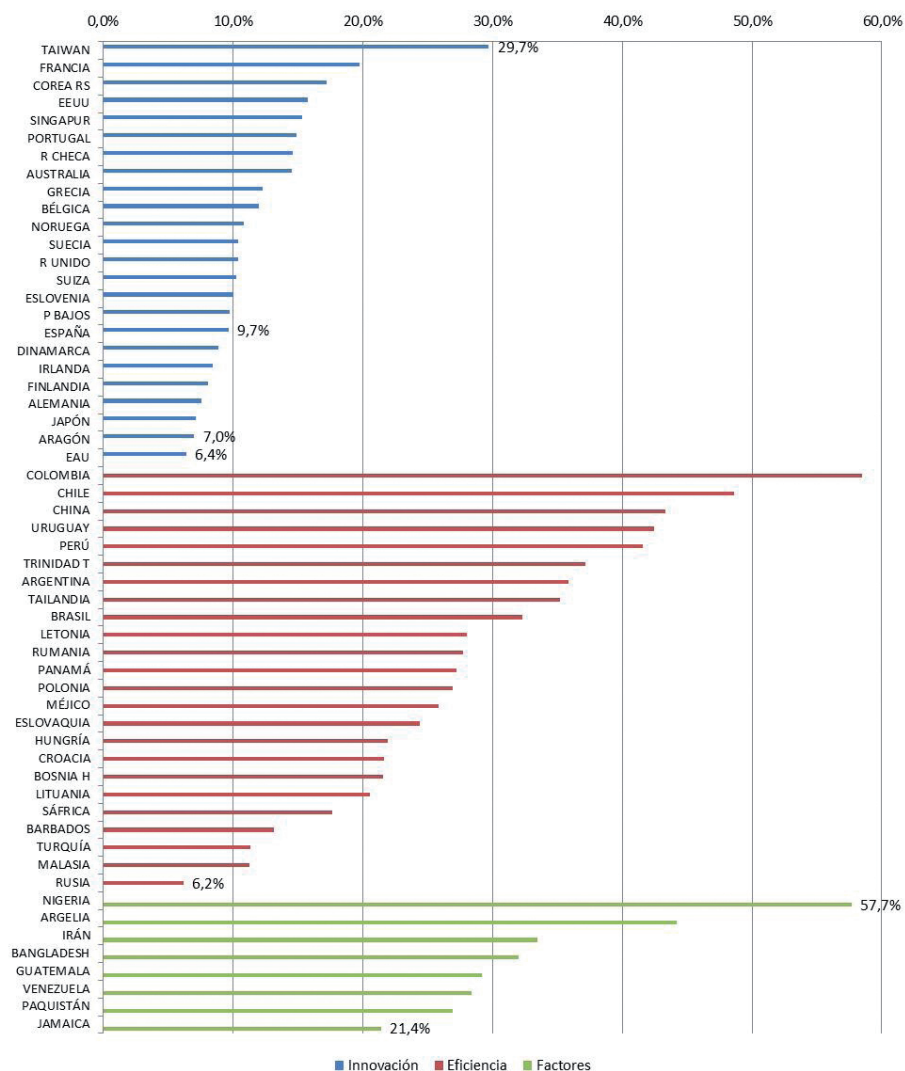
Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE



En el plano internacional (Figura 1.18), el grupo de economías impulsadas por la innovación presenta tasas medias de emprendimiento potencial por encima del 6%. Este resultado puede ser interpretado como evidencia de que se está produciendo un cambio social en cuanto a la consideración de la actividad emprendedora como carrera profesional. Esta situación se repite en las economías impulsadas por la eficiencia de los factores de producción, pero con porcentajes de emprendedores potenciales superiores. Así, Colombia, Chile, China, Uruguay y Perú presentan tasas superiores al 40%, mientras Rusia se queda en un 6,2% con un patrón más en sintonía con los guarismos que presentan el resto de países europeos. En los países impulsados por los factores tradicionales de producción, Nigeria marca el límite superior con una tasa de emprendedores potenciales del 57,7%, mientras que el inferior lo establece Jamaica con una tasa del 21,4%. Estas cifras están en sintonía con evidencias previas que muestran la mayor necesidad de la población en estos países de generar su propio empleo.

Figura 1.18.

Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2011, clasificados en función de su grupo económico





CAPÍTULO 2

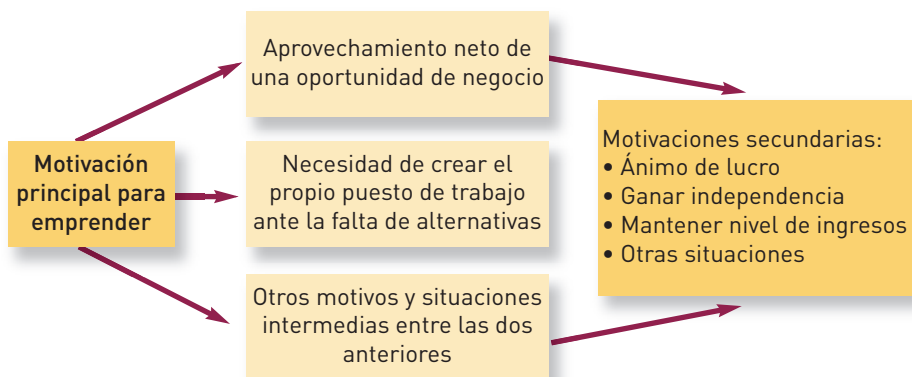
TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

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, sobre todo si se consideran las actividades iniciadas en los últimos 3 años y medio.

El objetivo de este segundo capítulo es 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 es julio de 2011). Para ello, el Proyecto GEM agrupa las razones para el emprendimiento en torno a tres categorías: oportunidades, amenazas, o situaciones mixtas. Dicho 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 necesidad, probablemente derivada de la ausencia de otras alternativas (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 mantener su nivel de ingresos.

Figura 2.1.

Motivación principal para las iniciativas emprendedoras



2.1. 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 frecuentemente se cita para el inicio de una

actividad empresarial es la existencia de una oportunidad (Tabla 2.1). Tanto para iniciativas nuevas como nacientes, la existencia de una *oportunidad pura* es mayor que la existencia de una *oportunidad en parte*. El porcentaje de iniciativas empresariales surgidas como consecuencia de la *necesidad* es relativamente similar entre las nacientes y las nuevas.

Tabla 2.1.

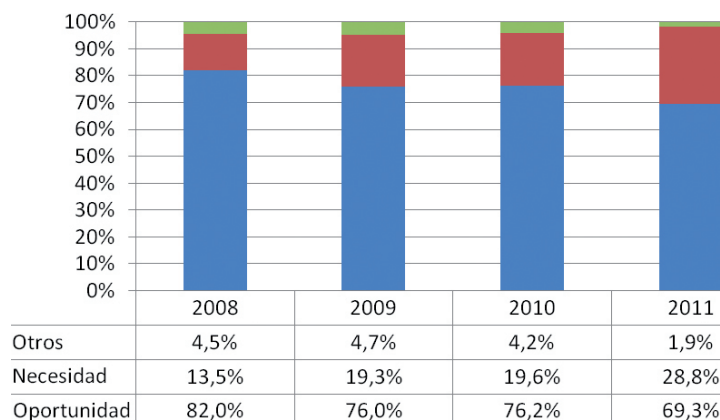
Iniciativas emprendedoras según clase y motivación (2010-2011)

Motivo de su creación	Naciente		Nueva		TEA	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Oportunidad pura	1,2%	0,6%	1,0%	1,4%	2,0%	2,0%
Oportunidad en parte	0,7%	0,5%	0,9%	0,3%	1,6%	0,8%
Necesidad	0,7%	0,3%	0,9%	0,4%	1,5%	0,7%
No clasificable, otro caso	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Total	2,7%	1,5%	2,6%	2,2%	5,3%	3,7%

La Figura 2.2, sin distinguir entre iniciativas nacientes y nuevas, ilustra que la existencia de una *oportunidad* es el principal motivo en el 69,3% de los casos. Esta cifra está ligeramente por debajo de la observada en el año anterior y a una distancia notable del pico del 82% alcanzado en 2008. En el ejercicio 2011 se observa un repunte de las actividades emprendedoras que responden a la existencia de una *necesidad*, evidencia que podría verse justificada por la situación de crisis y desempleo que atraviesa el país. En esta línea, la actividad emprendedora actuaría como una fórmula clara de autoempleo.

Figura 2.2.

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

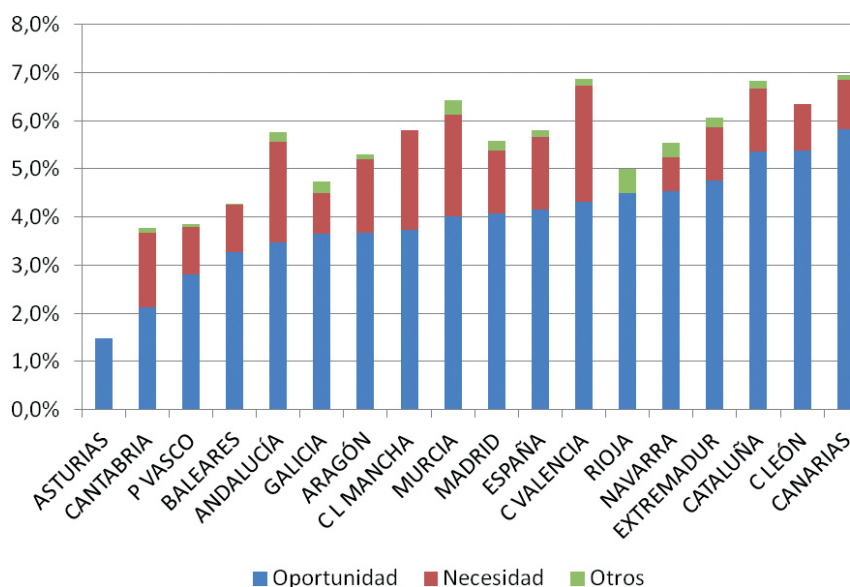


2.2. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional

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. La ordenación de las regiones se realiza en función de la actividad empresarial que ha surgido por “la existencia de una oportunidad pura de negocio”. En esta clasificación, Aragón ocupa una posición intermedia con valores levemente inferiores a la media nacional.

Figura 2.3.

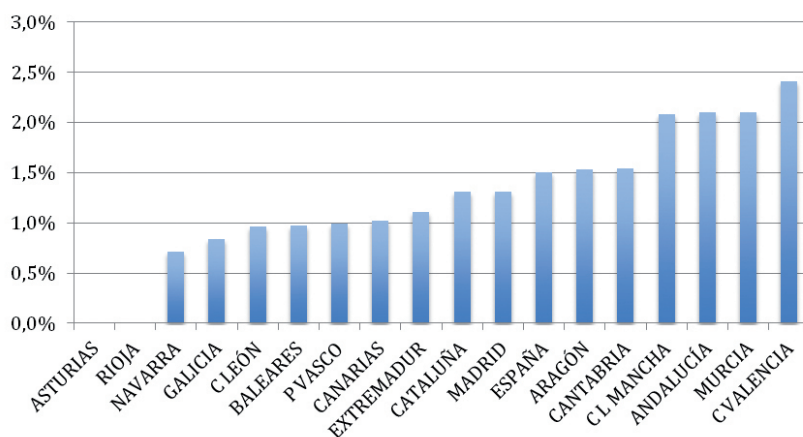
Motivos para emprender: comparación regiones españolas



El análisis de la Figura 2.3 puede verse complementado 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 se ha visto aumentado significativamente. 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 la Comunidad Valenciana, Andalucía o Murcia. Es importante notar que algunas de estas comunidades ocupaban en 2011 los primeros puestos en lo que a tasa de desempleo se refiere. Se confirma, por consiguiente, que la actividad emprendedora está siendo una salida natural en aquellas comunidades donde el desempleo está siendo especialmente alto.

Figura 2.4.

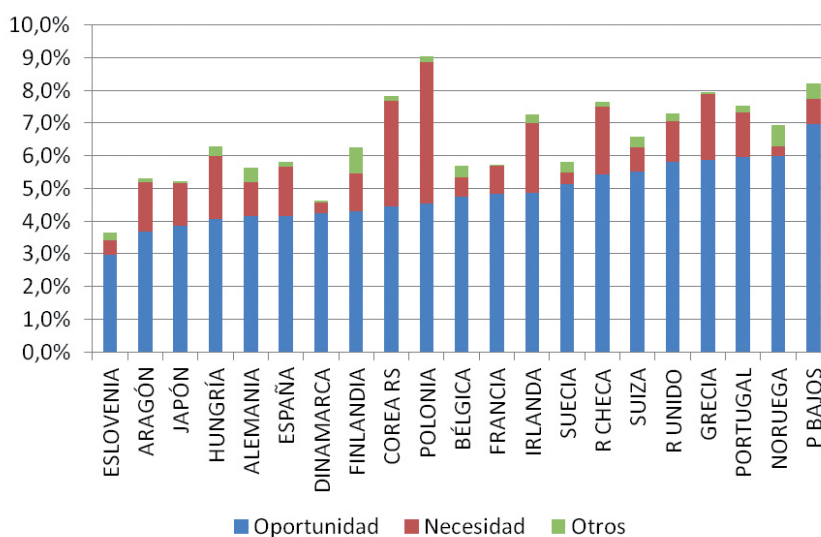
Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas



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. 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 ligeramente de las cifras aragonesas.

Figura 2.5.

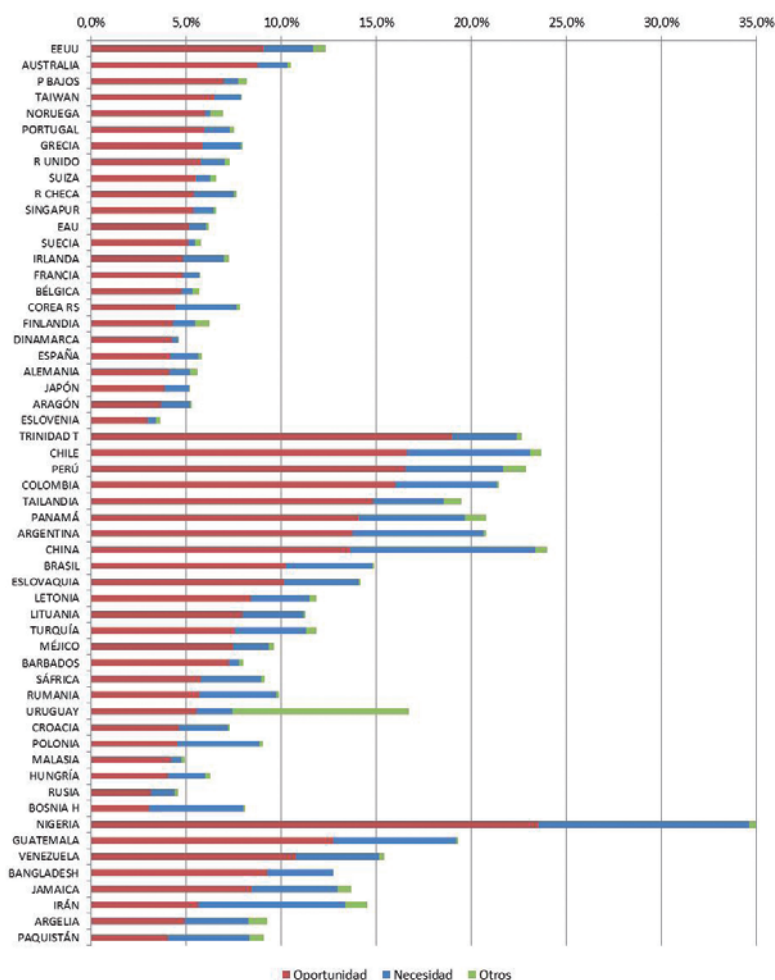
Motivos para emprender: comparación OCDE



La Figura 2.6 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 2.6). En todo caso, destacan algunos países, como China, Nigeria o Irán, donde las iniciativas que surgen en respuesta a una necesidad tienen una importancia por encima de la media.

Figura 2.6.

Motivos para emprender: comparación conjunto países GEM 2011



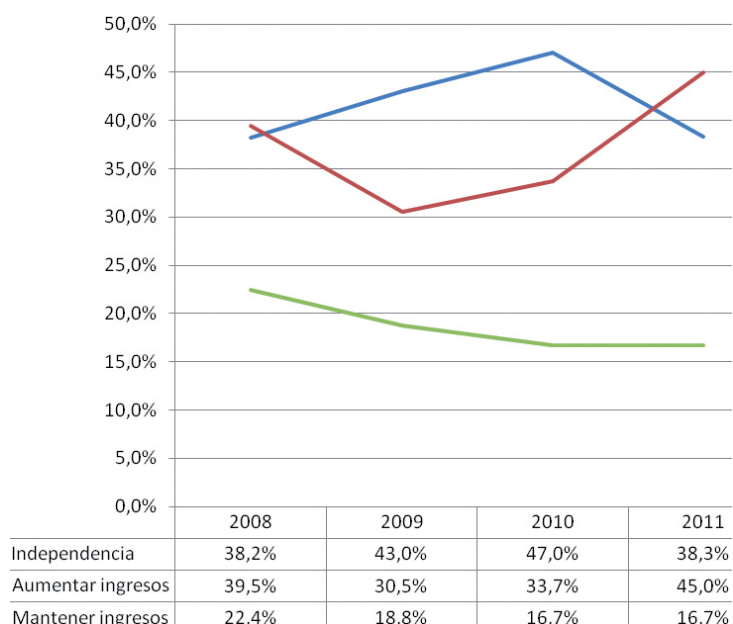
Nota: Al igual que en el Capítulo 1, los países están ordenados por su grupo económico: basados en innovación (EEUU-Eslovenia), eficiencia de los factores productivos (Trinidad y Tobago-Bosnia y Herzegovina) y explotación de factores productivos tradicionales (Nigeria-Paquistán).

2.3. 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 subyacen a la creación de empresas por la existencia o descubrimiento de una oportunidad. El objetivo de la 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 2.7 muestra la evolución de los indicadores complementarios de motivación desde 2008, año, como se ha comentado con anterioridad, en que comenzó a elaborarse el informe GEM para Aragón. 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 2.7.

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



Durante 2011, las iniciativas emprendedoras que surgieron como consecuencia de una oportunidad lo hicieron mayoritariamente ante la expectativa de aumentar los ingresos (45%). La consecución de una mayor independencia se revela como el segundo motivo más importante asociado a la existencia de una oportunidad (38,3%). Finalmente, la expec-

tativa de mantener el nivel de ingresos aparece como el tercer motivo, siendo la causa en el 16,7% de las actividades iniciadas por la existencia de una oportunidad.

Al ser la motivación basada en incrementar los ingresos la preponderante, 2011 supone un cambio con respecto a la tendencia anterior en nuestra región. En contra de lo que ha ocurrido a nivel nacional, en Aragón la motivación de emprender para aumentar ingresos se ha convertido en la más frecuente. Dado que esta motivación es la más competitiva, ello puede ser síntoma de un emprendimiento que responde en menor medida a razones de subsistencia y que busca una mayor calidad. Así, la proporción de emprendedores que ponen en marcha nuevas actividades para conseguir una mayor independencia decrece significativamente, cambiando la tendencia creciente que se había observado durante los primeros años de la crisis. La motivación basada en mantener los ingresos se mantiene estable con respecto a los años anteriores e incluso vemos que, con respecto a 2008, esta motivación (a diferencia de lo ocurrido a nivel nacional) ha perdido importancia.

Los motivos para emprender en Aragón muestran dos importantes tendencias. En primer lugar, se ha observado que la motivación para emprender por razones de necesidad se ha incrementado con respecto a otros ejercicios. Unido al hecho de que las nuevas actividades que se crean en Aragón suelen tener entre 1 y 2 propietarios, la actividad emprendedora se vuelve como una salida al desempleo y viene, por tanto, motivada por razones de subsistencia.

En segundo lugar, pese a que la actividad emprendedora por motivos de oportunidad haya descendido, se observa que las oportunidades que los emprendedores aragoneses están intentando aprovechar responden en mayor medida a la creación de actividades de mayor calidad que les permitan incrementar el nivel de ingresos. Este hecho constituye una diferencia con respecto a la media nacional, donde las actividades emprendidas responden sobretudo a la búsqueda de una mayor independencia.

CAPÍTULO 3

**PERFIL SOCIOECONÓMICO
DEL EMPRENDEDOR RESIDENTE EN ARAGÓN**



El objetivo de este capítulo es caracterizar el perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón. Este perfil se ha elaborado a partir de la información obtenida de la muestra seleccionada para el estudio, en la que se han incluido variables de carácter socioeconómico como sexo, edad, nivel de estudios, nivel de renta, tamaño del núcleo familiar, estatus laboral, origen y antecedentes emprendedores. La primera parte del capítulo presenta el análisis de dicho perfil socioeconómico distinguiendo entre emprendedores nacientes, nuevos, consolidados y potenciales, para luego centrarse en quienes que han abandonado una actividad. La segunda parte realiza una caracterización del emprendedor en Aragón en términos globales, sin distinguir entre los distintos tipos de emprendedores.

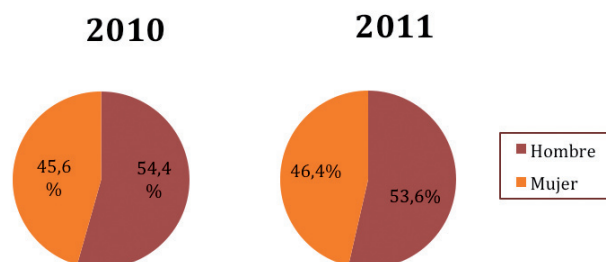
3.1 Perfil del emprendedor naciente

Ya se ha señalado anteriormente que se identifica como naciente a aquel emprendedor que se encuentra en las etapas iniciales de su actividad, lo que implica que todavía no ha procedido al pago de salarios ni ha obtenido beneficios como consecuencia de la misma. En 2010 el perfil típico de un emprendedor *naciente* era el de un varón español, en el entorno de los 39 años de edad, con estudios universitarios, dedicado a tiempo completo a la actividad y en cuyo hogar conviven tres personas. En 2011, la principal diferencia respecto al perfil socioeconómico del año anterior se hace notar en el nivel de estudios: en este caso el emprendedor *naciente* tiene mayoritariamente formación profesional específica superior.

La Figura 3.1 representa el perfil del emprendedor naciente por sexo, y en ella se puede observar como los hombres representan algo más de la mitad de los casos, concretamente, el 54,4% en 2010 y el 53,6% en 2011, resaltándose la notable presencia femenina en el perfil del emprendedor naciente. Estos resultados contrastan con el porcentaje de emprendedores de sexo femenino del año anterior en la serie, 2009, aunque no distan tanto de los de 2008. Así, en este último año el porcentaje de mujeres al frente de una actividad emprendedora naciente en Aragón fue el 46,6% y los datos nacionales apuntan hacia cifras similares, por lo que el dato de 2009 podría considerarse un atípico en la serie.

Figura 3.1

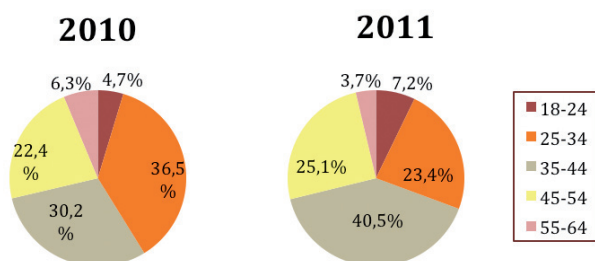
Perfil del emprendedor *naciente* por sexo



La Figura 3.2 muestra el perfil del emprendedor *naciente* por edad. En este sentido, existen diferencias entre los dos años considerados en el estudio, ya que mientras en 2010 predominaba el segmento comprendido entre los 25 y los 34 años (36,5%), en 2011 la edad media más frecuente es superior y se sitúa en el rango que va entre los 35 y 44 años (40,5%). Este cambio parece consistente con los malos indicadores de empleo y la fuerte recesión económica que vive el país, que ha podido forzar a muchos desempleados con una cierta edad a poner en marcha negocios con la expectativa de encontrar una alternativa a la situación de desempleo.

Figura 3.2

Perfil del emprendedor *naciente* por edad

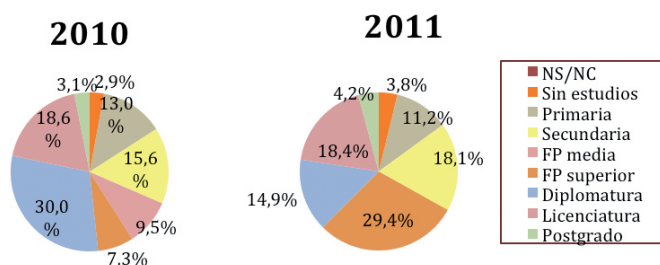


Esta última observación parece también válida si analizamos el nivel de estudios de los emprendedores *nacientes*. La Figura 3.3 pone de manifiesto que si bien en 2010 un 51,7% de los emprendedores *nacientes* poseía estudios universitarios y un 15,8% poseía estudios de formación profesional, en 2011 la tendencia parece cambiar y se observa como el porcentaje de emprendedores *nacientes* con estudios universitarios desciende al 37,5% y el porcentaje de aquellos con formación profesional aumenta al 29,4%. Como comentábamos, estos datos parecen, de

nuevo, sugerir que los altos niveles de desempleo y la situación económica han provocado que perfiles no universitarios opten por el emprendedurismo como una vía alternativa al empleo por cuenta ajena.

Figura 3.3

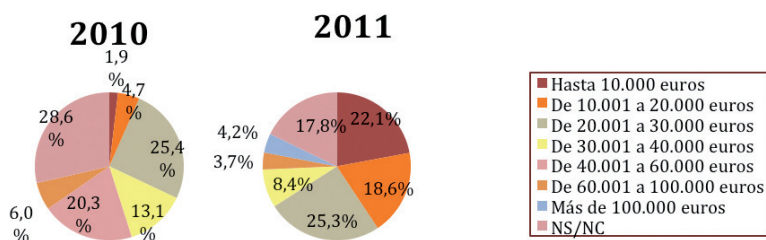
Perfil del emprendedor *naciente* por nivel de estudios



La Figura 3.4 muestra en nivel de renta de los emprendedores nacientes. Se observa una disminución en esta variable, de manera que mientras en el año 2010 el tramo de renta predominante se situaba entre 40.001 y 60.000 euros, en 2011 el tramo dominante se posiciona entre 20.001 y 30.000 euros. El análisis de nuevo va en la línea de los indicadores macroeconómicos que muestra el país.

Figura 3.4

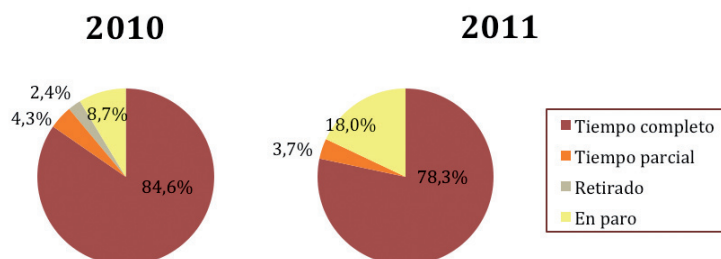
Perfil del emprendedor *naciente* por nivel de renta



La Figura 3.5, muestra el perfil del emprendedor por estatus laboral. Los datos nos indican que el porcentaje de emprendedores ocupado a tiempo completo es mayoritario tanto en 2010 como en 2011, aunque se observa una ligera reducción de la cifra en el año 2011. Por otra parte, es notable el incremento de los emprendedores en situación de desempleo, situación que muestra como el desempleado busca en actividades nuevas de emprendimiento una salida a la situación laboral tan ajustada en la que se encuentra el país.

Figura 3.5

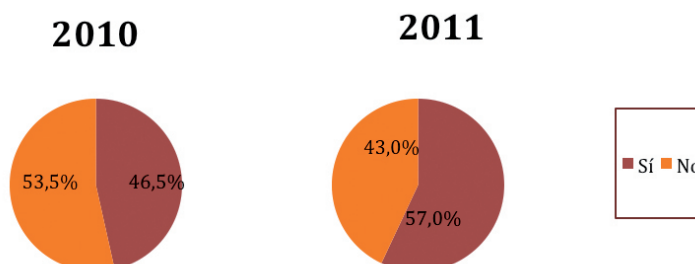
Perfil del emprendedor *naciente* por estatus laboral



La Figura 3.6 muestra el perfil del emprendedor *naciente* por tamaño de hogar. En 2010, un 28,9% de los emprendedores *nacientes* señalaban que su hogar estaba compuesto por 4 personas, siendo ésta la situación más frecuente. Un año más tarde, la situación más frecuente sigue siendo la misma (37%). La segunda situación más habitual en 2010 era la del hogar compuesto por cinco miembros, mientras que en el 2011, el segundo caso más frecuente era el del hogar compuesto por tres miembros.

Figura 3.6

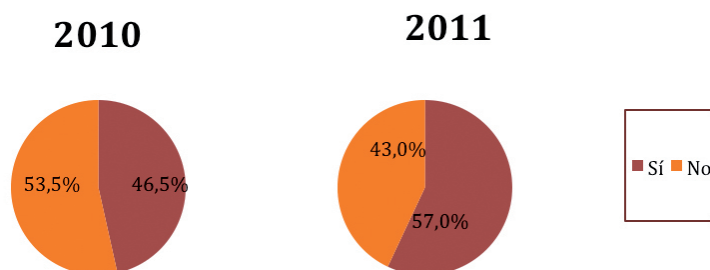
Perfil del emprendedor *naciente* por tamaño del hábitat



La Figura 3.7 muestra el perfil del emprendedor *naciente* en función de si ha recibido o no formación específica. En 2010 más de la mitad de los emprendedores *nacientes* consideraba que había recibido algún tipo de formación relacionada con la creación de empresas (53,5%), mientras que un año más tarde esta cifra baja hasta el 43%. Es importante destacar en este punto que mientras que la cifra que se observa en 2010 en nuestra Comunidad es similar a la media del país, la correspondiente a 2011 es sustancialmente inferior y se sitúa 15 puntos por debajo de la media. Probablemente, como consecuencia de la situación económica actual, el emprendedor *naciente* del último año considera como una opción alternativa lanzarse a una actividad de emprendimiento sin haber recibido formación específica para ello, lo cual puede reducir la calidad del mismo.

Figura 3.7

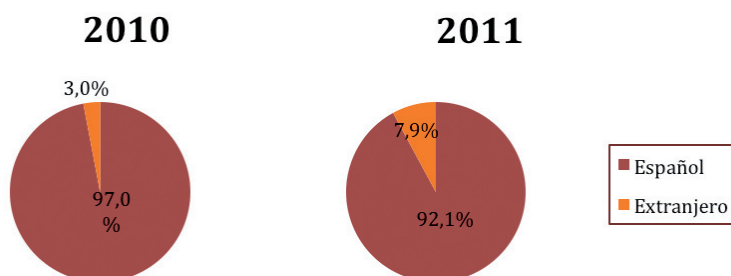
Perfil del emprendedor *naciente* por formación emprendedora



Finalmente, la Figura 3.8 muestra la distribución de los emprendedores *nacientes* en función del país de origen. Como cabía esperar, en ambos años se observa un claro predominio de la población española. La cifra para Aragón es muy superior a la del conjunto de España en 2010, que alcanza el 89,8%, y prácticamente la misma en 2011 (donde el porcentaje nacional se sitúa en el 91,6%). En todo caso, es cierto que la crisis está afectando de forma especialmente intensa a la población emigrante, que en muchos casos ha optado por regresar a sus países de origen ya que en este momento encuentran más posibilidades de encontrar empleo en su país que en España.

Figura 3.8

Perfil del emprendedor *naciente* por origen



3.2 Perfil del emprendedor *nuevo*

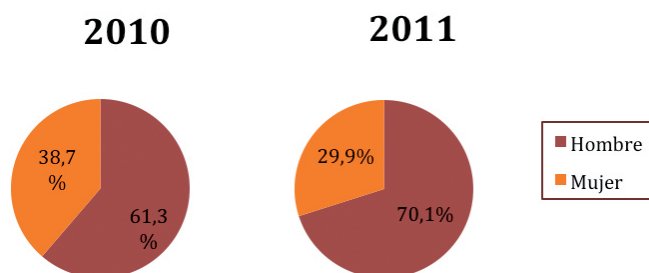
Una vez caracterizados los emprendedores cuya actividad ha sido calificada en este estudio como *naciente*, en este apartado se estudian las características de los emprendedores nuevos. En 2010 el perfil socioeconómico predominante para el emprendedor nuevo era el de un hombre de edad media en torno a los 39 años, con estudios superiores (FP

superior o universidad), nivel de renta media, en activo, en cuyo hogar suelen convivir tres personas, que no ha recibido formación específica para emprender y de nacionalidad española. En 2011 el perfil es muy similar, con una mayor incidencia de personal desempleado.

La Figura 3.9, muestra el perfil del emprendedor nuevo por sexo. En 2010 los hombres representaban el 61,3% del total de emprendedores *nuevos*, mientras que las mujeres suponían el 38,7%. En 2011 la diferencia se hace más visible siendo un 70,1% el porcentaje de hombres en actividades nuevas mientras que el porcentaje de mujeres cae hasta situarse en 29,9%. Si tenemos en cuenta que las actividades nuevas son aquellas que lleven en funcionamiento menos de 42 meses, estos datos no son sino una consecuencia del escaso porcentaje de mujeres en actividades nacientes en el año 2009.

Figura 3.9

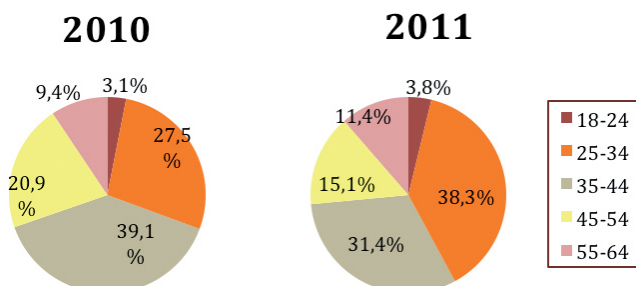
Perfil del emprendedor *nuevo* por sexo



La Figura 3.10 muestra cómo el grupo de edad predominante en el año 2010 era el comprendido en el segmento situado entre los 35 y los 44 años (39,1%), mientras que en 2011 el emprendedor *nuevo* está mayoritariamente concentrado en el grupo de edad 25-34 años (38,3%). Estos cambios pueden interpretarse en relación al aumento significativo de empresariado naciente que se produjo en los años previos en el tramo de 18 a 24 años, debido a una mayor determinación de los más jóvenes a involucrarse en actividades emprendedoras con el fin de hacer frente a los altos niveles de desempleo juvenil.

Figura 3.10

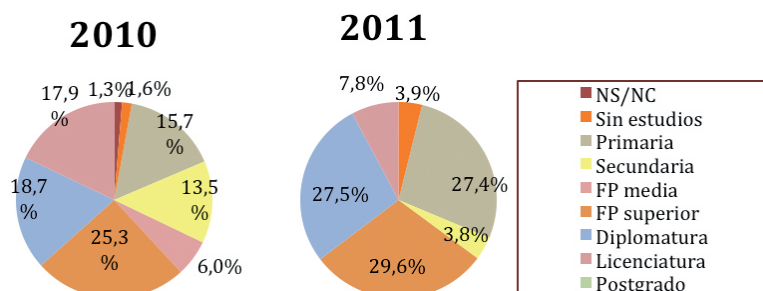
Perfil del emprendedor *nuevo* por edad



La Figura 3.11 muestra el análisis en cuanto al nivel de estudios del emprendedor *nuevo*. En ambos casos se aprecia una clara presencia de emprendedores con estudios de FP superior o universitarios. En 2010 el 61,9% de los emprendedores tenían estudios superiores, y en 2011, el 64,9%, datos que van indicando una tendencia creciente en términos de formación para este perfil empresarial.

Figura 3.11

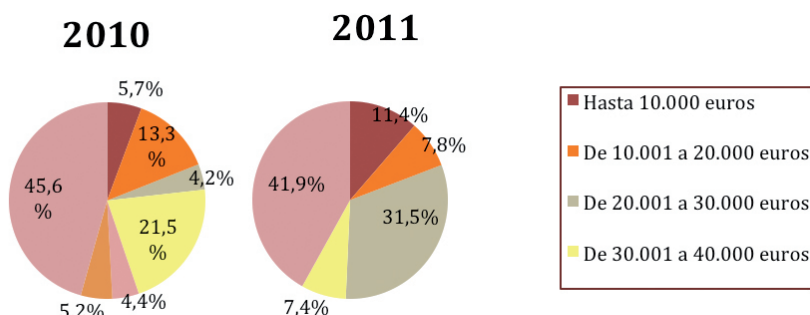
Perfil del emprendedor *nuevo* por nivel de estudios



En términos del nivel de renta, la Figura 3.12 muestra como en 2010 el emprendedor nuevo se sitúa en un nivel de renta intermedio situado entre 30.001 y 40.000 euros, (21,5%). En 2011, el perfil indica un nivel de renta mayoritario algo menor, de entre 20.001 y 30.001 euros anuales (31,5%). Estos datos son consistentes con la situación de recesión económica del país y en línea con los datos obtenidos para el emprendedor naciente.

Figura 3.12

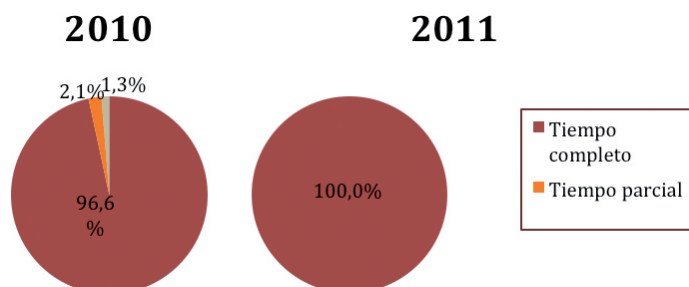
Perfil del emprendedor *nuevo* por nivel de renta



La Figura 3.13 muestra el perfil del emprendedor nuevo por estatus laboral, que muestra que tanto en 2010 como en 2011 la totalidad de los emprendedores *nuevos* de la muestra trabajaban, ya fuese a tiempo completo o a tiempo parcial.

Figura 3.13

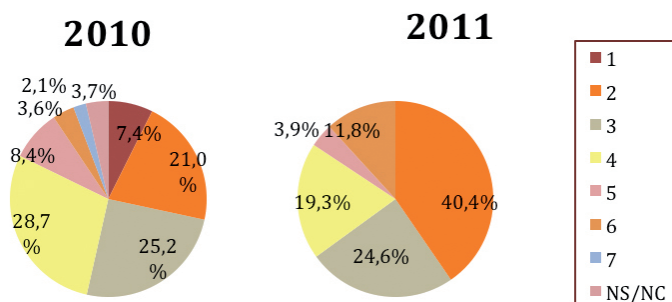
Perfil del emprendedor *nuevo* por estatus laboral



La Figura 3.14 analiza el tamaño del hogar del nuevo emprendedor. En ambos años se observa que son los hogares medios-pequeños -entre 2 y 4 miembros-, los que tienen mayor representatividad. Sin embargo, mientras que en 2010 el caso más habitual eran aquellos hogares de 4 miembros (28,7%), en 2011 lo más frecuente es encontrarnos con un hogar en el que viven dos personas (40,4%).

Figura 3.14

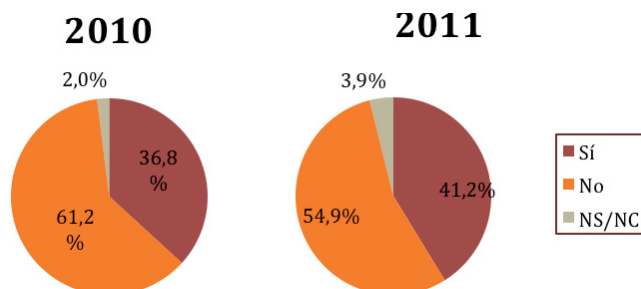
Perfil del emprendedor *nuevo* por tamaño del hábitat



La Figura 3.15 muestra como en 2010 el 36,8% de los emprendedores nuevos había recibido previamente formación específica para iniciar actividades económicas, cifra que aumentó hasta el 41,2% en 2011. Ambas cifras suponen un descenso notable respecto a 2009, cuando la mitad de los emprendedores nuevos afirmaba haber recibido este tipo de formación. Estas cifras situarían a Aragón muy por debajo de la media nacional en 2010, que era de 46,3%, y adicionalmente es moderadamente inferior en 2011 (43,9%).

Figura 3.15

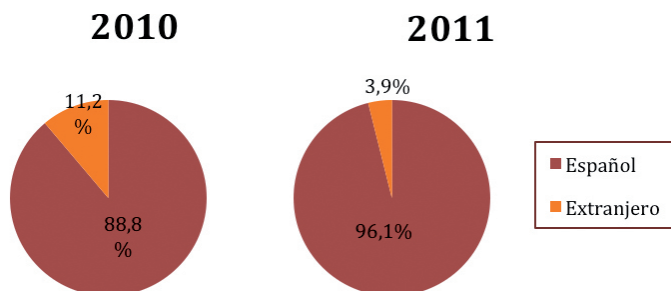
Perfil del emprendedor *nuevo* por formación emprendedora



La Figura 3.16 vuelve a mostrar un patrón muy claro en relación al origen del emprendedor nuevo. El porcentaje más alto son españoles tanto en 2010 como en 2011 (88,8% y 96,1% respectivamente). El hecho de que el origen de los emprendedores *nuevos* vuelva a ser fundamentalmente español va en consonancia con el dato nacional, de en torno al 90% en ambos años. Sí es destacable la caída en el peso de los extranjeros entre 2010 y 2011 de nuevo explicada como una consecuencia adicional de la crisis económica.

Figura 3.16

Perfil del emprendedor *nuevo* por origen



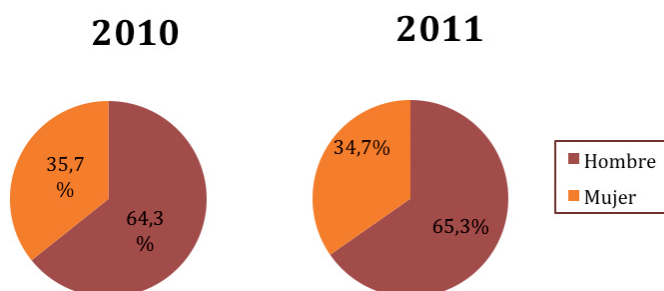
3.3 Perfil del emprendedor *consolidado*

El último análisis a realizar en lo que a las actividades empresariales iniciadas se refiere corresponde al emprendedor *consolidado*. El emprendedor consolidado es aquel cuya actividad se ha prolongado más allá de los 42 meses. El perfil socioeconómico medio es el de un varón, español, con una edad de en torno a 46 años (47 en 2011), con estudios de primaria, niveles de renta medios, que no ha recibido formación específica de carácter emprendedor y cuyo hogar está formado por 3 personas.

La Figura 3.17 muestra la distribución por sexos del emprendedor *consolidado* y en ella se observa una clara dominancia del sexo masculino. En 2010, el 64,3% de las iniciativas consolidadas habían sido establecidas por varones, porcentaje que se eleva al 65,3% en el 2011.

Figura 3.17

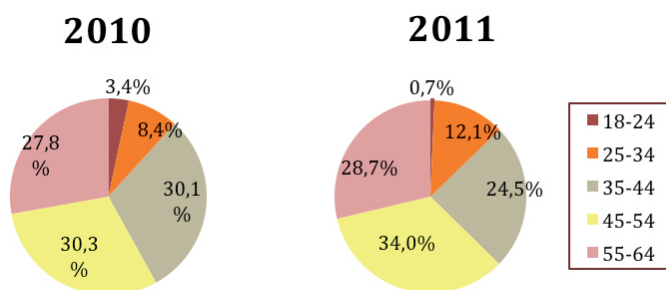
Perfil del emprendedor *consolidado* por sexo



Respecto a la edad media del emprendedor *consolidado* la Figura 3.18 muestra como en el año 2010 se situaba alrededor de los 46,7 años subiendo ligeramente a 47,25 en 2011. El rango de edad más frecuente en ambos casos es el comprendido entre los 45 y 54 años (30,3% en 2010, 34% en 2011). Los datos muestran así la correlación entre el emprendedor consolidado y la edad de los mismos.

Figura 3.18

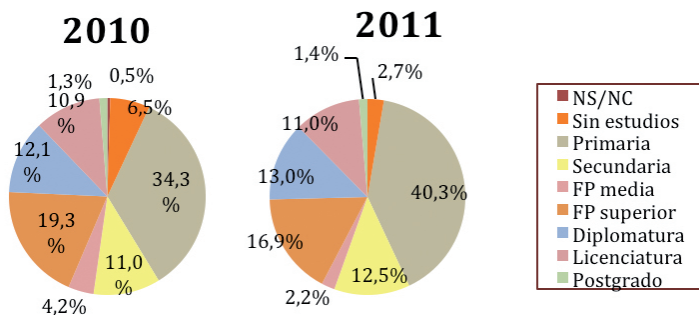
Perfil del emprendedor *consolidado* por edad



Respecto al nivel educativo, Figura 3.19, los emprendedores *consolidados* poseen mayoritariamente un nivel de formación correspondiente a los estudios primarios (34,3% en 2010, 40,3% en 2011), seguido por la formación profesional superior (19,3% en 2010, 16,9% en 2011).

Figura 3.19

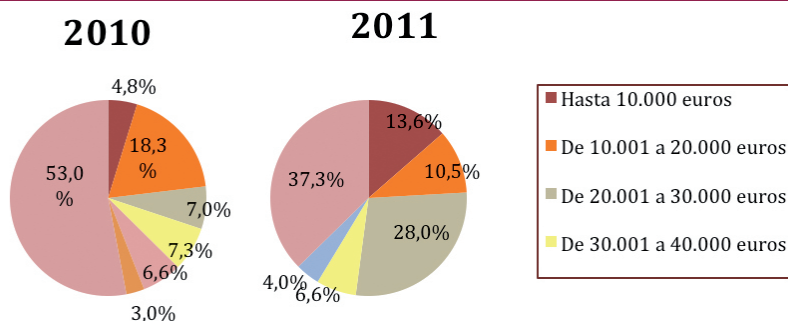
Perfil del emprendedor *consolidado* por nivel de estudios



El perfil por nivel de renta, Figura 3.20, muestra un predominio de rentas medias y medias bajas: de entre 10.001 y 20.000 euros en 2010 (18,3%) y de entre 20.001 y 30.000 en 2011. Cabe destacar el elevado nivel de no-respuesta por lo que no se pueden ofrecer análisis concluyentes al respecto.

Figura 3.20

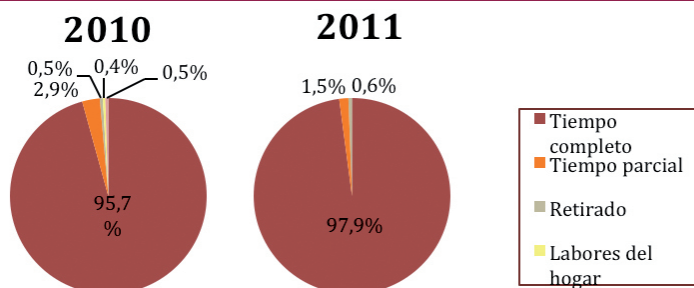
Perfil del emprendedor *consolidado* por nivel de renta



En cuanto a su estatus laboral, el estudio pone de manifiesto que la práctica totalidad de los emprendedores consolidados se encuentran laboralmente activos tanto en el año 2010 como en el año 2011, Figura 3.21.

Figura 3.21

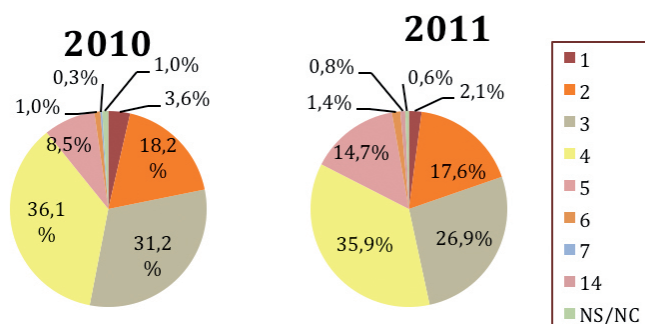
Perfil del emprendedor *consolidado* por estatus laboral



Por tamaño del hogar, la Figura 3.22 muestra un contundente predominio de los hogares medianos y pequeños. Ambos años el caso más frecuente era el de un hogar formado por 4 miembros, seguido por el hogar de 3 y el de 2 miembros. Estos tres casos incluyen el 85,5% de los emprendedores consolidados encuestados en 2010 y el 80,4% de los encuestados en 2011.

Figura 3.22

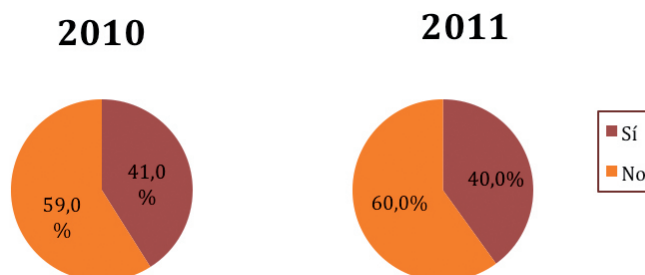
Perfil del emprendedor *consolidado* por tamaño de hábitat



La Figura 3.23 muestra el porcentaje de emprendedores *consolidados* que afirman haber recibido formación específica para la creación de empresas. En consonancia con los demás tipos de emprendedores, se observa un predominio de los emprendedores que no han recibido formación. Sólo dos de cada cinco emprendedores *consolidados* afirma haber recibido este tipo de formación específica.

Figura 3.23

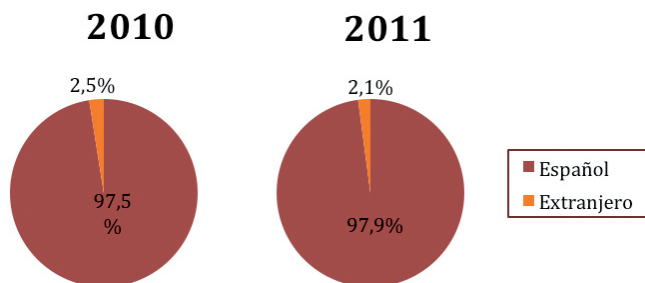
Perfil del emprendedor *consolidado* por formación emprendedora



Finalmente, y de nuevo siguiendo la misma línea que el caso de los emprendedores *nacientes* y *nuevos*, los nacionales suponen la gran mayoría de las iniciativas emprendedoras *consolidadas*. La Figura 3.24 muestra cómo en el año 2010 el 97,5% de los emprendedores *consolidados* encuestados era de origen español, porcentaje que aumenta hasta el 97,9% en 2011

Figura 3.24

Perfil del emprendedor *consolidado* por origen



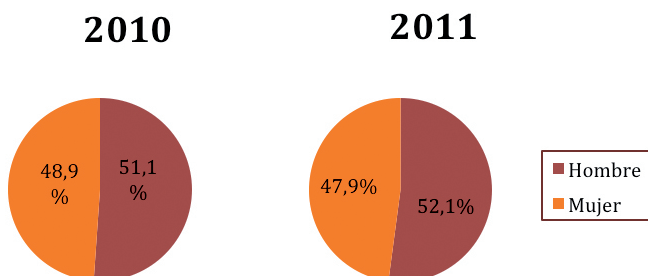
3.4 Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad

Una vez examinadas las características del emprendedor cuya actividad sigue en activo, en este apartado se examina el perfil del emprendedor que ha *abandonado* una actividad empresarial. Los datos que se presentan a continuación corresponden a la información sobre todas aquellas personas que han abandonado una actividad emprendedora en los 12 meses previos a julio de 2010 y 2011 respectivamente, independientemente de la razón que los impulsó a hacerlo. El perfil medio de 2010 muestra a un hombre o una mujer española de edad media en torno a los 43 años, con estudios avanzados (FP superior), nivel de renta baja, en activo (pero con mayor tasa de paro que los otros grupos vistos hasta ahora), en cuyo hogar suelen convivir tres personas. En 2011 la principal diferencia es un nivel de estudios algo menor (educación secundaria) y un mayor nivel de desempleo.

La Figura 3.25 muestra la práctica paridad en el género de los emprendedores que abandonan la actividad: 51,1% de hombres y 48,9% de mujeres en 2010, y 52,1% de hombres y 47,9% de mujeres en 2011. Es importante comparar este dato con el género de los emprendedores vistos anteriormente. Mientras que hay un predominio masculino entre los emprendedores, el abandono parece ser paritario.

Figura 3.25

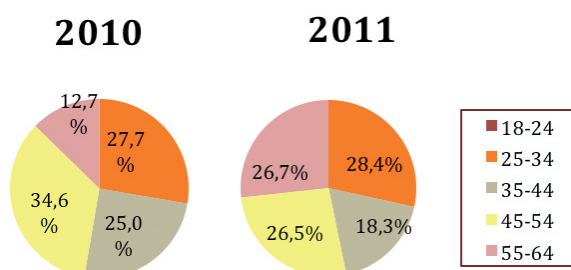
Perfil del emprendedor que *abandona* por sexo



Por edad, la media del emprendedor que *abandona* era de 42,85 en 2010 y de 44,19 años en 2011. La Figura, 3.26 muestra como en 2010, el segmento de edad predominante era el comprendido entre los 45 y los 54 años (34,6%). En 2011, el segmento dominante era el comprendido entre los 25 y los 34 años (28,4%). Es interesante destacar que el abandono se polarizó en 2011, reduciendo la importancia de la categoría media (35-44 años) y aumentando la importancia de los extremos de la distribución por edades.

Figura 3.26

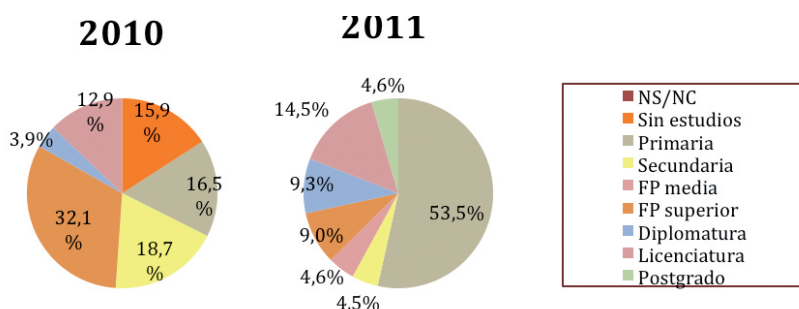
Perfil del emprendedor que *abandona* por edad



En cuanto a la distribución por nivel de estudios de los emprendedores que abandonan (Figura 3.27) se observa una diferencia notable respecto a los emprendedores *nacientes*, *nuevos* y *consolidados*. El peso relativo de los emprendedores con estudios universitarios se reduce notablemente. En 2010 la categoría más relevante es la que se refiere a estudios de formación profesional superior (32,1%). En 2011, con el recrudecimiento de la crisis económica, la mayoría de los emprendedores que abandonaron la actividad tenían un nivel de estudios de primaria (53,5%).

Figura 3.27

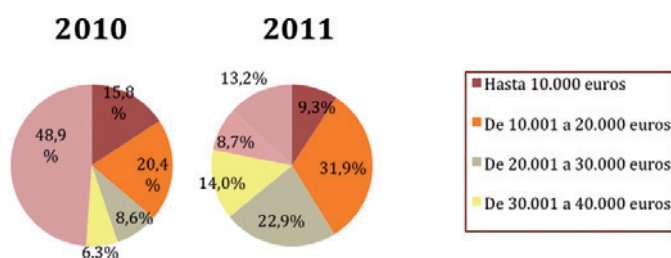
Perfil del emprendedor que *abandona* por nivel de estudios



Por nivel de renta, los emprendedores que más abandonan son aquellos con niveles de renta bajos. La Figura 3.28 resume el nivel de renta de los emprendedores que abandonaron su actividad en 2010 y 2011. En ambos años la categoría más representativa es la comprendida entre 10.001 y 20.000 euros anuales de renta. De los que abandonaron, el 20,4% en 2010 y el 31,9% en 2011 indicaron que ése era su nivel de renta. Debemos, en todo caso, tener en cuenta que estos datos pueden estar infravalorados si tenemos en cuenta la elevada tasa de no respuesta, que fue del 48,9% en 2010 y del 13,2% en 2011.

Figura 3.28

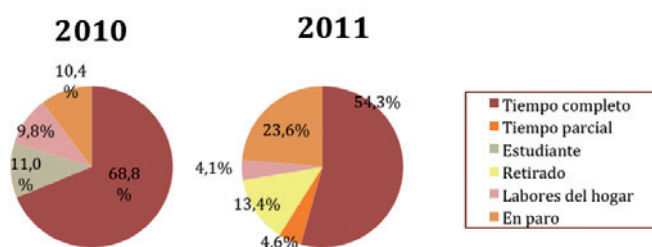
Perfil del emprendedor que *abandona* por nivel de renta



El análisis del estatus laboral determina que la mayoría de los emprendedores que *abandonan* siguen activos (Figura 3.29). En 2010 el 68,8% trabajaba después de abandonar la actividad, todos ellos a tiempo completo. Sin embargo, en 2011 esta cifra baja a 58,9% (54,3% a tiempo completo y 4,6% a tiempo parcial). El 10,4% de los emprendedores que abandonaron estaba en paro en 2010, mientras que la cifra se dobla para el año 2011 (23,6%).

Figura 3.29

Perfil del emprendedor que *abandona* por estatus laboral

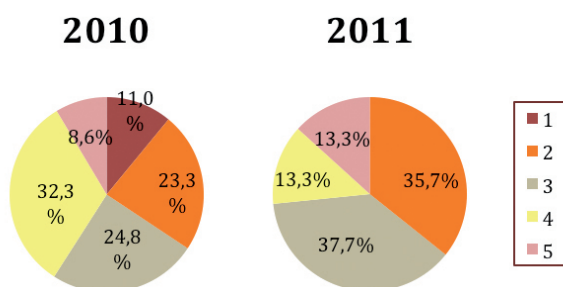


La Figura 3.30 muestra información sobre el perfil del emprendedor que *abandona* según el tamaño del hogar. El gráfico muestra que en 2010 un 32,3% de los emprendedores que *abandona* la actividad señalan que su

hogar está compuesto por cuatro personas, siendo ésta la situación más frecuente. A éstos le siguen aquellos cuyo hogar está formado por 3 personas (24,8%). En 2011, la situación más frecuente es la del hogar compuesto por 3 personas (37,7%), seguida por el hogar compuesto por dos personas (35,7%).

Figura 3.30

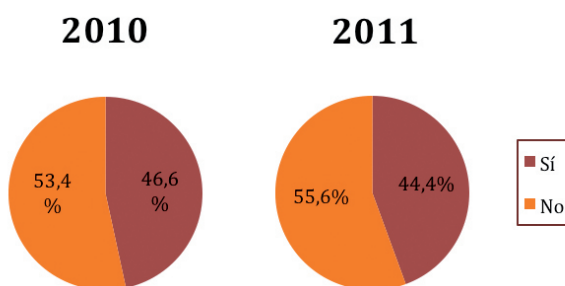
Perfil del emprendedor que *abandona* por tamaño del hábitat



La Figura 3.31 muestra el porcentaje de emprendedores que abandonaron la actividad que tenía formación previa para la creación de empresas. Los datos indican como en 2010 y 2011 son mayoría los que abandonan sin recibir este tipo de formación un 53,4% en 2010 y un 55,6% en 2011. Así, los resultados parecen sugerir que la formación específica en este tipo de actividades puede influir al tomar la decisión de abandonar.

Figura 3.31

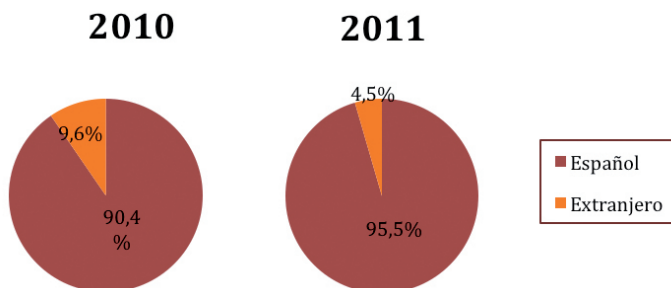
Perfil del emprendedor que *abandona* por formación emprendedora



Finalmente, la Figura 3.32 muestra información sobre el origen del emprendedor que abandona. En 2010 la gran mayoría de los emprendedores que abandonaron eran españoles, 90,4%, frente al 9,6% de extranjeros. En 2011 las cifras se sitúan alrededor de un 95,5% para los españoles y un 4,5% para los extranjeros. Estos datos implican un crecimiento sostenido en el peso relativo de los nacionales, que en 2009 suponían el 76,9%.

Figura 3.32

Perfil del emprendedor que *abandona* por origen



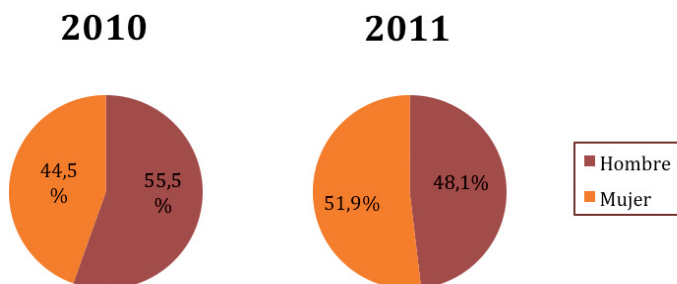
3.5 Perfil del emprendedor *potencial*

Si en los apartados anteriores el foco de atención lo han sido los emprendedores cuyas actividades estaban en funcionamiento o quienes han abandonado una actividad empresarial, en esta sección se caracteriza al emprendedor *potencial*, es decir, aquel que manifiesta interés en crear una empresa. Antes de pasar a comentar la información disponible en este caso, conviene aclarar que el Observatorio GEM considera que una persona es un emprendedor *potencial* si ha respondido afirmativamente a la pregunta de si tiene intención de iniciar una actividad en los próximos tres años tras la encuesta GEM. En este caso, el perfil predominante que surge del análisis de la información disponible en 2010 es el de un varón joven de edad media alrededor de los 35 años, con estudios superiores (FP superior, universitario), nivel de renta medio-bajo, en activo, en cuyo hogar conviven en promedio en torno a 3 personas, y que tiene nacionalidad española.

La Figura 3.33 analiza la distribución de los emprendedores *potenciales* en función de su sexo. En 2010 un 55,5% eran varones, y un 44,5% mujeres. Un año más tarde, las mujeres suponen mayoría (51,9%). Esta inversión de los datos en términos de emprendedores potenciales culmina una tendencia observada en los últimos años, ya que si tomamos los datos de 2009, el porcentaje de emprendedores potenciales mostraba un 71,9% de varones, y sólo un 28,1% de mujeres. Esta tendencia de nuevo puede ser explicada por la situación económica que está atravesando el país, así como por el aumento de los niveles formativos en el caso de las mujeres y por la cultura social y empresarial de los últimos años.

Figura 3.33

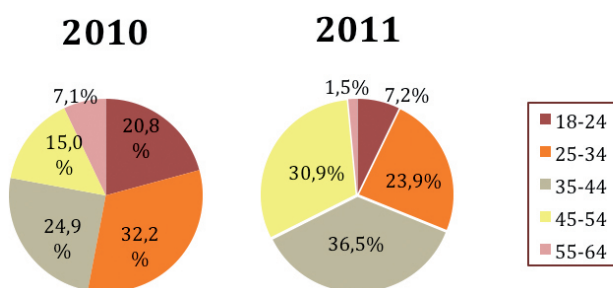
Perfil del emprendedor *potencial* por sexo



Por edades (Figura 3.34), la media del emprendedor *potencial* era de 35,23 en 2010, y 39,3 en 2011. El segmento más frecuente en 2010 es el comprendido entre los 25 y 34 años (32,2%), seguido por el segmento de entre 35 y 44 años (24,9%). En 2011, esos dos segmentos son los más frecuentes, aunque se invierte el orden de importancia: entre los 25 y 34 años un 23,9%, y entre 35 y 44 años, un 36,5%, una tendencia consistente con los indicadores de desempleo actuales que muestran como el perfil del emprendedor potencial se extiende hasta un segmento más avanzado de edad como alternativa a la situación de desempleo actual.

Figura 3.34

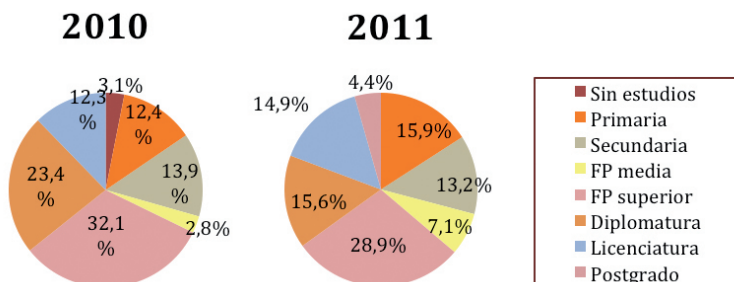
Perfil del emprendedor *potencial* por edad



La información sobre el nivel de estudios también ofrece datos relevante sobre el emprendedor potencia en 2010 y 2011 (Figura 3.35). El perfil en cuanto a estudios se concentra mayoritariamente en aquellos que tienen estudios de FP superior (32,1% en 2010 y 28,9% en 2011). A estos les seguirían los diplomados (23,4% en 2010 y 15,6% en 2011). Los datos sugieren que el emprendedor potencial esta cada vez más formado y, debido a la situación económica, considera la opción del emprendimiento una posibilidad cada vez más cierta de desarrollo profesional.

Figura 3.35

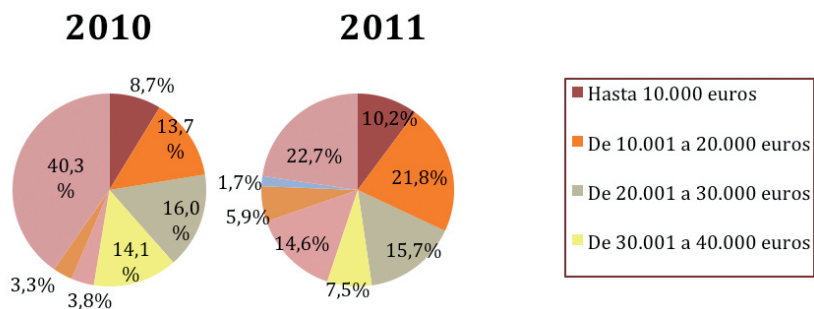
Perfil del emprendedor *potencial* por nivel de estudios



Si analizamos el nivel de renta del emprendedor *potencial* (Figura 3.36), el segmento comprendido entre los 20.001 a 30.000 euros anuales es el más frecuente en 2010 (16,0%), mientras que en 2011 el segmento más frecuente es el que se sitúa entre 10.001 y 20.000 con un 21,8%. Es de destacar como el peso relativo de las rentas más altas es escaso tanto en el 2010 como en el 2011. No obstante, la alta tasa de no-respuesta puede sesgar estos resultados.

Figura 3.36

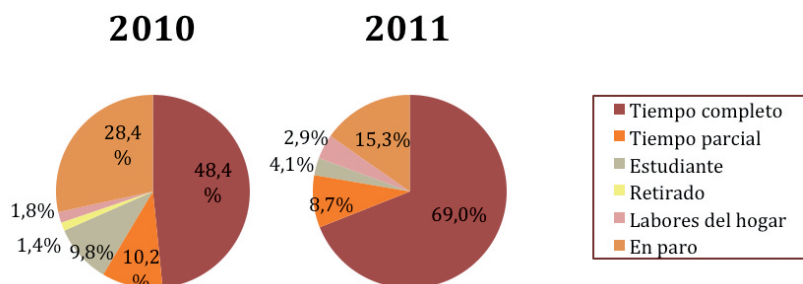
Perfil del emprendedor *potencial* por nivel de renta



La Figura 3.37 muestra el perfil del emprendedor potencial en función de su situación laboral. En el caso de los emprendedores *potenciales*, las situaciones más frecuentes son las dos opuestas: en primer lugar los empleados a tiempo completo (48,4% en 2010, 69,0% en 2011) y en segundo lugar los desempleados (28,4% en 2010 y 15,3% en 2011). Los datos son significativos en el sentido de que se incrementa en una cuantía porcentualmente importante el perfil de los emprendedores que trabajando a tiempo completo están dispuestos a iniciar actividades de emprendedurismo probablemente por la incertidumbre de su situación laboral, pero por otro lado disminuye el porcentaje, también casi a la mitad, entre aquellos que se encuentran en una situación de desempleo.

Figura 3.37

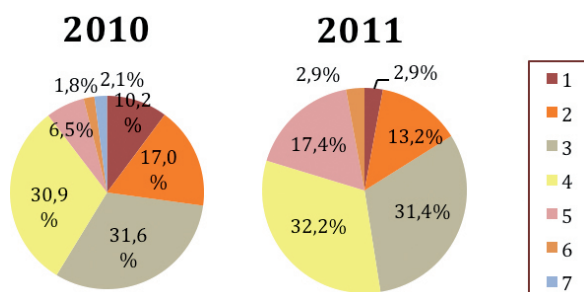
Perfil del emprendedor *potencial* por estatus laboral



La Figura 3.38 muestra el tamaño del hogar del emprendedor *potencial*. Las dos situaciones más frecuentes en los dos años analizados son las de 3 y 4 miembros. En 2010 el 31,6% de los emprendedores *potenciales* vivían en un hogar formado por 3 miembros, mientras que el 30,9% lo hacían en un hogar de 4 miembros. En 2011, el 32,2% de los emprendedores *potenciales* vivían en un hogar de 4 miembros, y el 31,4% lo hacía en un hogar de 3 miembros.

Figura 3.38

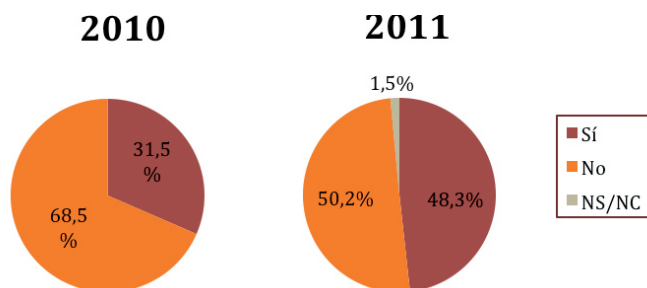
Perfil del emprendedor *potencial* por tamaño del hábitat



La Figura 3.39 muestra que los emprendedores *potenciales* que habían recibido formación específica para poner en marcha un negocio o empresa eran clara minoría en 2010, un 31,5% frente a un 68,5% que no la había recibido. En 2011 la situación mejora hasta acercarse a la paridad: 48,3% han recibido formación frente a un 50,2% que carecen de ella, lo que puede sugerir un desarrollo de la cultura emprendedora, obviamente impulsada por la situación de dificultad que vive el país.

Figura 3.39

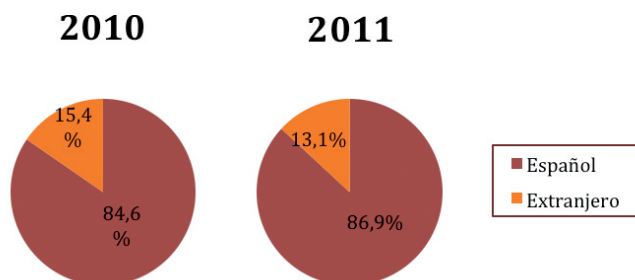
Perfil del emprendedor *potencial* por formación emprendedora



Finalmente, para terminar con el análisis de los emprendedores *potenciales* la Figura 3.40 analiza su origen. Como ocurría en los casos anteriores, la gran mayoría de los emprendedores *potenciales* vuelven a ser españoles tanto en 2010 (84,6%) como en 2011 (86,9%), sin observarse cambios significativos en los datos.

Figura 3.40

Perfil del emprendedor *potencial* por origen



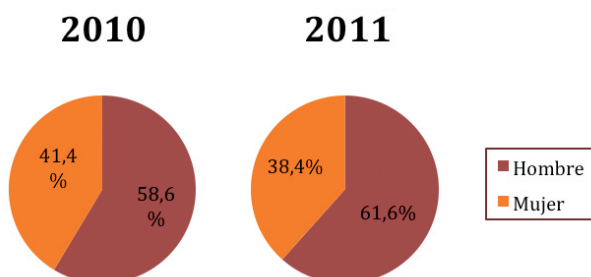
3.6 Perfil del emprendedor aragonés en 2010 y 2011

Una vez analizada la información para cada una de las categorías de emprendedores identificadas en el capítulo 1, en este apartado se presenta el perfil de la persona considerada emprendedora en el año 2011, sin hacer distinciones por tipo de iniciativa. Es decir, la información que se utiliza en este caso surge al agrupar las cifras que comprenden las categorías *nacientes* y *nuevas*. El motivo para realizar dicha agrupación es que esta información es la que se compara año a año en el Observatorio GEM, de forma que a partir de la misma se puede estudiar la evolución de las características del emprendedor en Aragón. Los datos muestran que el perfil predominante en ambos años es el de un varón de una media de 39 años de edad, con estudios de FP superior o diplomatura, nivel de renta medio, y origen español.

La Figura 3.41 muestra que los varones representaban el 58,6% del total de emprendedores en 2010 (61,6% en 2011), lo que confirma que la propensión emprendedora es mayor en los hombres que en las mujeres, a pesar del incremento en éstas últimas.

Figura 3.41

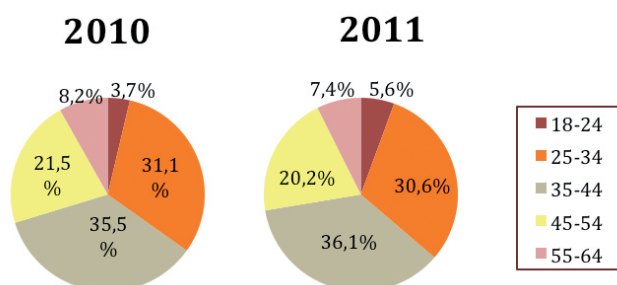
Perfil del emprendedor aragonés por sexo



En cuanto a la variable edad, la edad media del emprendedor aragonés era de 39,25 años en 2010 y de 39,75 en 2011. Como muestra la Figura 3.42, en ambos años la franja de edad predominante es la comprendida entre los 35 y los 44 años (35,5% en 2010, 36,1% en 2011), seguida de la comprendida entre los 25 y los 34 años (31,1% y 30,6% en 2010 y 2011 respectivamente).

Figura 3.42

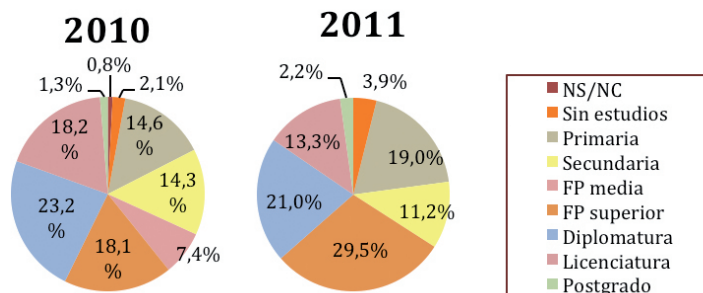
Perfil del emprendedor aragonés por edad



Por nivel de estudios (Figura 3.43), las categorías más relevantes en ambos años son las correspondientes a FP superior y diplomatura (18,1% y 23,2% en 2010; 29,5% y 21% en 2011). En 2010 la siguiente categoría es la de licenciado (18,2%), mientras que en 2011 la tercera categoría es la de estudios primarios (19,0%).

Figura 3.43

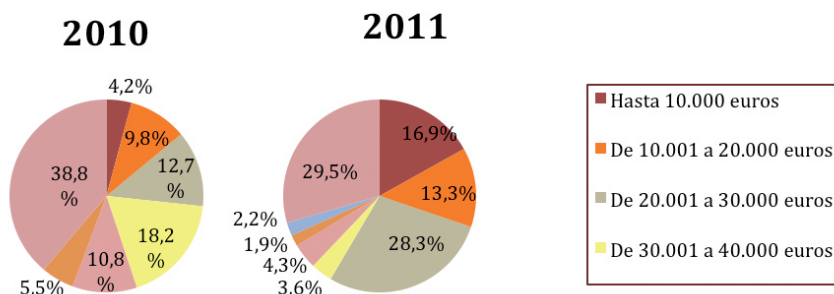
Perfil del emprendedor aragonés por nivel de estudios



El perfil del emprendedor aragonés en términos del nivel de renta (Figura 3.44) muestra una clara reducción de los niveles de esta variable entre 2010 y 2011. Así, mientras que en 2010 el rango más frecuente era el comprendido entre 30.001 y 40.000 euros (18,2%), y el comprendido entre 20.001 y 30.000 euros (12,7%), en 2011 el rango más frecuente ha sido el que se sitúa entre 20.001 y 30.000 (28,3%) y el de menos de 10.000 euros (16,9%). Durante este año 2011 también ha bajado la importancia de las categorías de rentas más altas, datos coherentes con la situación económica.

Figura 3.44

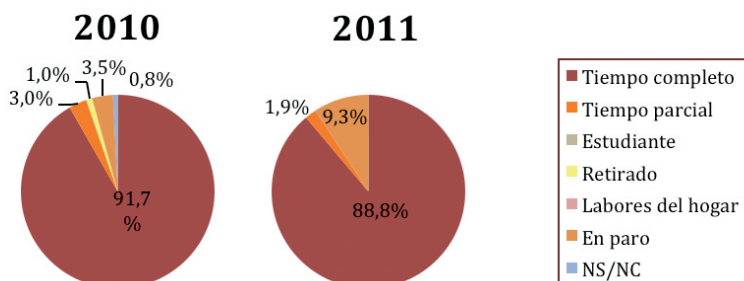
Perfil del emprendedor aragonés por nivel de renta



De los datos sobre estatus laboral (Figura 3.45) se observa que en 2010 el 94,7% de los emprendedores aragoneses trabajan a tiempo completo o parcial y, de forma minoritaria, se encuentran los que están en paro (3,5%). En 2011, las cifras correspondientes son 90,7% y 9,3% respectivamente.

Figura 3.45

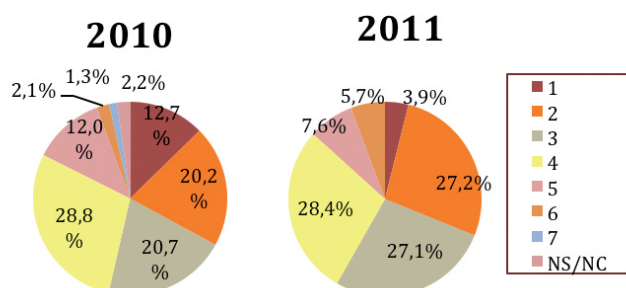
Perfil del emprendedor aragonés por estatus laboral



En cuanto al número de miembros del hogar (Figura 3.46), la mayoría de los emprendedores afirman vivir en un hogar compuesto por 4 individuos (28,8% en 2010 y 28,4% en 2011). En conjunto, el hábitat del emprendedor suele ser de tamaño medio-reducido: las categorías de entre 2 y 4 miembros aglutinan el 69,7% de los casos en 2010, y el 82,7% en 2011.

Figura 3.46

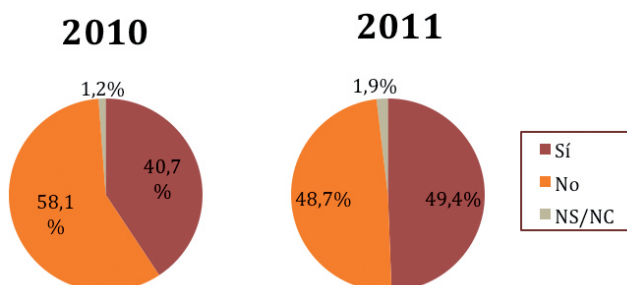
Perfil del emprendedor aragonés por tamaño del hábitat



Desde el punto de vista de la formación recibida, el emprendedor aragonés declaraba en 2010 haber recibido formación específica para emprender en el 40,7% de los casos (Figura 3.47), frente al 49,4% de 2011.

Figura 3.47

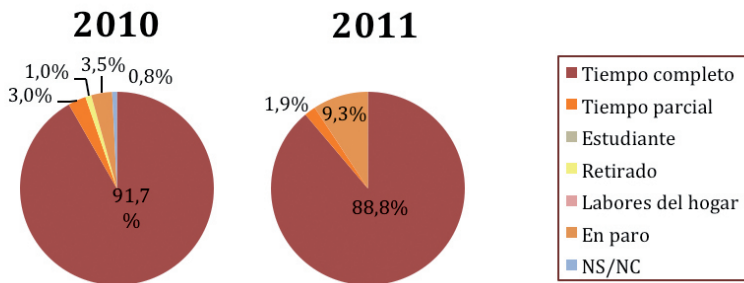
Perfil del emprendedor aragonés por formación emprendedora



Finalmente, la información correspondiente al origen del emprendedor aragonés se representa en la Figura 3.48. Los datos apuntan que la gran mayoría son españoles en los dos años analizados (92,1% en 2010, 94,1% en 2011).

Figura 3.48

Perfil del emprendedor aragonés por origen



CAPÍTULO 4

**CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES
RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR
EN ARAGÓN**



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 a los años 2010 y 2011 se han tenido en cuenta las siguientes dimensiones, que serán objeto de análisis a lo largo de este capítulo:

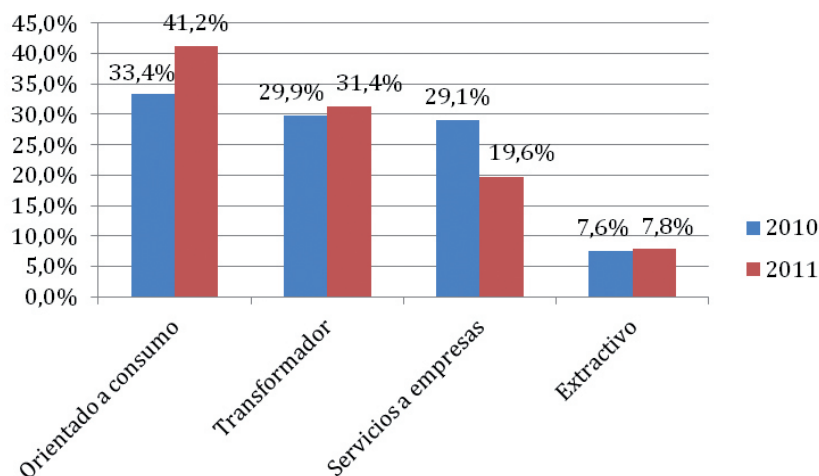
- Sector de actividad
- Número de propietarios de las iniciativas
- Número de empleados actual
- Número de empleados esperado cinco años después de la puesta en marcha
- Carácter innovador
- Grado de competencia que afrontan
- Antigüedad de las tecnologías de producción de bienes o servicios
- Grado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

4.1 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 consta de cuatro grandes apartados: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo. Teniendo en cuenta esta clasificación sectorial, y de acuerdo con los datos de la Figura 4.1, la mayor parte de las iniciativas emprendedoras registradas por el informe GEM Aragón en 2010 y 2011 que tienen entre 0 y 42 meses de vida se ubican en el sector orientado al consumo (33,4% en 2010 y 41,2% en 2011). Por detrás se encuentran las iniciativas emprendedoras dedicadas a actividades de transformación (29,9% en 2010, 31,4% en 2011) y a servicios a empresas (29,1% en 2010, 19,6% en 2011), mientras que las actividades extractivas únicamente representan entre el 7% y el 8% del total.

Figura 4.1

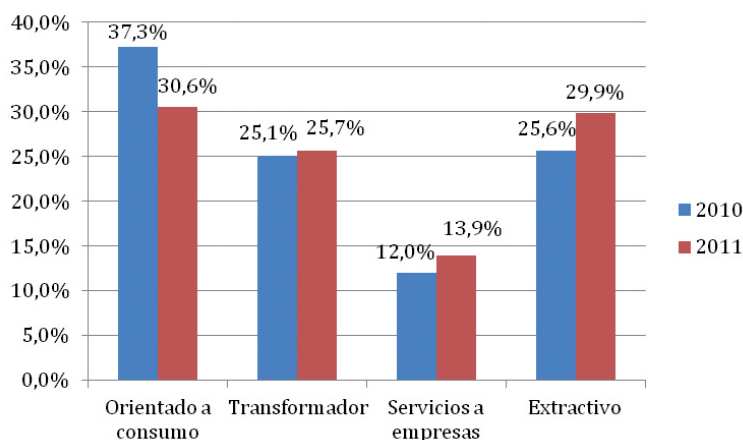
Distribución sectorial de la actividad emprendedora



Si se compara la distribución de la actividad emprendedora incipiente en los años 2010 y 2011 con la de la actividad que supera los 42 meses (consolidada), la Figura 4.2 permite detectar algunas diferencias reseñables. La más destacada hace referencia a la mayor importancia del sector extractivo, que concentra menos del 8% de las iniciativas incipientes pero aglutina más del 25% de las consolidadas con independencia de cuál sea el año considerado, con la consiguiente repercusión en el resto de los grupos. Las diferencias son también importantes en los servicios a empresas, sobre todo en el año 2010, aunque las diferencias entre los dos tipos de actividad emprendedora se reducen en el año 2011.

Figura 4.2

Distribución sectorial de la actividad consolidada



4.2 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 4.1 proporciona una primera aproximación de cual es 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 y en España.

Tabla 4.1

Número de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas

2010	Nacientes		Nuevas		Consolidadas	
	Aragón	España	Aragón	España	Aragón	España
Media	2,2	1,6	1,3	1,5	1,7	1,7
Mediana	1,2	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Moda	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Desv. Est.	1,9	1,1	0,7	1,0	1,4	16,1
2011	Nacientes		Nuevas		Consolidadas	
	Aragón	España	Aragón	España	Aragón	España
Media	1,6	1,9	1,8	1,6	2,0	2,3
Mediana	1,0	2,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Moda	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Desv. Est.	0,9	1,4	1,2	1,0	1,7	23,3

Si atendemos únicamente a los datos de la Comunidad Autónoma de Aragón, observamos como el número de propietarios de las iniciativas que se encuentran en el periodo naciente ha descendido en el año 2011. Sin embargo, se produce un aumento en el número de partícipes que continúan con su proyecto. En todo caso, se confirma que el número de promotores es normalmente reducido, sólo uno o dos propietarios en la mayor parte de los casos. Así, en 2011 los proyectos nacientes tenían de media 1,6 propietarios (2,2 en 2010), los nuevos 1,8 (1,3 en 2010), y las iniciativas consolidadas tenían 2 propietarios (1,7 en 2010).

En cuanto a las cifras que muestran las estadísticas para el conjunto del país, estas se comportan de manera semejante a las de la Comunidad, a excepción del número de propietarios de iniciativas nacientes,

que en España aumenta ligeramente (de 1,6 a 1,9 propietarios) mientras en Aragón se observa un descenso de cierta relevancia (de 2,2 a 1,6 propietarios).

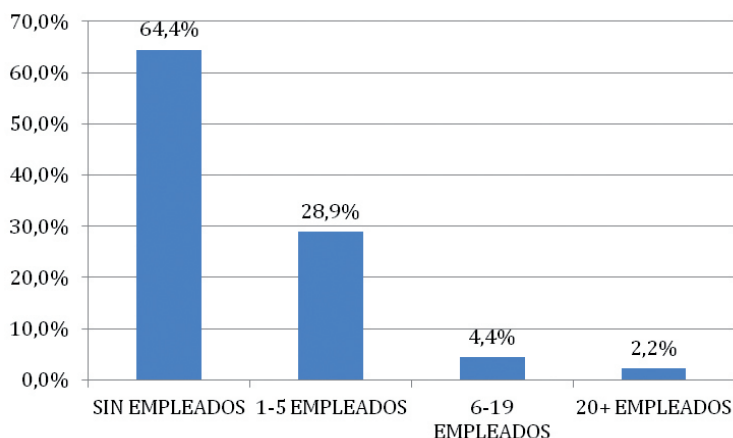
4.3 Dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas y de las empresas consolidadas

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 4.3 muestra la distribución por tamaños de las iniciativas emprendedoras (nacientes y nuevas) en 2011. La figura muestra cómo dos terceras partes de estas iniciativas únicamente ocupan al propio emprendedor, mientras que un 28,9% emplea entre 1 y 5 personas. Estas cifras parecen confirmar que las iniciativas emprendedoras, surgen en el año 2011 como una salida natural al desempleo de manera individual, motivada por razones de subsistencia (ver capítulo 2). Debe destacarse, en todo caso, que el tamaño de las iniciativas aragonesas es ligeramente superior al promedio nacional, donde un 70,7% de las mismas únicamente ocupa al emprendedor, mientras que los dos grupos de mayor dimensión suponen, respectivamente, el 3,3% y el 1,0% de las empresas.

Figura 4.3

Número de empleados de iniciativas emprendedoras en 2011

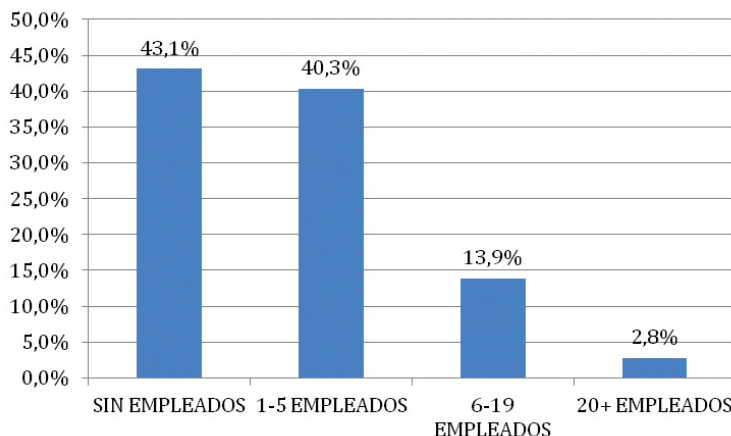


La Figura 4.4 muestra la distribución por tamaños de las iniciativas consolidadas. En dicha figura puede observarse que una vez que la empresa se consolida se aumenta el nivel de empleo generado, de manera que

ahora sólo un 43,1% de las iniciativas ocupa únicamente al promotor de la propuesta, mientras que un 40,3% emplean entre 1 y 5 trabajadores y el 16,7% restante superan los 6 empleados. La comparación con el promedio del país pone de manifiesto cómo el tamaño de las empresas consolidadas en Aragón es algo mayor que en otras comunidades, aunque las diferencias son ahora menos importantes que en el caso anterior.

Figura 4.4

Número de empleados de iniciativas consolidadas en 2011



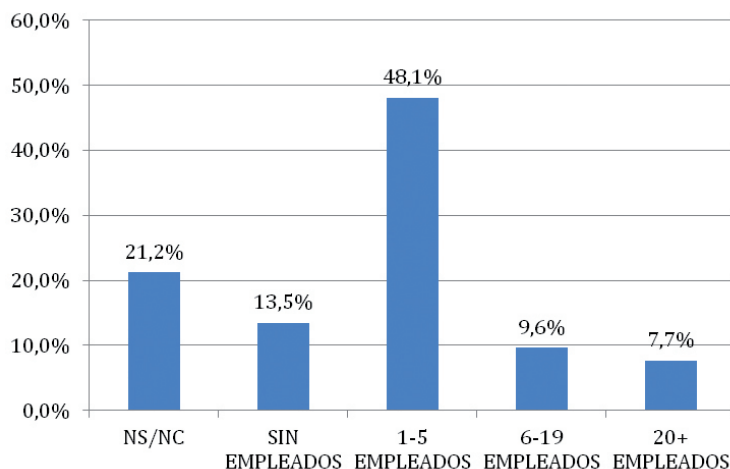
4.4 Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado.

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 4.5 y 4.6 muestran los resultados referentes a las actividades emprendedoras y a las consolidadas en 2011.

Los emprendedores nuevos y nacientes (Figura 4.5) se muestran moderadamente optimistas. Comparando la Figura 4.5 con la Figura 4.3, que mostraba el número de empleados que trabajan en las iniciativas emprendedoras, se ve que sólo un 13,5% espera no tener empleados en 5 años, frente al 64,4% que no los tienen en el momento actual. Un 48,1% espera tener entre 1 y 5 empleados (28,9% en el momento de realización de la entrevista), mientras que el 17,3% 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 datos para España son similares), los emprendedores son moderadamente optimistas y ni siquiera en un contexto como el actual se ha perdido la voluntad de crear puestos de trabajo.

Figura 4.5

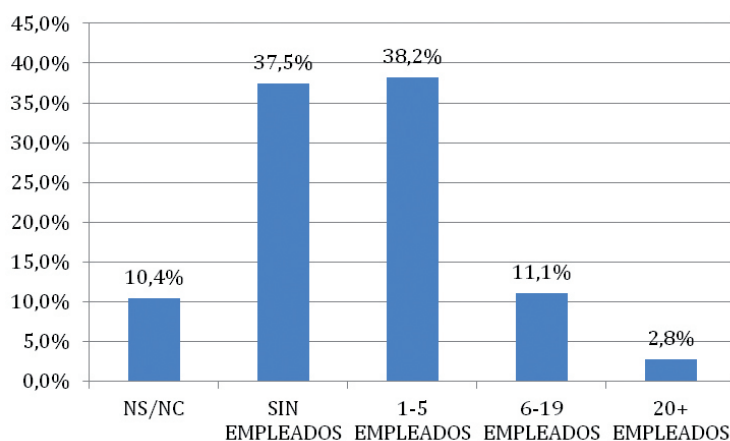
Expectativa de empleo en iniciativas emprendedoras



Si comparamos la situación actual para el caso de los emprendedores consolidados (Figura 4.4) con la expectativa de empleo futuro (Figura 4.6) observamos como esta visión del futuro se torna en algo más pesimista, ya que aunque disminuye ligeramente el porcentaje de emprendedores que no piensa crear ningún puesto de trabajo (del 45,1% al 37,5%) y el de los que esperan crear de uno a cinco empleados (de 40,3% a 38,2%), las diferencias son ahora menos acusadas.

Figura 4.6

Expectativa de empleo en iniciativas consolidadas



Si se analiza el crecimiento potencial de las nuevas empresas aragonesas en relación con el resto de comunidades autónomas (la Figura 4.7 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 la Comunidad se sitúa en el tercio superior de la distribución, con un 0,32% de emprendedores que esperan generar 20 o más empleos.

El panorama no es, sin embargo, tan halagüeño cuando la comparación se realiza con los países miembros de la OCDE (Figura 4.8), ya que entonces las expectativas en Aragón se sitúan en el cuartil inferior, sólo por delante de México, Suiza y Eslovaquia.

Figura 4.7

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

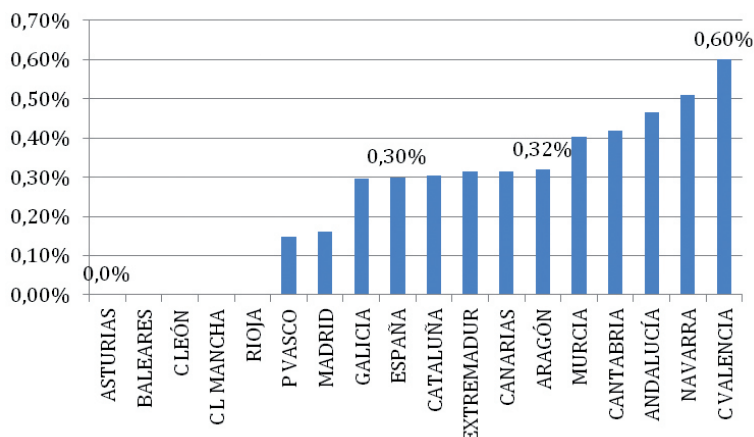
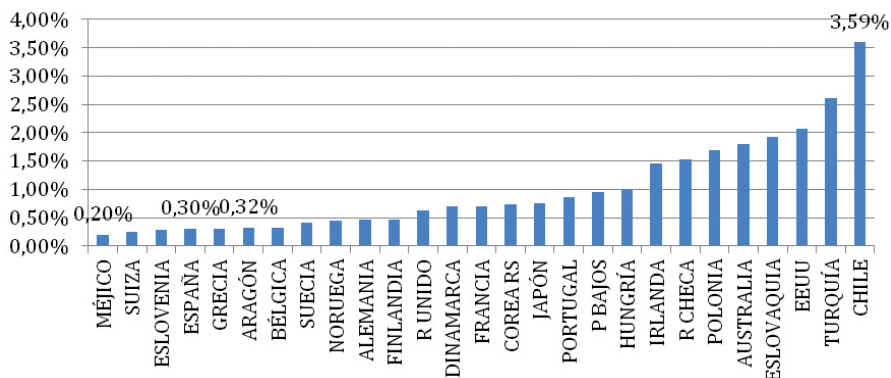


Figura 4.8

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



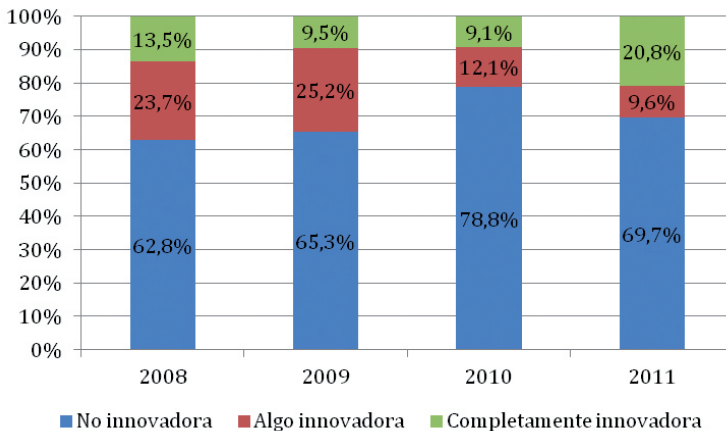
4.5 Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada

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 el soporte 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 4.9 muestra la evolución desde 2008 en el grado de innovación de las iniciativas emprendedoras aragonesas. En ella se puede observar como hasta 2010 había una tendencia creciente hacia un menor nivel de innovación, que, sin embargo, se rompe en 2011, año en el que un 20,8% de las iniciativas emprendedoras se consideran completamente innovadoras.

Figura 4.9

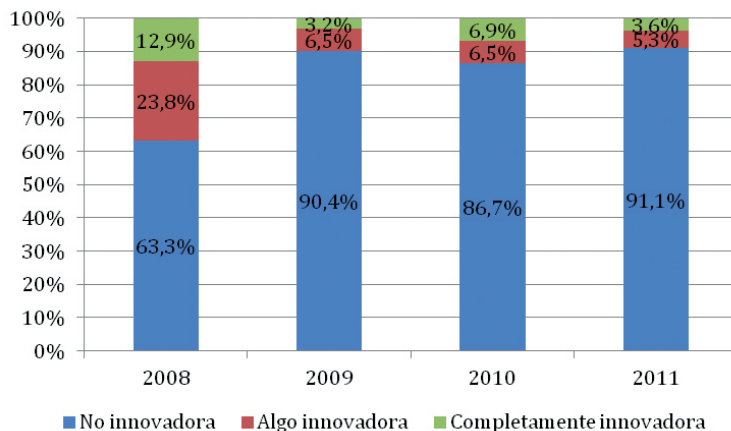
Grado de innovación en iniciativas emprendedoras



No sucede lo mismo con la evolución en el grado de innovación de las iniciativas consolidadas, tal y como se observa en la Figura 4.10. En ella se observa que el porcentaje de iniciativas consolidadas que se consideran completamente innovadoras ha descendido de un 7% a la mitad en sólo un año, mientras que más del 90% de las iniciativas no tienen ningún grado de innovación.

Figura 4.10

Grado de innovación en iniciativas consolidadas



4.6 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.

Los Gráficos 4.11 y 4.12 muestran el nivel de competencia al que se ven sometidas las iniciativas emprendedoras y las iniciativas consolidadas entre 2008 y 2011 en nuestra Comunidad Autónoma. De la observación de las figuras se desprenden dos conclusiones principales. Primero, que el nivel de competencia parece haberse moderado en los últimos años para las iniciativas emprendedoras, pero no para las consolidadas. Por ejemplo, en el caso de las primeras el porcentaje de iniciativas que experimenta elevada competencia baja del 65,7% en 2008 al 55,5% en 2011. A su vez, el porcentaje de iniciativas emprendedoras que manifiesta no experimentar ninguna competencia aumenta del 8,8% al 21,3%. Segundo, que las iniciativas consolidadas experimentan mayores niveles de competencia que las iniciativas emprendedoras, hecho más evidente en el año 2011, en el que sólo un 7,4% (frente a un 21,3%) de las actividades consolidadas manifiestan no tener ninguna competencia.

Figura 4.11

Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras

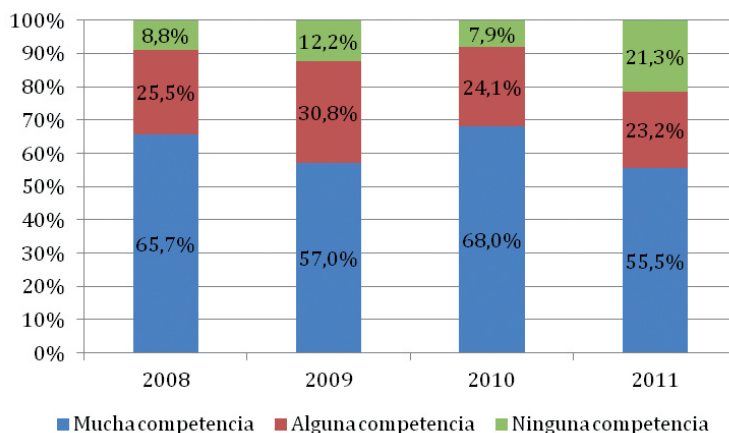
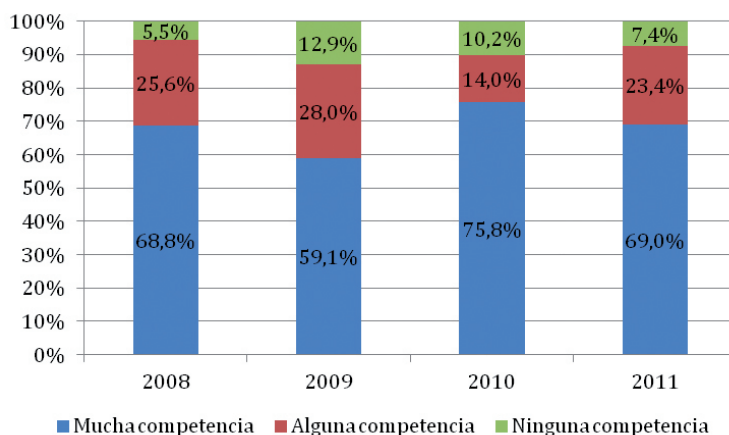


Figura 4.12

Grado de competencia que afrontan las iniciativas consolidadas



Estos datos son similares a los que se observan para el conjunto del país, donde en 2011, a pesar de las condiciones del entorno, ha aumentado la tasa de actividades incipientes innovadoras. En cambio, los niveles de competencia para las iniciativas consolidadas en España se ha visto reducido.

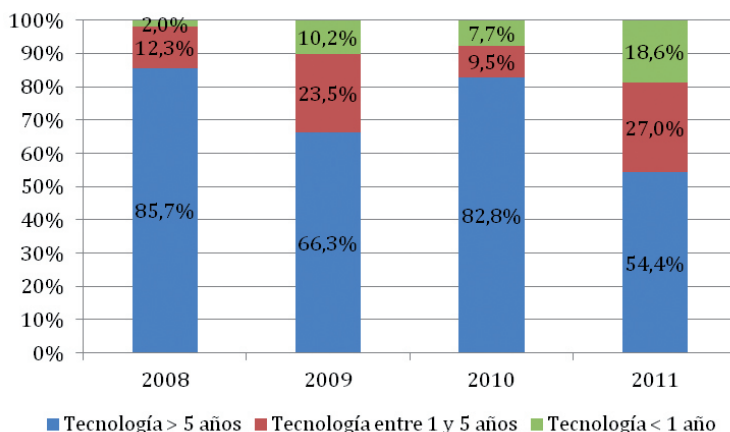
4.7 Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y en las consolidadas

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 4.13 y 4.14 muestran, para el periodo 2008-2011, el porcentaje de iniciativas en función de la antigüedad de las tecnologías utilizadas, distinguiendo entre las iniciativas emprendedoras y las consolidadas. Para el conjunto del país, los resultados se traducen en un importante aumento de la tasa de iniciativas emprendedoras que utiliza tecnologías de última generación y en un principio de recuperación de las tasa de empresas que las utilizan en la fase consolidada (véase el informe GEM España)

En el caso de las iniciativas emprendedoras (Figura 4.13) se observa una gran oscilación entre años, aunque la tendencia entre 2008 y 2011 parece ser hacia un uso de tecnologías cada vez más modernas. Así, el porcentaje de iniciativas emprendedoras que usa tecnologías de más de cinco años baja del 85,7% al 54,4%, mientras que el uso de tecnologías de entre 1 y 5 años aumenta del 12,3% al 27,0% y el de tecnologías de menos de un año de antigüedad aumenta del 2,0% al 18,6%.

Figura 4.13

Uso de nuevas tecnologías por las iniciativas emprendedoras



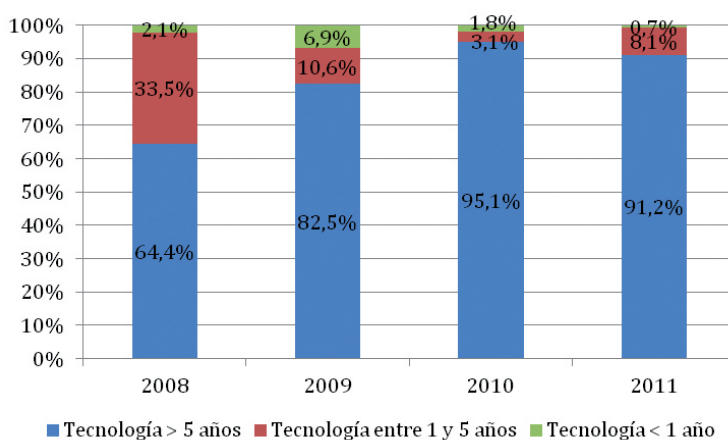
En el caso de las iniciativas consolidadas (Figura 4.14) las conclusiones son mucho más pesimistas. Las iniciativas que usan tecnologías recientes son mucho menores que en el caso de las iniciativas emprendedoras, y la tendencia muestra claramente que cada vez se usan tecnologías más antiguas. Así, el porcentaje de usuarios que emplea

tecnologías de más de cinco años aumenta de un 64,4% a un 91,2%. Sin embargo, los usuarios de tecnologías de entre 1 y 5 años bajan de un 33,5% a un 8,1% y los usuarios de tecnologías de menos de un año de antigüedad pasan de representar el 2,1% a ser sólo un 0,7%.

Comparando la Figura 4.14 y la Figura 4.13 queda patente que las iniciativas emprendedoras son mucho más innovadoras que las consolidadas. Estos resultados, a su vez, confirman las conclusiones a las que se llegaba tras observar las figuras del apartado 4.4.

Figura 4.14

Uso de nuevas tecnologías por las iniciativas consolidadas



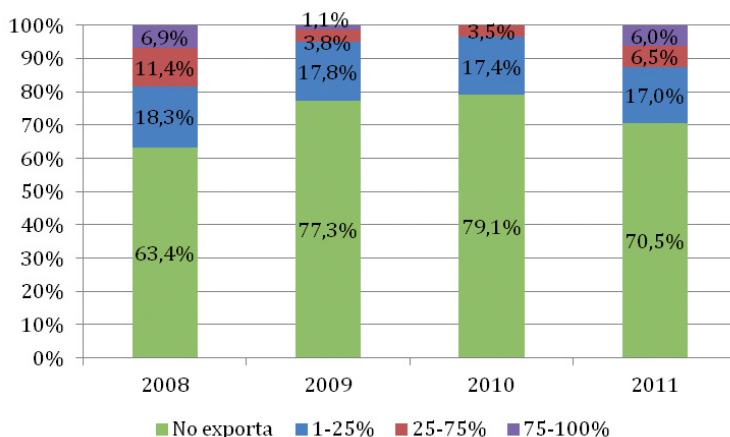
4.8 Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Las distintas Administraciones han venido trabajando durante los últimos años con el fin de lograr una mayor internacionalización de las PYMES españolas, de modo que éstas puedan incrementar su actividad en el extranjero. 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 exportan desde el inicio no es frecuente, al depender en gran medida del sector escogido para operar.

La Figura 4.15 muestra la propensión a la exportación de las iniciativas emprendedoras aragonesas entre el 2008 y el 2011. 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%. Sin embargo, esta tendencia parece haberse invertido en 2011, cuando las iniciativas no exportadoras se redujeron 9 puntos, hasta el 70,5%, mientras que las empresas con elevada vocación exportadora aumentan hasta el 11,5%.

Figura 4.15

Actividad exportadora de las iniciativas emprendedoras

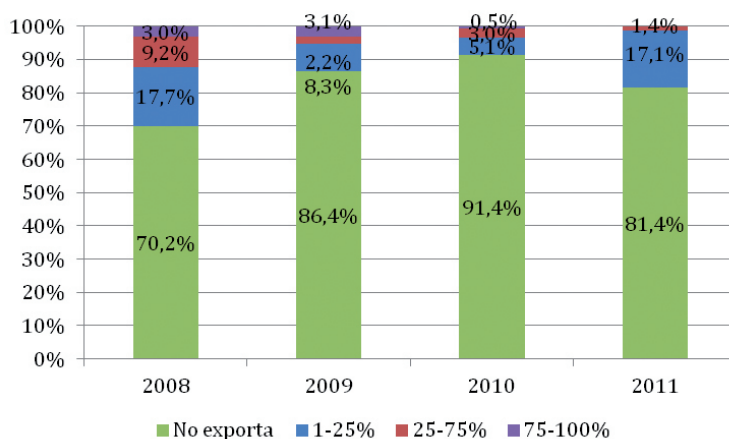


La Figura 4.16, por su parte, muestra la propensión a la exportación de las iniciativas consolidadas. Al igual que en el caso de las iniciativas emprendedoras, entre 2008 y 2010 se redujo el nivel de exportaciones de las iniciativas consolidadas y en 2011 se produjo un cierto repunte (esto no se observa en los datos nacionales, en donde en el último año se ha intensificado la disminución del número de empresas exportadoras tanto entre las que están en fase emprendedora como entre las consolidadas), lo que confirma la mayor apertura hacia los mercados exteriores que tradicionalmente han mostrado las empresas aragonesas.

En cualquier caso, la Figura 4.16 deja patente que las iniciativas consolidadas, en contra de lo que sería de esperar, exportan menos que las iniciativas emprendedoras.

Figura 4.16

Actividad exportadora de las iniciativas consolidadas



4.9 Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

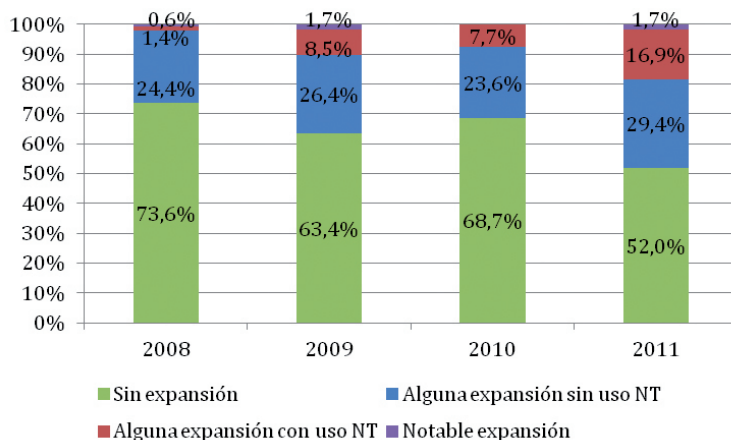
En función de los resultados obtenidos sobre las características de las iniciativas emprendedoras, el equipo técnico GEM calcula un valor que pretende aproximar cuál será la expansión potencial en el mercado. Los resultados obtenidos en 2011 para las iniciativas emprendedoras en España mejoran, aumentando la proporción de aquellas que esperan una notable expansión en su mercado o alguna expansión gracias a las nuevas tecnologías. El resultado se corresponde con las mejoras registradas en cuanto a innovación, competencia y uso de nuevas tecnologías en esta parte del proceso emprendedor. En cambio, en la parte correspondiente a las empresas consolidadas sigue disminuyendo el porcentaje de las que esperan una notable expansión y solo mejora el de aquella que esperan alguna expansión gracias al uso de nuevas tecnologías (ver informe GEM España 2011).

En la Figura 4.17 se 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. Aunque de forma errática, el gráfico parece mostrar un aumento en las expectativas de expansión de los emprendedores. Así, el porcentaje de iniciativas que no esperan expansión baja del 73,6% al 52%, el de empresas que esperan alguna expansión aumentan del 25,8% al 46,3% y las que esperaban una notable expansión aumentaron del

0,6% al 1,7%. Esta tendencia creciente en los porcentajes de iniciativas que esperan alguna y notable expansión coincide con la observada para el promedio nacional, en donde las iniciativas emprendedoras en 2011 aumentaron gracias al uso de nuevas tecnologías. Este resultado, tal y como se explica en el informe GEM España 2011, se corresponde con las mejoras registradas en cuanto a innovación, competencia y uso de nuevas tecnologías en esta parte del proceso emprendedor.

Figura 4.17

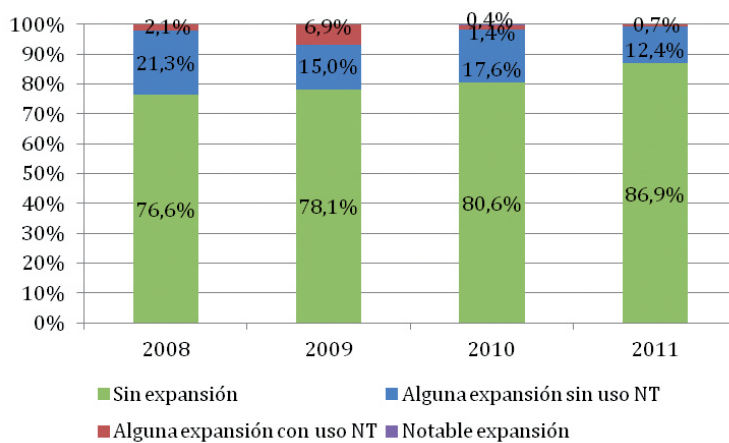
Expansión esperada por las iniciativas emprendedoras



Por último, la Figura 4.18 muestra la expansión esperada por las iniciativas consolidadas. En este caso, la tendencia parece ser la opuesta a la de las iniciativas emprendedoras. Se puede observar un crecimiento moderado pero estable en el porcentaje de emprendedores consolidados que no esperan expansión, que pasaron de representar el 76,6% en 2008 a representar el 86,9% en 2011. Por su parte, los emprendedores que esperaban algún crecimiento disminuyeron de forma estable durante el periodo, pasando de sumar el 23,3% de los emprendedores consolidados a suponer solamente el 13,1% de las iniciativas. Es reseñable que sólo en 2010 algunos emprendedores esperaban notable expansión (0,4%), aunque al año siguiente no se observa esta expectativa. Si volvemos a comparar de manera sucinta estos resultados con los obtenidos a nivel nacional observamos como, al igual que en Aragón, sigue disminuyendo el porcentaje de las empresas consolidadas que esperan una notable expansión mientras que, por el contrario, sólo mejora el de aquellas que esperan una notable expansión gracias al uso de nuevas tecnologías.

Figura 4.18

Expansión esperada por las iniciativas consolidadas



CAPÍTULO 5

**LA FINANCIACIÓN DEL PROCESO
EMPREENDEDOR EN ARAGÓN**

5.1. Introducción

La financiación es una de las condiciones del entorno cuyo estado más condiciona la magnitud y características de la actividad emprendedora. La crisis financiera está dificultando el acceso al capital por parte de los emprendedores y, por consiguiente, la puesta en marcha de iniciativas ambiciosas. La actividad emprendedora es capaz de crecer en magnitud, y así lo demuestran los indicadores TEA de países en los que cerca de la mitad de la población emprende. Sin embargo, la calidad e impacto económico de las iniciativas creadas por la necesidad de subsistencia no es la misma que las de aquellas que surgen a raíz de una innovación y que pueden captar nuevos mercados o renovar el interés en otros ya maduros. En Aragón, al igual que en España, la dificultad para obtener capital se está agudizando año tras año desde el inicio de la crisis y, sin embargo, en el año 2011 asistimos a un incremento del TEA. El análisis de las necesidades de financiación de las iniciativas en fase naciente explica, como se verá a continuación, cómo una parte significativa de ese emprendimiento responde a un perfil modesto, con necesidades de capital semilla discretas y que, sin embargo, cada vez necesitan más participación ajena para su abordaje, ya sea a través de crédito, subvenciones o aportaciones informales.

La estructura que se sigue en este capítulo es la siguiente. En primer lugar, se analizan las necesidades de capital en la puesta en marcha de una empresa y se analiza cómo ha evolucionado la parte de dicho capital aportada por el emprendedor. Tras esto se cuantifica la importancia del inversor informal, es decir, de aquel individuo que invierte en proyectos empresariales de terceros y se caracteriza al inversor privado en negocios ajenos.

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

Tal y como se muestra en las Tablas 5.1 y 5.2, las iniciativas nacientes puestas en marcha antes de julio de 2011 necesitaron una media de capital semilla de 117.304 euros, frente a los 219.479 euros de 2010, lo que supone un descenso de casi un 47%. Sin embargo, este dato está afectado por la puesta en marcha de algunas iniciativas atípicas que han requerido inversiones de capital elevadas (de hasta 1.200.000 euros), por lo que no resulta representativo de la realidad de la mayoría de los emprendimientos. Así, dada la enorme variabilidad de la media, es más realista atender a la mediana como indicador de tendencia central. Esta cifra se ha situado durante los años 2010 y 2011 ligeramente por encima de los 30.000 euros. Por su parte, la inversión más frecuente o

moda, es de 3.000 euros en 2011, quince mil menos que en el año anterior y setenta y siete mil menos que en 2009. Las iniciativas son, por consiguiente, mucho menos ambiciosas que las de los últimos años, salvo las comentadas excepciones.

Tablas 5.1.

Características y distribución del capital semilla en 2010

	Capital semilla necesario por Start-up (Euros)	Capital semilla aportado por el emprendedor (Euros)	Capital semilla aportado por el emprendedor (% sobre total)
Media	219.479	18.512	65,6
Mediana	33.450	12.165	98,2
Moda	18.000	18.000	100
Desv. típ.	379.764	29.643	45,6
Mínimo	300	150	0,2
Máximo	1.200.000	100.000	100

Tablas 5.2

Características y distribución del capital semilla en 2011

	Capital semilla necesario por Start-up (Euros)	Capital semilla aportado por el emprendedor (Euros)	Capital semilla aportado por el emprendedor (% sobre total)
Media	117.304	37.043	64,5
Mediana	30.248	12.820	50
Moda	3.000	100.000	100
Desv. típ.	261.697	50.079	33,7
Mínimo	2000	10	0,03
Máximo	1.200.000	200.000	100

Por lo que respecta al capital medio aportado por el propio emprendedor, éste se sitúa en ambos años por debajo de la mitad del capital semilla necesario, pues la mediana del mismo es aproximadamente de 12.000 euros (la media está, de nuevo, muy afectada por los casos atípicos). En 2011 la media asciende a 37.000 euros y el valor máximo aportado por el emprendedor a 200.000 euros. Este dato evidencia que se han reducido las necesidades de financiación ajena, pues en 2009 el emprendedor que se situaba en la mediana de la distribución aportaba un total de 30.000 euros.

Si comparamos estas cifras con las del capital semilla del emprendedor nacional (véase el informe GEM España 2011) observamos que

la inversión de capital semilla promedio necesario a nivel nacional es de casi 300.000 euros y que el capital medio aportado por el emprendedor asciende a casi 75.000 euros. Además, la aportación realizada por éste supone, en promedio, el 57% del capital necesario. También, como en el caso aragonés, existen algunas iniciativas atípicas (capital semilla de 60.000.000 euros en uno de los proyectos) por lo que la media no resulta representativa de la realidad de la mayoría de los emprendimientos. En el caso del emprendedor nacional, la mediana del capital semilla es de 30.000 euros y la del capital aportado por el emprendedor de 15.000 euros.

Resulta también de interés destacar que los emprendedores aragoneses están aportando, por término medio, el 64,5% del capital necesario, un porcentaje similar al de 2010 cuando asumían el 65,6% de la inversión. En 2011, sólo un 36,5% del colectivo asume toda la inversión necesaria, habiendo descendido este indicador un 15%. Se trata de cifras similares a las del conjunto nacional, donde en 2011 un 30% de los emprendedores aportan todo el capital, con un descenso del 20% con respecto a 2010.

Por consiguiente, a partir de la información recabada se puede concluir que alrededor de dos de cada tres emprendedores nacientes aragoneses necesita fondos ajenos para poner en marcha su iniciativa. Esta proporción ha aumentado con fuerza en los dos últimos años hasta situarse unos quince puntos porcentuales por encima de la de 2009, año en el que sólo el 49% de los emprendedores requería de fondos adicionales a los de su propia aportación. Dicho incremento pone de manifiesto el peso que tiene el sistema financiero en la creación de empresas y, en consecuencia, el papel que puede desempeñar en la superación de la actual crisis económica. Por supuesto, los emprendedores también deben asumir un papel activo en este proceso, identificando nuevas fórmulas de financiación o detectando oportunidades de negocio innovadoras, con potencial de creación de riqueza y empleo, que sean capaces de atraer niveles de inversión adecuados.

También es importante señalar que el capital medio aportado por aquellos que no ponen el 100% del capital se sitúa en torno al 64% del importe necesario, cifra ligeramente inferior a la estimada los dos años anteriores, con una mediana del 50% y una moda del 100%. Ahora bien, la media de capital de este grupo se sitúa en 37.043 euros, duplicando la media de 2010 que fue de 18.512 euros. La mediana asciende a casi 13.000 euros y la moda a 100.000 euros. Si comparamos estos datos con los de 2010, la mediana adopta valores similares, mientras que la moda aumenta considerablemente.

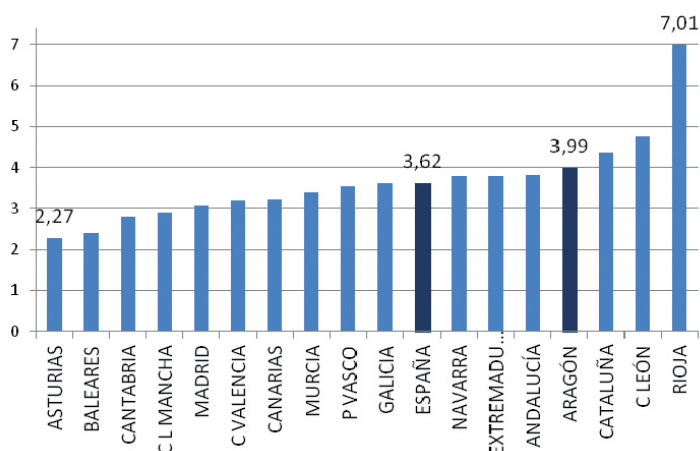
5.3. El papel del inversor informal y del business angel en Aragón y en el entorno GEM

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 dinero en negocios de otros en los tres años anteriores a la entrevista, la cuantía aproximada y la relación que une al inversor con el beneficiario. Los resultados de este ejercicio se presentan en la Figura 5.1.

En el caso de Aragón, un 3,9% de la población adulta ha actuado en 2011 como inversor privado en negocios de otros en los que no tienen participación alguna en su propiedad. El indicador ha aumentado un 1,4%, lo que ratifica que esta fuente de financiación es relevante en un escenario de crisis en el que falta acceso a fondos bancarios y se recortan los fondos públicos disponibles para el emprendimiento en general. De nuevo, puede resultar interesante comparar estas cifras con las del inversor nacional. En 2011, un 3,6% de la población adulta nacional ha actuado como inversor privado. Sin embargo, hay que destacar que mientras en Aragón el aumento con respecto a 2010 es de sólo un 1,4%, para España el aumento ha sido del 11,1%, lo que tal vez sugiere la mayor carencia de fondos públicos estatales.

Figura 5.1.

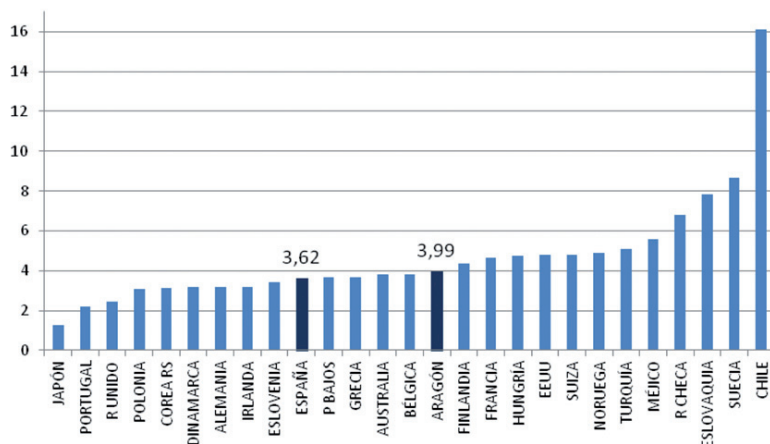
Importancia del *business angel*: regiones españolas



Si se analiza el fenómeno en el contexto de la OCDE (Figura 5.2), Aragón se encuentra en una posición intermedia, al mismo nivel que países como Francia, Finlandia o Bélgica, y por encima de otros como Reino Unido, Alemania o Dinamarca.

Figura 5.2.

Importancia del *business angel*: países OCDE



5.4 Distribución y perfil de los inversores privados en negocios ajenos

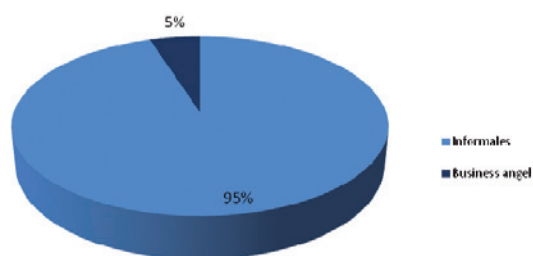
La inversión privada en negocios ajenos se distribuye en Aragón⁷ de tal forma que resulta mucho más elevada la inversión informal (3,8% de la población de entre 18 y 64 años) que la llevada a cabo por *business angels* (0,2% de la población de entre 18 y 64 años). La distinción entre estos dos grupos 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 angels*, suele ser una persona que no tiene una relación 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 la idea, 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.

⁷ En España, los porcentajes son prácticamente iguales a los aragoneses: el 3,3% de la población adulta española realiza inversión privada en negocios ajenos y únicamente el 0,3% es llevada a cabo por *business angels* (véase el informe GEM España 2011)

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 (y en el resto del país) y sus prácticas se van extendiendo pero no han tenido un peso notable hasta el momento.

Figura 5.3.

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



El inversor privado en Aragón que aporta dinero a negocios en los que no tiene participación en la propiedad puede ser con la misma probabilidad un hombre (49,2%) o una mujer (50,8%). La edad media del inversor privado es de unos 41 años de edad, con estudios superiores (55,7% de los casos) y sin formación específica para emprender (54,2%), que trabaja a tiempo completo o parcial (70,1%), cuya renta tiende a pertenecer al tercio superior (37,7% 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 7,9% de estos inversores está involucrado en su propia iniciativa emprendedora y un 15,6% es empresario consolidado. El 89,2% de estos inversores es español, mientras que el 10,8% son extranjeros.

A continuación se ofrece, de forma esquemática, una síntesis de las características del inversor privado aragonés en 2011. La comparación con el inversor promedio del país (no recogida en la tabla) pone de manifiesto que en España el perfil medio corresponde a un hombre (63,1% de los casos), de unos 43 años de edad, con estudios superiores (57,5%) y sin formación para emprender (57,2%), que trabaja a tiempo completo o parcial (69,8%), cuya renta tiende a pertenecer al tercio superior (62,8%) y que reside en un hogar donde conviven habitualmente de 3 personas.

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

El número de hombres y mujeres es muy similar

49,2% son hombres
50,8% son mujeres

Edad media de 41,3 años con una desviación de 12,5

29,6% tiene estudios de nivel bajo
12,3% tiene estudios de nivel medio
55,7% tiene estudios superiores

Situación laboral activa 70,1%
Otro caso 29,9%

Corresponden a un hogar medio de 3 personas

El 37,7 % tiene rentas anuales de 30.000 o más euros

El 45,8% tiene formación específica para emprender

El 7,9% está involucrado en una iniciativa emprendedora

El 15,6 % es propietario o participa en una empresa consolidada

El 7,5% ha abandonado una actividad entre Julio de 2010 y Julio de 2011

El 23% es emprendedor potencial

Ve buenas oportunidades el 17,8%

Tiene habilidades y experiencia para emprender el 67,5%

No teme al fracaso un 56,5%

En cuanto a la comparación del perfil del inversor privado aragonés entre 2010 y 2011, las principales diferencias que se observan son las siguientes:

- En 2011 aumenta la participación femenina en este colectivo.
- Ascende ligeramente la edad media, que pasa de 41,1 años en 2010 a 41,3 años en 2011.
- Disminuye aproximadamente un 7% la proporción de personas con estudios superiores.
- El porcentaje de inversores que tienen una situación laboral activa aumenta un 30%.

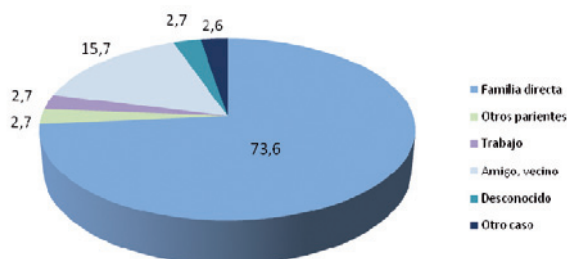
- La distribución de renta de este colectivo sigue tendiendo a concentrarse en los intervalos superiores.
- Disminuye la presencia de emprendedores.
- Aumenta la presencia de empresarios que han abandonado alguna actividad doce meses antes de la encuesta.
- Aumenta de forma muy notable la presencia de emprendedores potenciales.
- Se reduce la proporción de inversores que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses en su zona. Se pasa de 21,3 % a 17,8%.
- Cae la presencia de inversores con habilidades y conocimientos para emprender.
- Cae en ocho puntos porcentuales el porcentaje de inversores que no teme al fracaso: la incertidumbre se eleva.

La relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión es predominantemente de tipo familiar (73,6% de los casos), de forma que la presencia de esta fórmula ha aumentado diez puntos porcentuales con respecto al año 2010. También lo hace la implicación de amigos y la de otros grupos, manteniéndose bastante estable la proporción de los familiares menos cercanos. En cambio, disminuye la colaboración compañeros de trabajo y extraños, lo que es bastante lógico, dada la situación de inestabilidad económica y en donde sólo se invierte en aquellos proyectos que proporcionan cierta confianza. Esta mayor participación de familiares y amigos es más elevada en nuestra Comunidad que la media nacional, donde el porcentaje se reduce al 55,2%.

En cuanto a los importes aportados, la inversión media que realizan las personas involucradas en la financiación de negocios ajenos es de unos 16.637 euros, pero este dato está afectado por casos atípicos, por lo que resulta más representativa la mediana de 6.000 euros, que es exactamente igual a la observada en 2010. La moda o caso más frecuente coincide con la mediana y duplica los 3.000 euros de 2010.

Figura 5.4.

Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión



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 esta edición del 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.

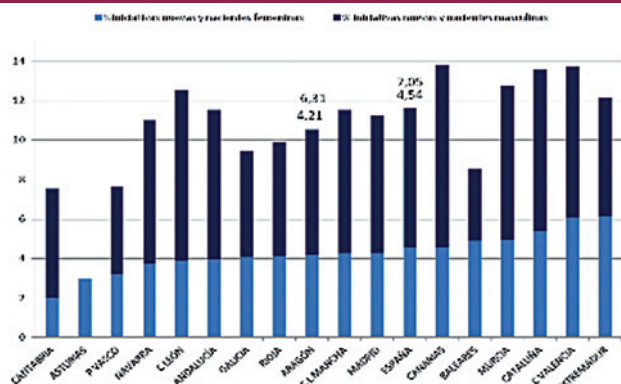
6.2. La actividad emprendedora femenina en Aragón en el contexto nacional e internacional

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 países⁸. En la Figura 6.1 se observa que Aragón ocupa una tasa de iniciativa empresarial femenina del 4,21%, por debajo de la media nacional (4,54%) aunque al comparar el valor de este indicador en las diferentes comunidades se observa que Aragón ocupa una posición intermedia. Al analizar las diferentes comunidades, se observa que Extremadura y la Comunidad de Valencia son las dos regiones con mayor tasa de actividad emprendedora femenina, mientras que Cantabria y Asturias se sitúan en el extremo opuesto.

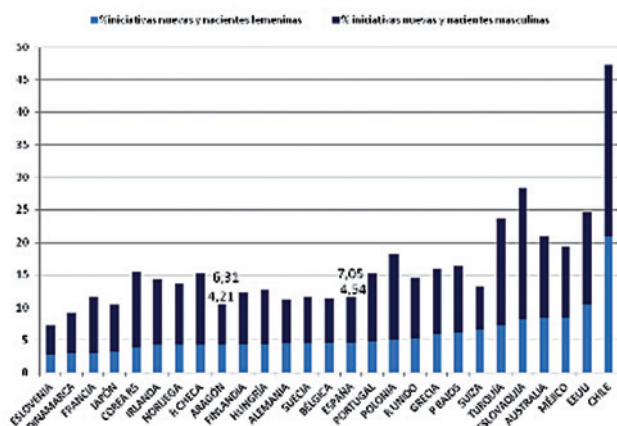
Si la comparación se hace a nivel de países miembros de la OCDE que participan en el proyecto GEM, (Figura 6.2) se puede observar como España se sitúa en una posición intermedia, por delante de países como Alemania, Finlandia y Francia, mientras que Aragón se posiciona en la mitad inferior, aunque por delante de países como Dinamarca, Francia o Japón.

⁸ 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.

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



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



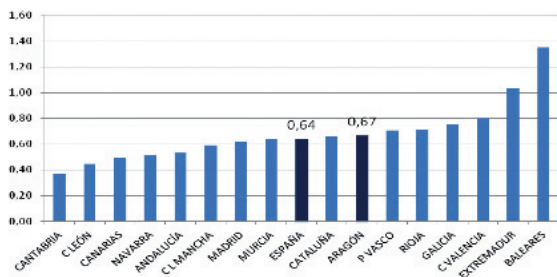
El análisis de la importancia de la mujer en la actividad emprendedora continúa en las Figuras 6.3 y 6.4, donde se considera la ratio actividad femenina sobre actividad masculina a nivel regional y en el contexto de la Unión Europea, respectivamente, de aquellos partícipes en el proyecto GEM.

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 0,67% en el caso de Aragón.⁹ Esta ratio es ligeramente superior al nacional (0,64%), lo que indica que la población femenina aragonesa es más emprendedora que la media y, en particular es superior al valor alcanzado en Comunidades como Cataluña, Madrid, o Navarra.

⁹ 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 6.3

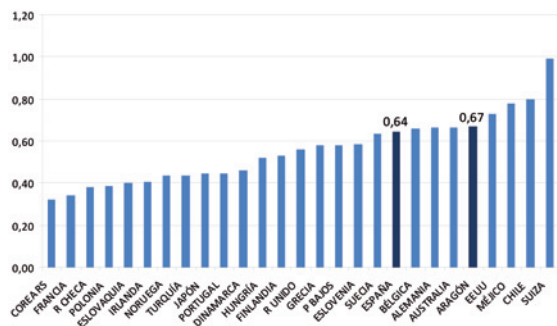
Ratio de actividad femenina sobre masculina a nivel regional



En el marco de la OCDE, tal y como muestra la 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, Chile, México y EE.UU. y por delante de todos los países de la UE. Los países con menor tasa de actividad emprendedora femenina relativa son Corea, Francia y República Checa.

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 propósito de este apartado es caracterizar dichas actividades y compararlas con las masculinas. Los resultados mostrados en la Tabla 6.1 indican que, tanto en 2010 como en 2011, 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 en ninguno de los dos años [($p=0,444 > 0,025$ en 2010 y $p=0,238 > 0,025$ en 2011)].

Tabla 6.1**Tipo de iniciativas en fase emprendedora en función del género**

TIPO DE INICIATIVAS	GÉNERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
2011			
Nacientes (0-3 meses)	45,5%	61,9%	51,9%
Nuevas (3-42 meses)	54,5%	38,1%	48,1%
Total (0-42 meses)	100%	100%	100%
2010			
Nacientes (0-3 meses)	36,4%	45,2%	40%
Nuevas (3-42 meses)	63,6%	54,8%	60%
Total (0-42 meses)	100%	100%	100%

En cuanto a la dimensión de las iniciativas, el número medio de propietarios que son hombres supera al número medio de mujeres en ambos años, 2010 y 2011. Tal y como muestra la Tabla 6.2 esta diferencia se acentúa en 2011. De nuevo, no se observan diferencias estadísticamente significativas por género ($p=0,902 > 0,05$ en 2010 y $p=0,277$ en 2011). En cuanto al número de personas empleadas en las iniciativas empresariales llevadas a cabo por hombres o por mujeres en 2011, la observación de la Tabla 6.3 permite afirmar que el número de trabajadores no es muy diferente en los proyectos liderados por uno u otro colectivo. La iniciativa masculina se caracteriza por la creación de un mayor número de puestos de trabajo en las categorías situadas entre 1 y 5 empleados y de 6 a 19 empleados respectivamente, mientras que la iniciativa femenina supera a la masculina en la creación de puestos de trabajo en la categoría de más de 20 empleados. En línea con los resultados anteriores, estas diferencias no resultan estadísticamente significativas ($p = 0,366 > 0,025$). En 2010 los hombres crean más puestos de trabajo en las categorías de 6 a 9 empleados y de más de 20 empleados, siendo las mujeres las que destacan en la categoría de 1 a 5 empleados. Al igual que en 2011 las diferencias no son significativas ($p = 0,276 > 0,025$).

Tabla 6.2**Número de propietarios en función del género**

NÚMERO DE PROPIETARIOS	GÉNERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
2011			
Media de propietarios	1,84	1,51	1,71
2010			
Media de propietarios	1,68	1,72	1,69

Tabla 6.3**Número de empleados actual de las iniciativas emprendedoras masculinas y femeninas**

NÚMERO DE EMPLEADOS	GÉNERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
2011			
Sin empleados	62,5%	66,7%	64,4%
1-5 empleados	31,3%	26,7%	28,9%
6-19 empleados	6%	0%	4,4%
20 o más empleados	0%	6,7%	2,2%
TOTAL	100%	100%	100%
2010			
Sin empleados	47,1%	54,2%	50,0%
1-5 empleados	38,2%	45,8%	41,4%
6-19 empleados	12%	0%	6,9%
20 o más empleados	3%	0%	1,7%
TOTAL	100%	100%	100%

Si centramos el análisis en la dimensión que se espera alcanzar una vez transcurridos cinco años (Tabla 6.4), tampoco se perciben diferencias relevantes por razón de género. En los dos años considerados, las mayores tasas de crecimiento se esperan en el tramo de 1 a 5 trabajadores. En cualquier caso, las diferencias no son estadísticamente significativas ($p = 0,397 > 0,025$ en 2010 y $p = 0,207 > 0,025$ en 2011).

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

NÚMERO DE EMPLEADOS	GÉNERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
2011			
Sin empleados	10,3%	30,8%	16,7%
1-5 empleados	62,1%	61,5%	61,9%
6-19 empleados	17.2%	0%	11,9%
20 o más empleados	10%	7,7%	9,5%
TOTAL	100%	100%	100%
2010			
Sin empleados	48,6%	36%	43,3%
1-5 empleados	37,1%	60%	46,7%
6-19 empleados	6%	4%	5%
20 o más empleados	9%	0%	5%
TOTAL	100%	100%	100%

Los análisis realizados conducen a las siguientes conclusiones en cuanto a las características de las iniciativas emprendedoras debidas a promotores de ambos sexos. En principio, no se observan diferencias significativas por razón del género en cuanto al sector escogido para emprender, siempre hablando de las cuatro grandes categorías: extractivo, transformador, servicios y orientado a consumo ($p = 0,388$ en 2011 y $p=0,236$ en 2010).

Tampoco se advierten diferencias significativas en el grado de innovación en producto o servicio ($p=0,902$ en 2011 y $p=0,462$ en 2010), ni en el grado de competencia que afrontan las iniciativas ($p=0,496$ en 2011 y $p=0,628$ en 2010), ni en el uso de nuevas tecnologías ($p=0,087$ en 2011 y $p=0,266$ en 2010). Tampoco se observan diferencias en la proporción de iniciativas emprendedoras en sectores de base tecnológica ($p=0,599$ en 2011 y $p=0,931$ en 2010) ni en el grado de internacionalización ($p=0,415$ en 2010 y $p=0,029$ en 2011).

En general, se puede decir que las actividades emprendedoras promovidas por emprendedores de ambos sexos son muy parecidas en Aragón 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; sin embargo, en Aragón se aprecian algunas excepciones. En este apartado se resumen los datos obtenidos al comparar las características socio-demográficas de hombres y mujeres emprendedoras en la Comunidad Autónoma.

En 2010 la mujer emprendedora aragonesa tiene una edad media de 36,95 años, inferior a la del hombre (40,87 años). La diferencia es estadísticamente significativa ($p=0,083$). En 2011, la edad media de la mujer emprendedora aumenta (39,37) y la del hombre disminuye ligeramente (39,98). En este año no se aprecian diferencias significativas ($p=0,829$).

No existen diferencias significativas en cuanto al nivel de educación en ninguno de los años analizados ($p=0,282 > 0,025$ en 2010 y $p=0,434 > 0,025$ en 2011).

No se producen diferencias significativas para el nivel de renta en 2011 ($p=0,123>0,025$), año en el que las emprendedoras tienden a concentrarse con mayor intensidad que los hombres en las rentas altas. Tampoco en 2010 existen diferencias significativas en el nivel de renta ($p=0,566>0,025$). En este año, tanto hombres como mujeres se concentran en las rentas altas; sin embargo, las mujeres lo hacen con mayor intensidad.

En ambos años, tanto las mujeres como los hombres emprendedores viven en un hogar de tamaño medio ligeramente superior a los 3 miembros.

En 2010 y 2011 las mujeres aragonesas, al igual que los hombres, son principalmente de nacionalidad española (lo son más del 85% de las mujeres).

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 los emprendedores y de la sociedad aragonesa en general 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 resultados que se detallan en las Tablas 6.5 y 6.6 se encuentran en línea con las conclusiones a las que se llega en los apartados anteriores. Los datos siguen confirmando que, salvo pequeñas excepciones, no existen grandes diferencias significativas 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 (total de encuestados entre 18 y 64 años, Tabla 6.5), como por parte de los empresarios (Tabla 6.6).

En este sentido, los resultados muestran conclusiones similares para ambos colectivos preguntados, tanto en el año 2010 como en el año 2011. Destacar, en todo caso, que en función de los datos analizados los hombres parecen tener una red social emprendedora más amplia que las mujeres, éstos parecen estar mejor preparados y, adicionalmente, el miedo al fracaso también parece ser menor para ellos.

Tabla 6.5

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

2011			
Pregunta	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	31,6%	29,4%	No hay diferencias relevantes entre las redes sociales de hombres y mujeres ($p=0,451$)
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	13,1%	12,4%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres ($p=0,755$)
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	59,8%	47,9%	Proporcionalmente, los hombres se perciben a sí mismos como más preparados para emprender ($p=0,000$)
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	47,5%	56,4%	El miedo al fracaso es superior en el colectivo femenino ($p=0,005$)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	74,6%	76,3%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,562$)
Emprender se considera una buena opción profesional	60,8%	59,6%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,705$)
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	64,4%	62,5%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,541$)
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	42,7%	43,7%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,768$)

2010			
Pregunta	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	32,6%	23,9%	Los hombres tienen una red social emprendedora más amplia que las mujeres (p=0,000)
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	18,0%	20,4%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,192)
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	55,4%	45,9%	Los hombres se perciben a sí mismos como más preparados para emprender (p=0,000)
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	43,0%	53,6%	El miedo al fracaso es superior en las mujeres (p=0,000)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	70,4%	71,0%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,798)
Emprender se considera una buena opción profesional	63,4%	62,3%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,609)
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	63,5%	65,6%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,348)
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	41,6%	41,7%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,937)

Tabla 6.6

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

2011			
Pregunta	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	41,1%	36,2%	No hay diferencias relevantes entre las redes sociales de hombres y mujeres ($p=0,506$)
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	11,2%	15,9%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres ($p=0,374$)
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	93,5%	85,7%	Proporcionalmente, los hombres aparecen más preparados para emprender ($p=0,072$)
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	49,2%	50,0%	El miedo al fracaso es superior en el colectivo femenino ($p=0,915$)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	79,8%	78,1%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,789$)
Emprender se considera una buena opción profesional	67,2%	60,6%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,366$)
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	62,3%	64,1%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,813$)
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	43,3%	40,0%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,662$)

2010			
Pregunta	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	40,3%	41,5%	Los hombres tienen una red social emprendedora similar a la de las mujeres ($p=0,847$)
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	18,0%	15,3%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres ($p=0,597$)
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	93,7%	94,7%	Hombres y mujeres tienen una preparación similar para emprender ($p=0,729$)
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	37,2%	36,8%	El miedo al fracaso es muy parecido en ambos colectivos($p=0,957$)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	69,4%	64,8%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,461$)
Emprender se considera una buena opción profesional	55,1%	59,5%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,536$)
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	53,7%	52,9%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,906$)
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	36,8%	39,8%	La opinión es similar entre hombres y mujeres ($p=0,660$)

6.6. El estado del entorno para la actividad emprendedora femenina

La encuesta realizada a los expertos españoles que participan en el GEM pretende, entre otras cosas, conocer su opinión acerca del grado de apoyo a la actividad emprendedora femenina, tanto a nivel cultural 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 2010 y 2011, 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 el contrario, la afirmación que recibe más apoyo por los expertos 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 en el 2008

Afirmación	Promedio de valoración de los expertos (1=completamente falso – 5=completamente cierto)	
	2010	2011
En mi país, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después haber fundado una familia	2,36	2,45
En mi país, crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer	3,00	3,12
En mi país, las mujeres son alentadas a ser autoempleadas o a crear una empresa	3,03	3,05
En mi país, las mujeres son expuestas a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres	3,30	3,17
En mi país, las mujeres tienen la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa	4,52	4,67

CAPÍTULO 7

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



La decisión de poner en marcha una iniciativa emprendedora no es fácil y depende de 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 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 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 y la capacidad para percibir las en el entorno.
- El apoyo social y mediático a la figura del emprendedor, que sea capaz de reconocer, respetar y fomentar su proliferación.
- La existencia de medidas y programas gubernamentales que le permitan tener la posibilidad de 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 española 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 incluidos en 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. En todo caso, conviene destacar que la valoración de los expertos sobre la capacidad de los emprendedores no puede ser calificada como positiva y, en el caso de Aragón, las opiniones de éstos son ligeramente más negativas que para la

media nacional. Finalmente, el último apartado sitúa a Aragón en los contextos nacional e internacional en cuanto a la percepción de oportunidades, la capacidad para emprender y el apoyo social a las iniciativas emprendedoras.

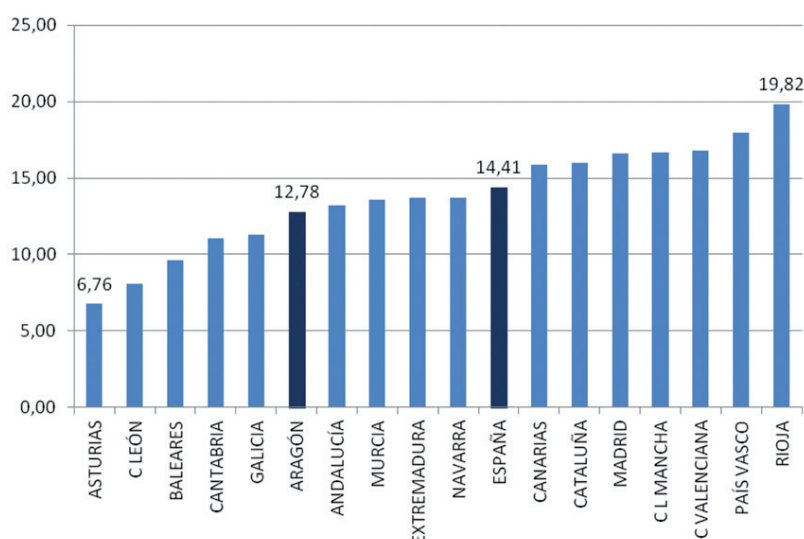
7.1. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón

El objetivo de este primer 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 2011 (Figura 7.1) fue del 12,78%, cifra que se sitúa casi dos puntos por debajo de la media nacional (14,41%).

La Figura 7.1. permite, además, comparar nuestra comunidad con el conjunto de regiones españolas. Como se puede observar, Aragón ocupa una posición intermedia detrás de comunidades como La Rioja, País Vasco o Navarra y por encima de Asturias, Castilla y León, Baleares, Cantabria y Galicia. Es importante destacar que, en este caso, las diferencias entre regiones son elevadas, superando los 10 puntos porcentuales si hacemos referencia a los extremos de la distribución.

Figura 7.1.

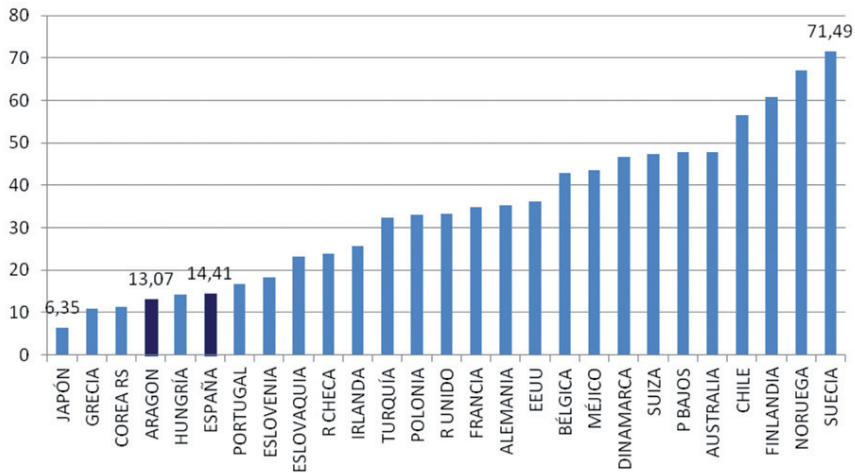
Comparación regional del porcentaje de población entre 18 y 64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región



A nivel internacional, 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 sólo se sitúa por delante de Japón, Grecia y Corea del Sur. Deben destacarse en esta comparación los países que ocupan los primeros puestos de la clasificación, como Suecia, con un 71,49% de ciudadanos que percibe buenas oportunidades, o Noruega, con un 67,07%. En esta comparativa a nivel internacional es importante notar la enorme disparidad existente entre países, que resulta mucho más elevada que la que se observaba entre las diferentes comunidades españolas. Sirva como ejemplo que, entre los dos extremos de la clasificación (Suecia y Japón) hay 65 puntos porcentuales de diferencia.

Figura 7.2.

Comparación del porcentaje de población entre 18 y 64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región en 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). Los valores que se desprenden de las opiniones emitidas por los expertos en Aragón no distan, en lo sustancial, de los observados para los expertos del resto del país. Si entramos en los detalles, la mayor puntuación surge al considerar la existencia de mejores oportunidades empresariales en relación al grueso de personas que podrían explotar dichas oportunidades. Sin embargo, se muestran más críticos con las facilidades que se ofrecen o existen a la hora de explotar las posibles oportunidades empresariales (aunque la valoración

sobre este aspecto es también similar a la que se ofrece para España). Los datos también revelan que no hay consenso en torno a si los últimos 5 años han mejorado las oportunidades para crear empresas. Al mismo tiempo, no parecen darse las circunstancias para crear empresas de rápido crecimiento ni, en general, para dedicarse a explotar oportunidades empresariales.

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	ARAGÓN	ESPAÑA
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente para explotarlas	2,80	2,83
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	2,70	2,80
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,45	2,60
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,15	2,38
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	1,90	1,94

7.2. 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 y sobre la 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 también similar a la ofrecida por los entrevistados en otras comunidades.

La Tabla permite concluir que Aragón posee una valoración ligeramente superior a la media nacional en el porcentaje de población que afirma tener los conocimientos y habilidades para poner en marcha un negocio, en la preferencia de un nivel de vida similar para toda la población y en el conocimiento de emprendedores. Por el contrario, las cifras son levemente inferiores a las nacionales en lo que se refiere a la consideración profesional o social del emprendimiento o la percepción general sobre la cobertura de los medios de comunicación. De la información

que se recoge en la Tabla 7.2 también merece destacarse que la población española en general y la aragonesa en particular tienen una opinión favorable respecto a la actividad emprendedora: más de la mitad de los entrevistados considera que la actividad empresarial es una buena elección profesional.

Tabla 7.2.

Entorno social: la motivación para emprender en la población aragonesa (porcentaje de respuestas afirmativas, 2011)

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	ARAGÓN	ESPAÑA
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	30,6	28,1
Tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha una iniciativa de negocio pequeña	54,1	50,8
El miedo al fracaso NO sería un obstáculo para emprender	51,8	52,2
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	75,5	71,9
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	60,1	66,6
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	63,6	67,5
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	43,3	46,5

De igual modo que cuando se consideraban las oportunidades en el apartado anterior, 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 para Aragón dibujan un panorama que podría calificarse como favorable. Además, aunque los resultados para Aragón no distan en demasía de los nacionales, sí resultan algo superiores en la mayoría de los casos, salvo en la cuestión que aborda si los empresarios de éxito gozan de reconocimiento y prestigio social. Los porcentajes para Aragón son más elevados que los de España cuando se pregunta sobre el eco que los empresarios de éxito tienen en los medios de comunicación, sobre si los empresarios son individuos competentes e ingeniosos y sobre la creación de empresas como una forma de hacer fortuna. 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 2,60 en una escala de cinco puntos).

Tabla 7.3.**Evaluación media de expertos aragoneses sobre factores que influyen en la motivación para emprender**

1=Totalmente Falso a 5=Totalmente Cierto	ARAGÓN	ESPAÑA
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,50	3,56
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,35	2,97
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	2,85	2,78
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,83	2,58
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,60	2,42

Respecto a la valoración de los expertos sobre la capacidad de nuestra población para emprender nuevas actividades (Tabla 7.4), las opiniones tampoco distan mucho de las obtenidas a nivel nacional. Los expertos 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 1,95 sobre 5, aunque la puntuación sobre esta cuestión es incluso inferior para el conjunto del país (1,69).

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

1=Totalmente Falso a 5=Totalmente Cierto	ARAGÓN	ESPAÑA
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,50	2,44
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,33	2,37
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,15	2,17
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,03	1,92
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,95	1,69

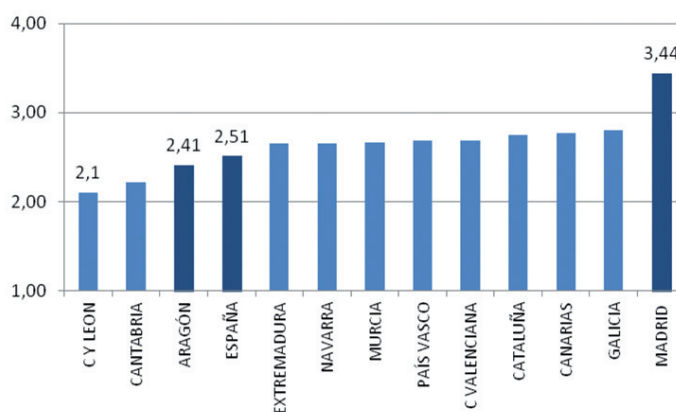
7.3. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender

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 comparativa a nivel nacional, las Figuras 7.3 y 7.4 muestran la valoración media de los expertos entrevistados en las diferentes Comunidades Autónomas sobre la existencia de oportunidades para emprender actividades empresariales.¹⁰

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. Sólo Madrid obtiene una valoración por encima de lo que parece un patrón medio. La Figura 7.4 extiende la comparación anterior a los países de la OCDE y muestra tanto a Aragón como a España en puestos rezagados de la clasificación y donde Suecia, Países Bajos o Suiza ocupan los primeros puestos.

Figura 7.3.

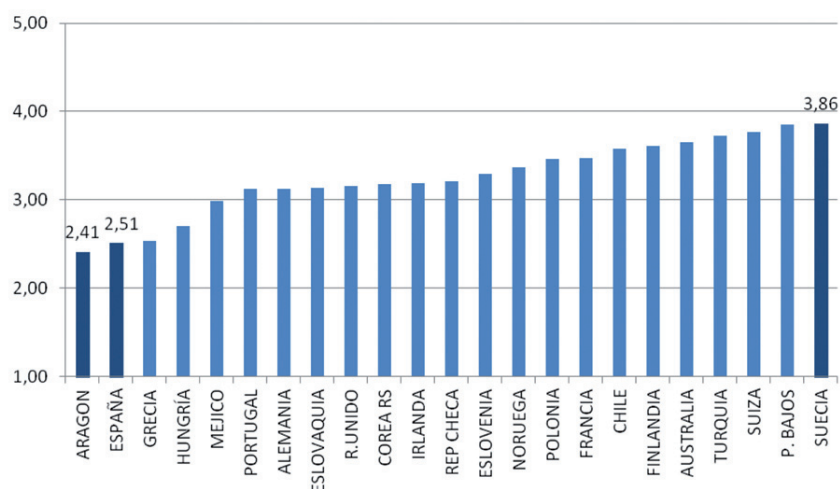
Percepción de los expertos en relación con la existencia de oportunidades para emprender a nivel nacional



¹⁰ 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 para disponer de una radiografía adecuada de todo el país, no ocurre así con las opiniones de los expertos.

Figura 7.4.

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



Las Figuras 7.5. y 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, la posición de Aragón es intermedia tanto a nivel nacional como a nivel de los países de la OCDE. En esta dimensión, son países como Suecia, Países Bajos o Irlanda los que encabezan la clasificación en cuanto a la valoración de los expertos sobre la posesión de conocimientos y habilidades para emprender en la población.

Figura 7.5.

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

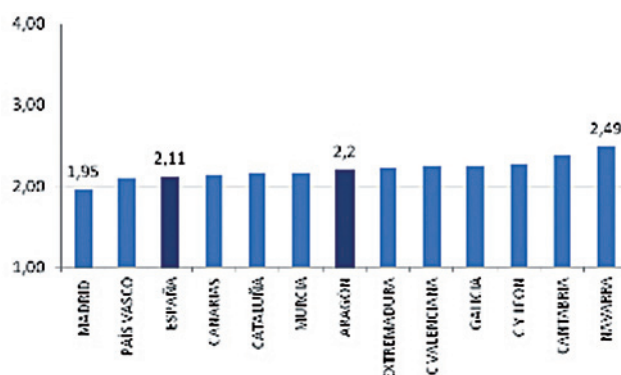
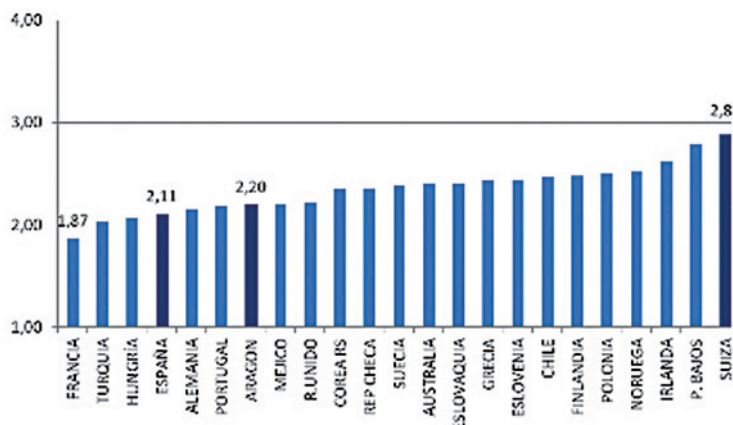


Figura 7.6.

Percepción de los expertos en relación con la existencia de conocimientos y habilidades en la población para emprender, 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 del mismo, alcanzando la valoración de los expertos un valor de 3,06 y situándose por encima de la media nacional. A nivel internacional, los datos revelan que Aragón ocupa una posición intermedia. En este caso, Turquía, Irlanda, Países Bajos y Australia ocupan las cuatro primeras posiciones en cuando a mayor percepción del apoyo social a la figura del emprendedor dentro del grupo de países de la OCDE.

Figura 7.7.

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

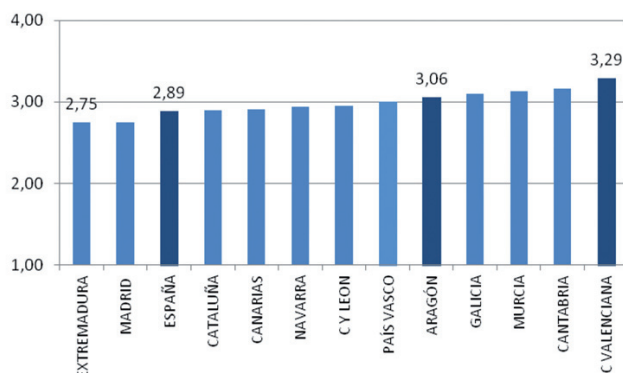
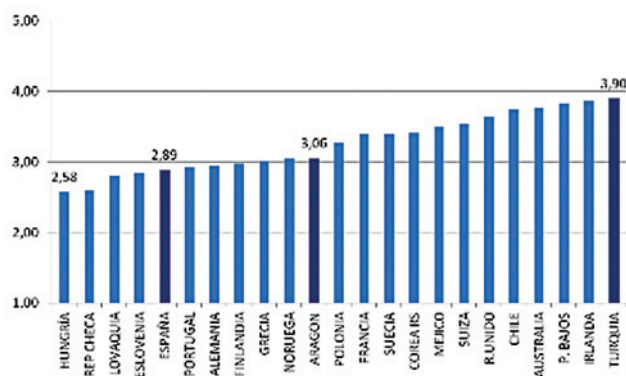


Figura 7.8.

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



7.4. 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 2011 y su evolución con respecto a los años anteriores.

Tabla 7.5.

Evolución temporal de las valoraciones de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales

Oportunidades en Aragón	2011	2010	2009	2008
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	2,70	2,80	2,84	3,21
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,80	2,64	2,74	3,23
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,45	2,85	2,74	3,82
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	1,90	2,20	2,08	2,36
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,15	2,20	2,14	2,66

Capacidad emprendedora en Aragón	2011	2010	2009	2008
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,95	1,98	1,87	1,95
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,50	2,95	2,62	2,51
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,03	2,00	2,05	2,03
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,15	2,34	2,36	2,36
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,33	2,51	2,23	2,28
Mecanismos de motivación en Aragón	2011	2010	2009	2008
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,83	3,00	2,97	3,26
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,60	2,63	2,56	2,55
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,50	3,49	3,49	4,00
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,35	3,29	3,49	3,82
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	2,85	2,88	2,74	3,37
Normas sociales y culturales	2011	2010	2009	2008
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal	2,73	3,00	3,03	3,31
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	2,55	2,66	2,85	3,03
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,08	1,98	2,13	2,36
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,38	2,44	2,41	2,67
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo, más que la comunidad el responsable de gestionar su propia vida	2,83	2,73	2,67	2,69

En líneas generales y en sintonía con la situación de crisis por la que atraviesa el país, los expertos valoran con más escepticismo que en años anteriores que haya muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas. En paralelo, creen que hay más oportunidades que personas con preparación para explotarlas. Este año desciende su valoración en cuanto a que las oportunidades hayan seguido aumentando mucho en los últimos 5 años y también lo hace su valoración en cuanto

a la existencia de oportunidades para lanzar empresas con alto potencial de crecimiento.

En cuanto a la capacidad emprendedora de la población, no consideran que el estado de conocimientos y habilidades emprendedoras para dirigir pequeños negocios sea el adecuado, y aún menos para hacerlo en negocios de alto potencial de crecimiento. Asimismo, no creen que haya mucha gente con experiencia ni capacidad de organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de negocios, ni para reaccionar de forma rápida frente a las buenas oportunidades que pueda presentar el mercado.

Respecto a los mecanismos de motivación, consideran que los empresarios de éxito gozan de reconocimiento y prestigio social, que los medios de comunicación difunden suficientemente noticias sobre emprendedores de éxito, pero no consideran que en estos momentos ser empresario constituya una forma de conseguir fortuna ni una opción profesional deseable.

Por último, los expertos no reconocen que las normas sociales y culturales apoyen y valoren el éxito conseguido por el esfuerzo personal, ni que enfatizen la autonomía, la autosuficiencia o la iniciativa personal. Tampoco creen que las normas sociales y culturales estimulen la asunción de riesgo empresarial ni que estimulen la creatividad y la innovación.

CAPÍTULO 8

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



El proyecto GEM recaba información sobre el proceso emprendedor a partir de dos fuentes fundamentales: la población adulta de la región y un grupo de expertos elegidos en función de su experiencia y conocimiento acerca de diferentes aspectos del entorno que influyen en el proceso emprendedor. En los capítulos anteriores se ha analizado fundamentalmente la información obtenida a partir de las encuestas realizadas a la población adulta. Por lo que respecta a las opiniones manifestadas por los expertos, es cierto que en los capítulos 6 y 7 ya se anticipan algunos resultados, pero es ahora cuando se analizan las principales conclusiones que se obtienen de la información proporcionada por este grupo.

En los dos años considerados en este informe, el equipo regional de Aragón ha contado con la participación de un total de 41 expertos en el año 2010 y 40 en 2011. Con independencia de su ámbito de especialización, cada uno de ellos expresa su opinión acerca de todos los factores analizados. También se les solicita que identifiquen cuáles son los principales obstáculos y apoyos al proceso emprendedor y que realicen posibles sugerencias para favorecer el desarrollo de la actividad emprendedora.

La encuesta a los expertos es una herramienta de investigación de carácter más subjetivo que la encuesta a la población adulta. En las respuestas, los entrevistados utilizan escalas de Likert de cinco puntos para proporcionar sus valoraciones añadiendo a esta información explicaciones textuales sobre obstáculos y apoyos al emprendimiento, así como recomendaciones para mejorar el marco en que se desenvuelven los emprendedores.

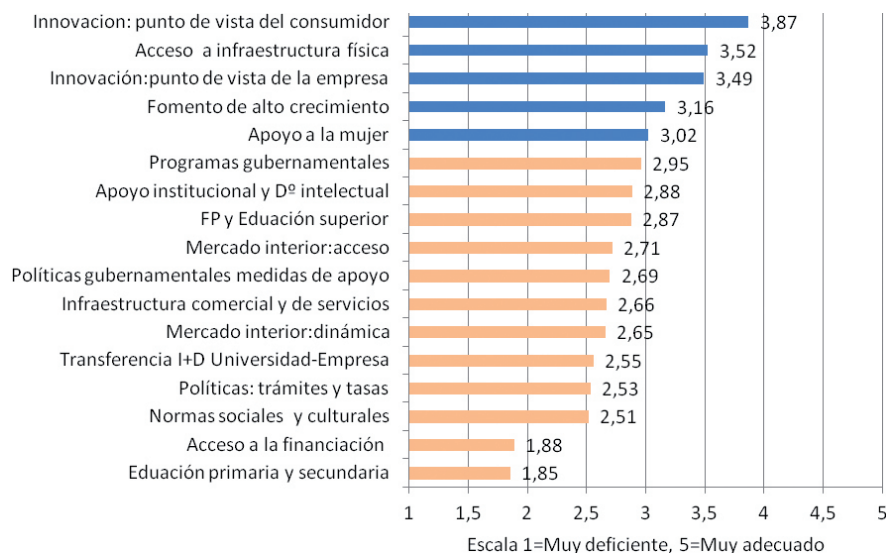
8.1. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora

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. La opinión más favorable es la relacionada con la innovación desde el punto de vista del consumidor (en el Informe de 2009 se situaba en segundo lugar con una valoración de 3,43). Vemos que también el acceso a la infraestructura física y la innovación desde el punto de vista de la empresa resultan ser algunos de los factores del entorno más valorados (en la edición anterior, ocupaban la primera y tercera posición con un 3,57 y 3,18, respectivamente). En definitiva, a

pesar del cambio en las circunstancias en las que se desarrollan la actividad económica, podemos concluir que sus principales determinantes apenas se han visto alterados.

Figura 8.1.

Valoración de los expertos: factores del entorno



Otros factores que también superan el valor intermedio de 3 son el apoyo a la mujer emprendedora y las políticas de fomento del alto crecimiento. Sin embargo, algunos factores que en años anteriores conseguían el aprobado, como la infraestructura comercial y de servicios (2,66 este año frente a 2,96 del año 2009) y los programas gubernamentales (2,95 frente a 3,07), consiguen este ejercicio una menor puntuación.

En el extremo opuesto (principales carencias del entorno), nos encontramos con la educación y formación escolar, que sigue siendo el elemento peor valorado (1,85 este año, 1,67 en la pasada edición), junto con el acceso a la financiación (1,88 frente a 2,31). Ambos factores muestran una valoración claramente inferior al resto. Las políticas gubernamentales en cuanto a trámites y tasas, la transferencia tecnológica de I+D o la dinámica del mercado interior, son también condiciones de entorno con valores bastante bajos.

La Tabla 8.1 permite comparar la evolución de las valoraciones medias que hacen los expertos aragoneses de las condiciones del entorno desde el año 2008.

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

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

Como podemos observar, en 2009 existían 6 condiciones de entorno valoradas positivamente, siete en 2010 y únicamente 5 en 2011, con mejora sólo en tres de ellas. Asimismo observamos un retroceso leve en la mayoría de las variables. Esto nos hace pensar que los expertos han valorado peor la situación del entorno para emprender durante 2011 que la que percibían el año anterior.

Para matizar el resumen anterior, la Tabla 8.2 muestra las opiniones de los expertos acerca del origen de los obstáculos principales a la actividad emprendedora. Como puede apreciarse, el acceso a la financiación sigue ocupando la primera posición, inamovible desde 2009. En esta hipotética clasificación se mantiene en segundo lugar el clima económico, mientras que las normas sociales y culturales y la educación y formación mejoran su posición respecto a 2010. Los tres elementos que menos dificultan la

puesta en marcha de iniciativas empresariales son la transferencia de I+D, la infraestructura comercial profesional y el estado del mercado laboral, clasificación que se mantiene similar en años anteriores.

Tabla 8.2.

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

	Frecuencia	2011	Ranking del año		
			2010	2009	2008
Acceso a la financiación	77,8%	1	1	1	3
Clima económico	30,6%	2	2	5	6
Normas sociales y culturales	30,6%	2	3	3	4
Educación y formación	30,6%	2	3	6	4
Programas gubernamentales	25,0%	3	5	2	4
Capacidad para emprender	22,2%	4	4	7	2
Apertura del mercado	13,9%	5	8	11	5
Políticas gubernamentales	13,9%	5	2	4	1
Acceso a Infraestructura física	11,1%	6	8	9	7
Contexto político, social e institucional	5,6%	7	6	10	6
Composición percibida por la población	5,6%	7	9	12	8
Estado del mercado laboral	2,8%	8	7	8	9
Infraestructura comercial y profesional	2,8%	8	7	9	6
Transferencia de I+D	2,8%	8	8	9	10

En la Tabla 8.3 se identifican los principales apoyos a la creación empresarial en Aragón.

Los programas gubernamentales se siguen percibiendo como fuentes de apoyo para la actividad emprendedora, mientras la valoración que se hace del clima económico mejora de forma sustancial, probablemente porque se perciba por los expertos más como un acicate que como una dificultad en este momento. Esto puede deberse a que algunas consecuencias de la crisis, como la falta de empleo, pueden aumentar la consideración del emprendimiento como alternativa (en el capítulo 2 se constató como la existencia de una oportunidad era el principal motivo para emprender, constituyendo una salida natural al desempleo).

Mejora notablemente su situación, desde la undécima a la tercera posición, la infraestructura comercial y profesional, mientras que se mantienen en cuarto y quinto lugar respectivamente la educación y la formación y el contexto político, social e institucional.

Asimismo, los expertos dan un valor más bajo como fuentes de apoyo a la actividad emprendedora la transferencia de I+D o las políticas gubernamentales, pero apuestan más por la consideración social del empresario. Los elementos de apoyo a la actividad emprendedora menos valorados por los expertos de Aragón son la composición percibida de la población, la apertura del mercado laboral y la capacidad para emprender.

Tabla 8.3.

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

	Frecuencia	Ranking del año			
		2011	2010	2009	2008
Programas gubernamentales	60,6%	1	1	1	1
Clima económico	27,3%	2	5	4	7
Infraestructura comercial y profesional	24,2%	3	11	5	2
Acceso a la financiación	24,2%	3	3	2	3
Educación y formación	18,2%	4	4	3	4
Contexto político, social e institucional	15,2%	5	5	6	6
Normas sociales y culturales	15,2%	5	8	4	5
Acceso a infraestructura física	12,1%	6	6	5	5
Transferencia I+D Universidad-Empresa	12,1%	6	4	3	6
Políticas gubernamentales	9,1%	7	2	5	2
Estado del mercado laboral	6,1%	8	9	6	6
Capacidad para emprender	6,1%	8	10	3	9
Apertura del mercado	6,1%	8	7	7	5
Composición percibida de la población	0,0%	9	12	7	8

Por último, la Tabla 8.4 recoge la clasificación de temas a que se refieren las principales recomendaciones de los expertos para mejorar el entorno de la creación empresarial y que podrían favorecer el proceso emprendedor en Aragón (de nuevo, coinciden con las valoraciones de los expertos nacionales). Resulta significativo que las cuatro primeras posiciones, que aglutinan los mayores porcentajes de menciones por parte de los expertos, se mantengan prácticamente idénticas a lo largo de todo el periodo analizado. Así, los expertos aragoneses consideran que hay que potenciar, principalmente, los programas gubernamentales, el acceso a la financiación, la educación y formación y las políticas gubernamentales.

Tabla 8.4.**Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor**

	Frecuencia	2011	Ranking del año		
			2010	2009	2008
Programas gubernamentales	60,0%	1	4	1	1
Acceso a la financiación	57,1%	2	1	3	2
Educación y formación	51,4%	3	2	2	1
Políticas gubernamentales	28,6%	4	3	4	3
Infraestructura comercial y de servicios	14,3%	5	6	8	4
Normas sociales y culturales	11,4%	6	6	5	6
Estado del mercado laboral	8,6%	7	7	7	9
Acceso a infraestructura física	8,6%	7	7	9	6
Clima económico	2,9%	8	8	10	10
Capacidad para emprender	2,9%	8	8	6	4
Apertura del mercado	2,9%	8	9	8	6
Transferencia I+D Universidad-Empresa	2,9%	8	5	6	5
Contexto político, social e institucional	0,0%	9	5	9	7
Composición percibida de la población	0,0%	10	10	10	8

En cuanto a los elementos que menor preocupación suscitan en nuestros expertos destacan la composición percibida de la población, el contexto político, social e institucional y la transferencia de I+D. En este punto, destacar el descenso experimentado por los dos últimos factores, que en un solo año han pasado de la quinta posición a la décima.

Para acabar este epígrafe, indicar que en la encuesta se permitió a los expertos destacar aquellos factores del entorno (obstáculos, apoyos y recomendaciones) que consideraran importantes para la actividad emprendedora en Aragón. En ese sentido, en la Tabla 8.5 recoge los argumentos mencionados y que no se habían explicitado en el cuestionario realizado.

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

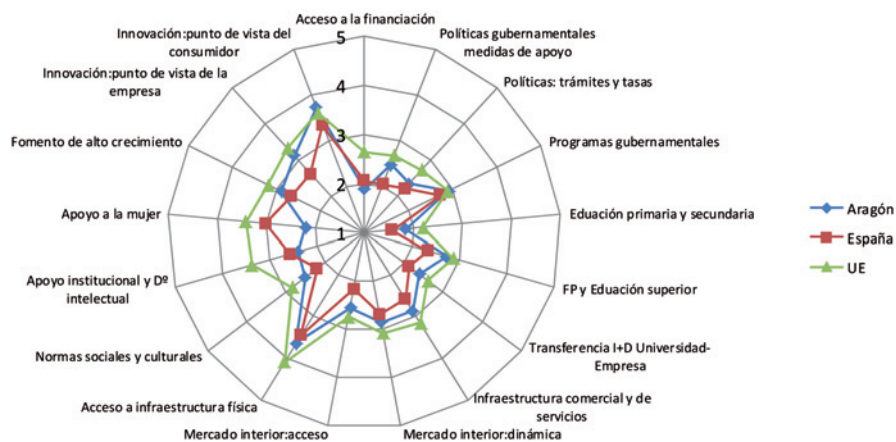
OBSTÁCULOS
1. Temor a la situación económica
2. Falta de motivación del talento emprendedor
3. Falta de cultura emprendedora
4. Poca disposición para asumir riesgos
APOYOS
1. Escasez de empleo por cuenta ajena
2. Políticas de motivación al emprendedor
3. Apoyo a la innovación y la competitividad
4. Programas de atención y asesoramiento al emprendedor
5. Mayor atención y elogios por parte de los medios de comunicación
RECOMENDACIONES
1. Proliferación de viveros de empresas
2. Desarrollo de sociedades de capital riesgo
3. Motivación del talento emprendedor en todo el ámbito educativo
4. Mayor conexión entre la Universidad con la sociedad y el tejido productivo
5. Políticas para mejorar la imagen social del emprendedor

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

La Figura 8.2 recoge la valoración media de los expertos en relación con los factores del entorno, tanto en Aragón como en España y en los países de la UE. En general, los expertos aragoneses son algo más optimistas que sus homólogos de otras comunidades autónomas. Sin embargo, la comparación resulta menos favorable cuando se establece con los expertos de los países de nuestro entorno más próximo. En relación con el promedio nacional, la comunidad aragonesa presenta unas condiciones medias por encima de las nacionales en todos los factores menos en el apoyo a la mujer, el acceso a la financiación y el apoyo institucional y el derecho intelectual.

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

**OTRAS DIMENSIONES DE LA ACTIVIDAD
EMPRENDEDORA: EMPRENDIMIENTO EN LAS
ZONAS RURALES E INTRAEMPRENDIMIENTO**



El informe GEM España analiza algunos aspectos adicionales relacionados con la actividad emprendedora como son el emprendimiento llevado a cabo por inmigrantes, el emprendimiento en el ámbito rural o el desarrollo de nuevas actividades empresariales dentro de la propia organización. La extrapolación de estos análisis al ámbito autonómico, a diferencia de lo que ocurre con GEM España, debe realizarse con cierta cautela, ya que el tamaño de la muestra utilizada en cada Comunidad es sustancialmente inferior a la utilizada en el informe nacional (que aglutina la información proporcionada por las diferentes Comunidades), lo que limita las conclusiones que pueden extraerse en relación con estas dimensiones. En consecuencia, no resulta adecuado dedicar un capítulo al análisis exhaustivo de cada uno de estos fenómenos en particular ya que el error cometido, especialmente al evaluar la información de forma desagregada, puede estar por encima de los límites tolerables.

Sí que conviene reconocer que alguno de estos aspectos presenta un interés destacado en un contexto como el actual, por lo que el objetivo de este último capítulo es analizar, con las oportunas precauciones, dos cuestiones sobre la actividad emprendedora en Aragón que no han sido explícitamente abordadas en los capítulos anteriores, pero que permitirán entender mejor la dinámica emprendedora en nuestra región. Se trata del emprendimiento llevado a cabo en las zonas rurales y de la actividad emprendedora que se desarrolla dentro de las propias empresas –lo que se ha dado en denominar como intraemprendimiento o emprendimiento corporativo.

9.1. Actividad emprendedora en las zonas rurales

La creación de empresas puede tener una mayor contribución social y económica en las zonas rurales en la medida en que ayuda a diversificar el tejido económico. Esta diversificación no sólo permite romper con la elevada concentración de la actividad económica que se observa en muchos de nuestros pequeños municipios, sino que además contribuirá a ampliar el número y variedad de los servicios privados de proximidad, lo que en último término se traduce en una mejora de la calidad de vida de la población rural. Además, la actividad emprendedora en zonas rurales contribuye a retener a la población local y atraer nuevos residentes, evitando la despoblación.

Este fenómeno cobra una especial relevancia en nuestro país, ya que mas del 70% de los municipios que existen en España pueden considerarse como rurales y en ellos reside un volumen de población importante. Si nos centramos en la comunidad aragonesa, las cifras son todavía más contundentes. Téngase en cuenta que, aún adoptando una

aproximación *laxa* para acotar los municipios de carácter urbano, apenas un par de docenas de los 731 municipios que existen en Aragón pueden incluirse dentro de este grupo¹¹ y que a pesar de que una parte importante de la población se concentra en las tres capitales de provincia, aproximadamente un 12% de los aragoneses reside en municipios de menos de 1000 habitantes y casi un 30% lo hace en municipios de menos de 5000 habitantes.

Si analizamos los datos que se desprenden del informe GEM, el primer resultado de interés que se deriva de la observación de la Tabla 9.1 es que la actividad emprendedora, medida a través del índice TEA, es sustancialmente mayor en las zonas rurales que en las urbanas. De este modo, un 7,2% de los aragoneses residentes en zonas rurales estaban en el momento de realizar el estudio de campo involucrados en una actividad empresarial de menos de 42 meses de antigüedad, frente al 4,7% que se observa en las zonas urbanas. Este dato contrasta con el promedio nacional, donde TEA rural y urbano son prácticamente idénticos (5,9% y 5,8% respectivamente). Se trata de un resultado que no debe resultar sorprendente, ya que la elevada tasa de actividad emprendedora en las zonas rurales de nuestro país ha sido detectada e investigada en diversas ocasiones e incluso reconocida por instituciones internacionales como la OCDE.¹²

En consecuencia, podemos afirmar que el motor emprendedor en nuestra región tiene un marcado carácter rural y, a juzgar por la destacada resistencia a la desaceleración emprendedora que muestra este entorno, la importancia del emprendedor rural en la creación de empresas de Aragón tiene visos de continuar. Esta afirmación se ve sustentada por el hecho de que los datos contenidos en la Tabla 9.1, ponen de manifiesto que la tasa de actividades tanto nacientes como nuevas en Aragón es superior en las zonas rurales que en el ámbito urbano, así como la tasa de actividades que se consolidan.

¹¹ A fecha 1 de enero de 2011, únicamente cuatro municipios superan en Aragón los 20.000 habitantes, nueve tienen entre 10.000 y 20.000 habitantes y otros doce entre 5.000 y 10.000. La población de todos los demás se sitúa por debajo de los 5.000 habitantes. En el polo opuesto, 618 municipios aragoneses tienen una población inferior a 1.000 habitantes.

¹² OCDE (2009), Rural Policy Review: Spain, Rural Policy Review Series. París.

Tabla 9.1.**Componentes del proceso emprendedor rural y urbano y su magnitud en el 2011**

	Rural	Urbano	TEA (Naciente + nuevo): Rural: 7,2% Urbano: 4,7%
Emprendimiento potencial	6,7%	7,1%	
Emprendimiento naciente	3,2%	2,6%	
Emprendimiento nuevo	4,0%	2,1%	
Emprendimiento consolidado	21,7%	11,9%	
Cierres	1,9%	2,3%	

Total población involucrada en el proceso emprendedor (naciente+nuevo+consolidado):
Rural: 28,9% Urbano: 16,6%

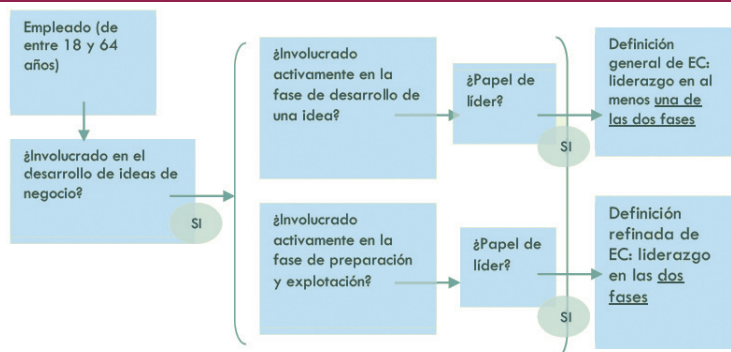
9.2. El emprendimiento corporativo en Aragón

El fenómeno del emprendimiento dentro de las empresas ha recibido una atención creciente en los últimos años. Cada vez es mayor el consenso en el sentido de que a medida que se avanza en el conocimiento de la actividad emprendedora, se confirma el beneficio social y económico de tener una sociedad con espíritu emprendedor en cualquiera de sus vertientes. Si el emprendimiento independiente ya ha demostrado que tiene un elevado impacto económico y actúa, en muchos casos, como motor de la innovación, el emprendimiento corporativo tiene un efecto similar y es tan deseable como el primero. Es por ello que en la edición de 2011, GEM ha tratado de medir el emprendimiento realizado por los empleados dentro de sus organizaciones y, aún con las limitaciones indicadas al comienzo de este capítulo, esta sección trata de ofrecer alguna luz acerca de este fenómeno en la Comunidad Autónoma de Aragón.

Antes de proceder al análisis de la información disponible, conviene indicar que GEM define el emprendimiento corporativo en los siguientes términos: “actividad asociada al desarrollo de nuevas actividades de negocio por parte de los empleados de cualquier empresa o entidad para sus empleadores, en términos de crear un nuevo punto de venta, una filial, el lanzamiento de nuevos productos o servicios o cualquier otra iniciativa de carácter emprendedor”. La Figura 9.1. muestra el esquema para la elaboración de la información que ha recogido el observatorio GEM Aragón en su edición 2011 para la instrumentalización del emprendimiento corporativo, también denominado intraemprendimiento.

Figura 9.1.

Instrumentalización del concepto de emprendimiento corporativo (EC)



Con el fin de proceder a su medición, la encuesta GEM a la población adulta identifica a las personas empleadas por cuenta ajena, ya sea a tiempo completo o parcial, y determina cuántas de ellas estaban involucradas en el desarrollo de ideas de negocio en el seno de las entidades para las que trabajan en los últimos tres años. Tras este paso, también se determina cuántos empleados están en la actualidad activamente involucrados en la fase de desarrollo de una idea o en la fase de preparación y explotación de la misma, información que, junto con el desarrollo de un papel de liderazgo del empleado en una o ambas fases, ha permitido establecer una estimación de la prevalencia de emprendimiento corporativo en las diferentes zonas geográficas cubiertas por el proyecto GEM. Los indicadores resultantes de este proceso de medición se presentan en la Tabla 9.2.

Tabla 9.2.

Prevalencia del emprendimiento corporativo en la población aragonesa entre 18 y 64 años y en la población aragonesa de empleados por cuenta ajena entre 18 y 64 años

Indicadores de intraemprendimiento calculados sobre la población aragonesa de 18 a 64 años	
% empleados activos como emprendedores en los 3 últimos años	8,7%
% empleados activos como emprendedores en 2011	6,7%
% empleados activos como emprendedores y liderando en los 3 últimos años	2,5%
% empleados activos como emprendedores y liderando una nueva iniciativa en 2011	2,1%
Indicadores de intraemprendimiento calculados sobre la población de empleados de 18 a 64 años	
% empleados activos como emprendedores en los 3 últimos años	20,1%
% empleados activos como emprendedores en 2011	15,4%
% empleados activos como emprendedores y liderando en los 3 últimos años	5,9%
% empleados activos como emprendedores y liderando una nueva iniciativa en 2011	4,9%

Es de interés destacar que los resultados de la actividad intraemprendedora en Aragón son superiores a los que se obtienen en cuanto a emprendimiento independiente. Así, el TEA en Aragón arroja un porcentaje de implicación en iniciativas nuevas y nacientes del 5,3% sobre la población aragonesa, mientras que la tasa actual de empleados involucrados en iniciativas para sus empleadores es del 6,7%. No obstante, debemos también señalar que si tenemos en cuenta el liderazgo efectivo en lo que se refiere a la realización de proyectos por parte de empleados, el porcentaje desciende al 2,1%.

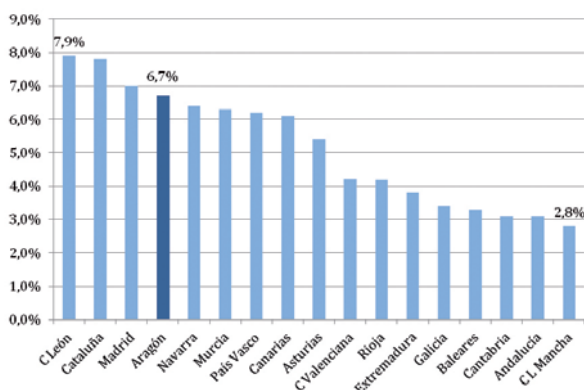
Si comparamos este indicador con los del desglose de la actividad emprendedora, podemos concluir que la actividad que se desarrolla corporativamente es ligeramente inferior en términos de efectividad (un 2,1% de iniciativas puestas en marcha) a las iniciativas independientes nacientes (2,7%) y nuevas (2,6%).

Para finalizar, la figura 9.2 compara las tasas de intraemprendimiento en Aragón con las de otras comunidades y en ella se pone de manifiesto cómo la iniciativa empresarial dentro de las empresas es proporcionalmente elevada en nuestra Comunidad, de manera que sólo Castilla y León, Cataluña y Madrid presentan indicadores más elevados.

La principal conclusión que puede extraerse de las cifras presentadas es que el emprendimiento corporativo en Aragón, al igual que sucede con el emprendimiento en general, presenta cifras moderadas sobre el conjunto de la población, así como sobre el colectivo de personas empleadas por cuenta ajena, siendo por tanto deseable su promoción e impulso, pues constituye un recurso importante para el incremento de la competitividad del tejido empresarial.

Figura 9.2.

Distribución por comunidades autónomas del emprendimiento corporativo de carácter general sobre la población entre 18 y 64 años



CONCLUSIONES



A continuación se sintetizan las principales conclusiones que se derivan del estudio realizado. Sin duda, el primer resultado que debe destacarse es que la propensión emprendedora en nuestra Comunidad, después de dos años de caídas, aumenta en 2011. En el momento de realización de la encuesta correspondiente al último ejercicio analizado en este informe (junio y julio de 2011), un 5,3% de los aragoneses que tienen entre 16 y 64 años se encuentra desarrollando un proyecto emprendedor. Esta tasa, denominada TEA en la terminología GEM, se sitúa ligeramente por debajo de la media española, donde el porcentaje de emprendedores es del 5,8%, aunque constituye una importante mejora en relación con el 3,7% observado en 2010. En todo caso, es cierto, que estos datos deben analizarse con cierta cautela por diferentes motivos. En primer lugar, la difícil situación económica por la que atraviesa la economía, con unos niveles de desempleo tan elevados, hace que muchos ciudadanos hayan optado por el emprendimiento como vía de salida a la crisis. La principal consecuencia de esta situación es que muchas de las actividades que se inician en estas circunstancias no surgen como consecuencia de la identificación de una oportunidad de negocio que se intenta aprovechar, sino que se deben a la necesidad de encontrar una salida laboral, lo que en ocasiones suele conllevar la puesta en marcha de iniciativas de menor calidad. En segundo lugar, también es importante tener en cuenta que el momento en el que se realiza la encuesta (junio y julio de 2011) comenzaban a atisbarse algunos signos de recuperación de la actividad económica que luego no se vieron confirmados, por lo que las expectativas de los ciudadanos podían ser algo más favorables en ese momento.

Sin embargo, estas circunstancias no deben impedirnos mirar con cierto optimismo las cifras. Es cierto que el ingenio y la búsqueda de oportunidades se agudizan en momentos de especial dificultad, por lo que también podemos entender la complicada situación a la que nos enfrentamos como una oportunidad para desarrollar el espíritu emprendedor en la Comunidad (y, en general, en España), que tradicionalmente se ha movido en unos niveles modestos.

Al comparar los resultados mencionados con los de otras comunidades autónomas, Aragón se sitúa en la zona media de una hipotética clasificación, con niveles de emprendimiento similares a los de otras comunidades de nuestro entorno como Navarra o La Rioja. La situación es algo menos favorable si la comparación se realiza en un contexto internacional donde, si tomamos como referencia los países de la OCDE, la tasa de actividad emprendedora en Aragón es sólo superior a las de Eslovenia, Dinamarca y Japón.

El estudio permite descomponer el índice TEA, distinguiendo entre iniciativas *nacientes* (aquellas que se encuentran todavía en fase embrio-

naria, entendiendo como tales las que todavía no conllevan el pago de salarios ni la obtención de beneficios, e iniciativas *nuevas* (las que no superan los 42 meses de edad). Las iniciativas nacientes implican en 2011 al 2,7% de la población aragonesa, mientras que las nuevas aglutinan al 2,6% de los ciudadanos de la Comunidad. 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 los nuevos emprendedores españoles se encuentra en esta situación), el porcentaje de iniciativas nuevas en nuestra Comunidad es ligeramente superior (2,6% frente al 2,5%), 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.

Si combinamos estos datos con el número de personas que participan en cada una de las iniciativas (1,71 en 2011) 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 74.400 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 casi 120.000 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 ligeramente por encima de los 194.000. Se trata de una cifra sustancialmente superior a la de 2010 (que apenas superaba los 132.000) y comparable a la que se observó en 2008 (195.000), primer año que se realiza en informe GEM en Aragón y cuando los efectos de la crisis que nos asola todavía no se habían hecho patentes. La razón de estas cifras viene, en cierta medida, justificada por los excelentes datos de actividad incipiente que se alcanzaron en ese año, muchas de cuyas iniciativas se han consolidado, lo que permite la tasa de actividad consolidada sea en 2011 del 14,4%, muy por encima de la observada en años anteriores y claramente superior al promedio nacional (8,9%).

El proyecto GEM también estima el número de personas que manifiesta tener intención de iniciar una actividad emprendedora en los próximos tres años (emprendedor potencial), que se sitúa por encima de los 57.400 o, lo que es lo mismo, el 7,0% de la población que tiene entre 18 y 64 años. De nuevo, la persistencia de la crisis fuerza a muchos ciudadanos de nuestra Comunidad a plantearse el emprendimiento como una salida profesional, ya que esta cifra supone un incremento considerable en relación con los 39.800 de 2010 o los 32.100 de 2009.

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 69,3% de las iniciativas en Aragón), la empresa se crea porque el emprendedor percibe una buena oportunidad

de negocio, frente a un 28,8% de emprendedores que lo hace por necesidad (el 1,9% restante de los encuestados señala motivos de otra índole). Tal como hemos apuntado anteriormente, el emprendimiento por necesidad ha experimentado 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.

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 ser interesante destacar que el emprendedor *naciente* es mayoritariamente un hombre, en el entorno de los 39 años de edad, con estudios universitarios, dedicado a tiempo completo a la actividad y en cuyo hogar conviven tres personas. En 2011, la principal diferencia respecto al perfil socioeconómico del año anterior se hace notar en el nivel de estudios: en este caso el emprendedor *naciente* tenía mayoritariamente formación profesional específica superior, lo que sustenta la idea de que el contexto económico actúa de estímulo para que los individuos mejor formados consideren en mayor medida el emprendimiento como una salida profesional. Por su parte, las características del emprendedor *nuevo* no son muy diferentes de las comentadas: hombre de edad media en torno a los 39 años, con estudios superiores (FP superior o universidad), nivel de renta media, en activo y que no ha recibido formación específica para emprender.

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 en torno al 41% de las iniciativas emprendedoras desarrolladas en 2011 en Aragón lo fueron en sectores orientados al consumo (lo que supone un aumento de casi ocho puntos porcentuales en relación con 2010), algo más del 31% tienen un claro componente transformador y casi el 20% de las iniciativas se dedican a la prestación de servicios a las empresas, mientras que el 7,8% 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 dos diferencias fundamentales: en primer lugar, el porcentaje de actividades consolidadas orientadas al consumo es aproximadamente once puntos inferior; en segundo, la proporción de iniciativas en el ámbito extractivo cuadruplica su importancia, ya que en las actividades consolidadas representan casi el 30% del total.

Los datos también ponen de manifiesto que las iniciativas empresariales que se llevan a cabo en Aragón tienen una dimensión inicial modesta y no alcanzan los dos propietarios por propuesta (la media es de 1,71 y

lo más habitual es que sea sólo uno). Además, el número de trabajadores empleados es también reducido: en casi dos de cada tres no se genera más empleo que el del propio impulsor de la misma, mientras que en un 29% de los casos se crean entre 1 y 5 puestos de trabajo. Sólo un 6,6% de los proyectos emplean a un número de trabajadores superior a 5.

En cuanto a la financiación de las empresas que se crean en la Comunidad, el estudio revela que el capital necesario para iniciar una actividad se sitúa en un gran número de casos (mediana de la distribución) en el entorno de los 30.000 euros.¹³ Con frecuencia, los fondos son aportados exclusivamente por el emprendedor, si bien es cierto que en muchas iniciativas parte de los recursos necesarios proceden de financiadores externos, normalmente familiares o, en menor proporción, amigos o vecinos o ayudas gubernamentales. En este punto, es importante destacar el papel que ha tenido el *Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio* (PAED). Se trata de una iniciativa conjunta del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón y las tres Cámaras de Comercio de la Comunidad, que trata de guiar al emprendedor en el proceso de puesta en marcha de su negocio. Desde su implantación en 2001 hasta finales del año 2011, el PAED ha permitido la constitución en Aragón de casi 2.800 nuevas empresas, que han generado en torno a 5.500 puestos de trabajo.

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 ha sido en Aragón proporcionalmente inferior (un 4,2% de las mujeres está implicada en una actividad naciente o nueva, frente a un 6,3% de los hombres), el ratio de actividad femenina sobre actividad masculina es en la Comunidad ligeramente más elevado que para el promedio del país (0,64 en España, 0,67 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 consti-

¹³ El capital promedio necesario asciende a 117.000 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.

tuir 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 12,8%, cifra algo inferior a la del promedio del país (14,4%). Esta percepción ligeramente más desfavorable se ve también corroborada cuando, en lugar de consultar a la ciudadanía, se solicita la opinión de una muestra de expertos pertenecientes a diferentes ámbitos y que son seleccionados en función de su experiencia y competencia en su campo. En todo caso, las diferencias en relación con el promedio nacional son de escasa magnitud. Los expertos también emiten su opinión acerca de los diferentes factores del entorno que influyen en el proceso emprendedor y, en este caso, sus opiniones se sitúan por encima de la media del país en dimensiones como el eco que tienen los empresarios en los medios de comunicación, la consideración del empresario como individuo competente e ingenioso, la catalogación del emprendimiento como una opción profesional deseable, o la valoración de los conocimientos y habilidades que tiene la sociedad aragonesa a la hora de poner en marcha y dirigir un nuevo negocio.

Por lo que respecta a los factores del entorno, los expertos aragoneses encuestados consideran que, a pesar de las difíciles condiciones de la Comunidad, el acceso a las infraestructuras físicas y servicios constituye una fortaleza para la misma, así como la innovación, tanto desde el punto de vista de la empresa como del consumidor. En el lado negativo, las dos principales carencias son la formación educativa en los niveles primario y secundario en materia emprendedora y las dificultades para acceder a la financiación. En este punto, es de interés destacar que tanto los factores considerados como fortaleza como los menos favorables se mantienen altamente estables en el tiempo.

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 son el desarrollo de programas y políticas gubernamentales que impulsen dichas actividades (si bien es cierto que un buen número de expertos considera que éstos son ya adecuados y constituyen un importante apoyo para el que comienza una actividad), así como establecer mecanismos que faciliten el acceso a la financiación y la mejora de la educación en este ámbito.

La edición de 2010-2011 de este informe GEM Aragón incluye algunas novedades con respecto a ediciones anteriores. Así, este año se analiza la actividad emprendedora en el ámbito rural o el emprendimiento que se realiza dentro de las empresas o intraemprendimiento. Con respecto a la primera de las dimensiones, debemos destacar que el índice TEA es sustancialmente mayor en los municipios rurales (7,2%) que en los urbanos (4,7%), lo que permite afirmar que el motor emprendedor de nuestra comunidad tiene un marcado carácter rural. En relación con el

intraemprendimiento, indicar que los resultados que se obtienen (6,7%) son superiores a los que se derivan del emprendimiento independiente (5,3%).

En definitiva, este informe GEM Aragón 2010-2011, 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.

El principal resultado que se desprende del estudio correspondiente a esta edición es que, a pesar de la difícil situación económica, la propensión emprendedora de los aragoneses ha aumentado en más de un 40% en relación con el año 2010, aunque la cifra no alcanza todavía los niveles a los que se llegó en 2008, último año de bonanza y que en Aragón, se vio además fortalecido por la celebración en Zaragoza de la Expo 2008. Es cierto, no obstante, que una proporción creciente de este aumento se debe al incremento en el emprendimiento por necesidad, que duplica su peso (uno de cada cuatro iniciativas se integraría dentro de este grupo, frente a sólo una de cada ocho antes de la crisis). En el polo opuesto, el emprendimiento basado en la identificación y aprovechamiento de buenas oportunidades de negocio, que se considera normalmente de mejor calidad, es ahora algo menos frecuente.

En todo caso, es en estos momentos de dificultad cuando la actuación de los poderes públicos resulta especialmente relevante y es de esperar que las iniciativas que se están adoptando en la Comunidad puedan resultar de especial valor una vez superado este periodo de dificultad. Es conveniente, no obstante, 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, por lo que hemos de ser prudentes a la hora de extraer conclusiones a partir de la información correspondiente a un único año. En este sentido, el interés puesto de manifiesto por parte de las instituciones que respaldan este informe por continuar con el mismo en los próximos años permitirá disponer de una serie histórica similar a la que ya tienen otras Comunidades Autónomas.