



## GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

### INFORME EJECUTIVO 2019-2020 ARAGÓN

EQUIPO INVESTIGADOR:

Lucio Fuentelsaz y Consuelo González (Dir.)

Elisabet Garrido, Jaime Gómez, Juan P. Maicas, Javier Montero, Raquel Ortega y Sergio Palomas

Realiza:



Patrocina:



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR  
INFORME EJECUTIVO 2019-2020 ARAGÓN

Autores:

Lucio Fuentelsaz (Dir.)

Consuelo González (Dir.)

Elisabet Garrido

Jaime Gómez

Juan P. Maícas

Javier Montero

Raquel Ortega

Sergio Palomas

Fotografía de portada: Denis Nevozhai (Unsplash)

ISSN: 2660-4558

INSTITUCIÓN

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

MIEMBROS

Lucio Fuentelsaz Lamata  
Consuelo González Gil  
(Directores GEM-Aragón)  
Elisabet Garrido Martínez  
Jaime Gómez Villascuerna  
Juan P. Maicas López  
Javier Montero Villacampa  
Raquel Ortega Lapiedra  
Sergio Palomas Doña

PATROCINADORES

Gobierno de Aragón. Departamento de  
Industria, Competitividad y Desarrollo  
Empresarial

Fundación Emprender en Aragón

ENISA

Fundación UCEIF-CISE

## RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2019-2020

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Fundación UCEIF-CISE	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Maribel Guerrero, José L. González-Pernía y Javier Montero (Equipo Dirección Técnica GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Fundación UCEIF-CISE Banco Santander
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José María Biedma Ferrer Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido	Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía  Universidad de Cádiz
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) José Céspedes Lorente Juan García García	Universidad de Almería  Junta de Andalucía

<b>Cádiz</b>	Universidad de Cádiz	Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Juan Pablo Diánez González Noelia Franco Leal Julio Segundo Gallardo Carmen Virués Vega	Universidad de Cádiz  Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
<b>Córdoba</b>	Universidad Loyola	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Joaquín García-Tapiál Emilio Morales Fernández Mercedes Pérez Millán	Universidad Loyola Cátedra Andalucía Emprende
<b>Granada</b>	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana Bojica Francisco Javier Melero Rus Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez Lázaro Rodríguez Ariza	Universidad de Granada  UGR Emprendedora  Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía
<b>Jaén</b>	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortíz (Coordinadora) Lucas Antonio Cañas Lozano Manuel Carlos Vallejo Martos Elia García Martí Manuel Aranda Ogáyar José García Vico María de la Paz Horno Bueno María Gutiérrez Salcedo Raquel Barreda Tarrazona	Universidad de Jaén  Cátedra Andalucía Emprende

<b>Málaga</b>	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez	Universidad de Málaga Junta de Andalucía
<b>Sevilla</b>	Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aida del Cubo José Fernández Serrano Inmaculada Jaén Figueroa	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)
<b>Aragón</b>	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata y Consuelo González Gil (Directores GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón  Cátedra Emprender  Universidad de Zaragoza  Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
<b>Asturias</b>	Universidad de Oviedo	Jesús Ángel del Brío González (Director) Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández María Mitre Aranda	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias Capgémmini
<b>Baleares</b>	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell (co-director GEM Baleares) Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear

<b>Canarias</b>	<p>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</p> <p>Universidad de La Laguna</p>	<p>Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias)</p> <p>Alicia Bolívar Cruz</p> <p>Alicia Correa Rodríguez</p> <p>Desiderio García Almeida</p> <p>Ana L. González Pérez</p> <p>Esther Hormiga Pérez</p> <p>Pino Medina Brito</p> <p>Silvia Sosa Cabrera</p> <p>Domingo Verano Tacoronte</p>	<p>Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo</p>
<b>Cantabria</b>	<p>Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria</p>	<p>Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria)</p> <p>Paula San Martín Espina (Co-Directora)</p> <p>Carlos López Gutiérrez</p> <p>Javier Montoya del Corte</p> <p>Estefanía Palazuelos Cobo</p> <p>Andrea Pérez Ruiz</p> <p>Lidia Sánchez Ruiz</p>	<p>SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria.</p> <p>Consejería de Universidades, Investigación, Medio Ambiente y Política Social.</p> <p>Santander Universidades</p>
<b>Cataluña</b>	<p>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</p> <p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>	<p>Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña)</p> <p>Joan Lluís Capelleras</p> <p>Marc Fíguls</p> <p>Enric Genescà</p> <p>Teresa Obis</p>	<p>Diputació de Barcelona.</p> <p>Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç.</p> <p>Generalitat de Catalunya</p> <p>Departament d'Empresa i Coneixement</p>

<b>Castilla-La Mancha</b>	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M <sup>a</sup> Ruiz Palomo	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
<b>Castilla y León</b>	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín y Nuria González Álvarez (Directores GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León
<b>Ceuta</b>	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Arias Juan Miguel Alcántara Pilar	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada  PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.



<p><b>Comunidad Autónoma de Madrid</b></p>	<p>Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)  Universidad Autónoma de Madrid</p>	<p>Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Iñaki Ortega Cachón (Deusto Business School Madrid) Iván Soto de Andrés (Deusto Business School Madrid)</p>	<p>Comunidad de Madrid</p>
<p><b>Comunidad Valenciana</b></p>	<p>Universidad Miguel Hernández de Elche</p>	<p>José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M<sup>a</sup> José Alarcón García M<sup>a</sup> Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M<sup>a</sup> Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Iberia-Air Nostrum Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo ALIGRUPO Catral Garden Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche</p>

<p><b>Extremadura</b></p>	<p>Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura</p>	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)</p> <p>Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión</p>	<p>Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Sodiex Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature Fundecyt-PCTEX</p>
<p><b>Galicia</b></p>	<p>Universidad de Santiago de Compostela (USC)</p>	<p>Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López David Rodeiro Pazos Emilio Ruzo Sanmartín Marta Portela Maseda Jacobo Feás Vázquez Guillermo Andrés Zapata Huamani Yago Atrio Lema</p> <p>Nuria Calvo Babío (Univ. A Coruña) Lucía Rey Ares (Univ. A Coruña) Pilar Piñeiro García (Univ. Vigo) Alberto Vaquero García (Univ. Vigo)</p>	<p>Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Universidade de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Xunta de Galicia</p> <p>Secretaría Xeral de Universidades -Xunta de Galicia</p>

	<p>Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Federación Galega de Xoves Empresarios (AJE Galicia)</p>	<p>María Bobillo Varela (consultora independiente)</p> <p>Norberto Penedo Rey Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández</p> <p>Luciano Covelo Fandiño</p>	
<b>La Rioja</b>	<p>Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas</p> <p>Universidad de La Rioja</p>	<p>Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja)</p> <p>Mónica Clavel San Emeterio Juan Manuel Dominguez Ortega Emma Juaneda</p>	<p>Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja</p> <p>EmprendeRioja</p> <p>Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca</p> <p>Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas</p>
<b>Melilla</b>	<p>Universidad de Granada</p>	<p>María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla)</p> <p>Juan Antonio Marmolejo Martín</p> <p>Ana María Bojica</p> <p>Rocío Llamas Sánchez</p> <p>Matilde Ruiz Arroyo</p> <p>Jenny María Ruiz Jiménez</p>	<p>Universidad de Granada</p> <p>Red GEM España</p>

<p><b>Murcia</b></p>	<p>Universidad de Murcia</p>	<p>Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia)</p> <p>Juan Samuel Baixauli Soler  María Belda Ruiz  Nuria Nevers Esteban Lloret  José Andrés López Yepes  Gabriel Lozano Reina  María Feliz Madrid Garre  Catalina Nicolás Martínez  Mercedes Palacios Manzano  Gregorio Sánchez Marín</p>	<p>Consejería de Industria, Empresa y Portavocía  Instituto de Fomento de la Región de Murcia  Bankia  Fondo Europeo de Desarrollo Regional  Centro Iniciativas Municipales de Murcia  Cátedra de Emprendedores  Universidad de Murcia</p>
<p><b>Navarra</b></p>	<p>Universidad Pública de Navarra-  INARBE</p> <p>Universidad de La Rioja</p> <p>King's College London (UK)</p> <p>CEIN</p>	<p>Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra)</p> <p>Martin Larraza Kintana</p> <p>Raquel Orcos Sánchez</p> <p>Víctor Martín Sánchez</p> <p>Lucía Nieto Sádaba  María Sanz de Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)</p>	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE</p> <p>Gobierno de Navarra - CEIN</p>

<p><b>País Vasco</b></p>	<p>Universidad del País Vasco UPV/EHU</p> <p>Deusto Business School</p> <p>Mondragón Unibertsitatea Universidad del País Vasco UPV/EHU</p> <p>Deusto Business School</p> <p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>	<p>María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco)</p> <p>José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)</p> <p>Nerea González</p> <p>Jon Hoyos</p> <p>Iñaki Peña</p> <p>David Urbano</p>	<p>Observatorio Vasco de Emprendimiento SPRI</p> <p>Diputación Foral de Bizkaia</p> <p>Diputación Foral de Gipuzkoa</p> <p>Diputación Foral de Araba</p> <p>Fundación Emilio Soldevilla</p>
<p><b>Trabajo de campo GEM España</b></p>	<p>Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)</p>	<p>Josep Ribó (Director gerente)</p> <p>Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)</p>	<p>Observatorio del Emprendimiento de España_ RED GEM España</p>

## PATROCINADORES E INSTITUCIONES

### EQUIPO GEM ESPAÑA 2019

#### GEM España



#### GEM Andalucía



#### GEM Córdoba



#### GEM Jaén



#### GEM Málaga



#### GEM Aragón



#### GEM Asturias



#### GEM Baleares



#### GEM Cantabria



#### GEM Castilla-La Mancha



#### GEM Catalunya



#### GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

El proyecto GEM Aragón 2019-2020.....	25
I. Introducción.....	25
II. Modelo teórico GEM.....	25
III. El proceso emprendedor según el proyecto GEM.....	29
IV. Metodología.....	30
V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores.....	34
<b>CAPÍTULO 1 Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Aragón .....</b>	<b>36</b>
1.1. Introducción .....	36
1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa.....	37
1.3. Evolución de la actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa	40
1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa .....	42
1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional .....	49
1.6. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional GEM .....	53
1.7. Potencial emprendedor .....	59
<b>CAPÍTULO 2 Tipos de comportamiento emprendedor .....</b>	<b>63</b>
2.1. Introducción.....	63
2.2. Las motivaciones para emprender en Aragón.....	64
<b>CAPÍTULO 3 Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor .....</b>	<b>77</b>
3.1. Introducción .....	77
3.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras aragonesas.	77
3.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras.....	79
3.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas.....	80
3.5. Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado .....	82
3.6. Nivel tecnológico del sector en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón.....	84
3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón.....	86
3.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	89



<b>CAPÍTULO 4 Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés.....</b>	<b>93</b>
4.1. Introducción .....	93
4.2. Distribución por edad .....	93
4.3. Género .....	96
4.4. Nivel de estudios.....	98
4.5. Posesión de formación específica para emprender.....	100
4.6. Nivel de renta.....	101
4.7. Situación laboral.....	102
4.8. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2019 .....	104
<b>CAPÍTULO 5 La financiación del proceso emprendedor en Aragón .....</b>	<b>106</b>
5.1. Introducción .....	106
5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una start-up .....	106
5.3. El papel del inversor informal en Aragón y en el entorno GEM.....	107
5.4. Distribución y perfil de los inversores privados en negocios ajenos.....	109
<b>CAPÍTULO 6 Aptitudes, motivación y capacidad para emprender</b>	
<b>en la población aragonesa.....</b>	<b>112</b>
6.1. Introducción .....	112
6.2. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender.....	113
6.3. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con los valores y aptitudes para emprender.....	117
6.4. Percepción de la población aragonesa sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento.....	119
6.5. Posicionamiento de Aragón a nivel nacional con respecto a las variables clave relacionadas con la cultura y su influencia en el emprendimiento .....	123
6.6. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender .....	125
<b>CAPÍTULO 7 Análisis general del entorno</b>	
<b>en el que se desarrolla la actividad emprendedora.....</b>	<b>127</b>
7.1. Introducción .....	127
7.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora .....	128
7.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón .....	129
7.4. Situación relativa de Aragón respecto a su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno.....	136

<b>CAPÍTULO 8 Actividad emprendedora en las zonas rurales .....</b>	<b>138</b>
8.1. Introducción.....	138
8.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana .....	139
8.3. Principales indicadores del proceso emprendedor en el ámbito rural y en el urbano.	141
8.4. A modo de conclusión.....	142
<b>CAPÍTULO 9 El proceso emprendedor de los jóvenes .....</b>	<b>144</b>
9.1. Introducción .....	144
9.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven .....	146
9.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón .....	147
9.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.....	149
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>151</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

0.1. Marco teórico GEM.....	28
0.2. Marco teórico GEM revisado.....	28
0.3. El proceso emprendedor según el proyecto GEM.....	29
1.1. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2014-2019. Evolución.....	38
1.2. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2014-2019. Evolución (%).....	41
1.3. Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2014-2019.....	44
1.4. Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2014-2019.....	46
1.5. Evolución del TEA y de las tasas de actividades consolidadas y abandonadas. 2014-2019.....	47
1.6. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población con edad entre 18 y 64 años (2019).....	48
1.7. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas.....	49
1.8. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la UE.....	50
1.9. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2019- 2019, clasificados en función de su nivel de renta.....	52
1.10. Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas.....	53
1.11. Actividad empresarial consolidada en la UE.....	54
1.12. Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2019-2020, clasificados en función de su nivel de renta.....	55
1.13. Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas.....	56
1.14. Porcentaje de actividades abandonadas en la UE.....	57
1.15. Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2019- 2020, clasificados en función de su nivel de renta.....	58
1.16. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española.....	60
1.17. Porcentaje de emprendedores potenciales en la UE.....	61
1.18. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2019- 2020, clasificados en función de su nivel de renta.....	62
2.1. Emprendimiento motivado por “Marcar una diferencia”. Comparación por regiones españolas.....	65
2.2. Emprendimiento motivado por “Marcar una diferencia”. Comparación con la Unión Europea.....	66
2.3. Emprendimiento motivado por “Marcar una diferencia”. Comparación en el mundo.....	67
2.4. Emprendimiento motivado por “Crear riqueza”. Comparación por regiones españolas.....	68
2.5. Emprendimiento motivado por “Crear riqueza”. Comparación con la Unión Europea.....	69

2.6. Emprendimiento motivado por “Crear riqueza”.	
Comparación en el mundo.....	70
2.7. Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar”.	
Comparación por regiones españolas.....	71
2.8. Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar”.	
Comparación con la Unión Europea.....	72
2.9. Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar”.	
Comparación en el mundo.....	73
2.10. Emprendimiento motivado por “Sobrevivir”.	
Comparación por regiones españolas.....	74
2.11. Emprendimiento motivado por “Sobrevivir”.	
Comparación con la Unión Europea.....	75
2.12. Emprendimiento motivado por “Sobrevivir”.	
Comparación en el mundo.....	76
3.1. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2014-2019) .....	78
3.2. Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2014-2019).....	79
3.3. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (2014-2019).....	81
3.4. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal (2014-2019).....	82
3.5. Distribución de las empresas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista. Comparativa 2018 y 2019.....	83
3.6. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista. Comparativa 2018 y 2019 .....	84
3.7. Nivel tecnológico del sector de las empresas en fase incipiente en 2019.....	85
3.8. Nivel tecnológico del sector de las empresas en fase consolidada en 2019.....	86
3.9. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en los productos o servicios en 2019.....	87
3.10. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio en 2019.....	88
3.11. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en proceso utilizado en 2019.....	88
3.12. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en proceso utilizado en 2019.....	89
3.13. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2014-2019).....	90
3.14. Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2014-2019).....	91

3.15. Porcentaje de empresas incipientes y consolidadas que tienen clientes en su mercado de procedencia, en otros lugares del país y en el extranjero .....	92
4.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Aragón, 2019 .....	95
4.2. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Aragón, 2019 .....	97
4.3. Evolución del TEA masculino y femenino en Aragón (2014-2019).....	97
4.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2019.....	99
4.5. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2019.....	100
4.6. Evolución del TEA de emprendedores según formación específica para emprender (2014-2019) .....	101
4.7. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor en 2019 .....	102
4.8. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor en 2019 .....	104
5.1. Importancia del inversor informal: regiones españolas .....	108
5.2. Importancia del inversor informal: países UE.....	109
5.3. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión.....	111
6.1. Percepción de valores y aptitudes para emprender de la población aragonesa en comparación a la población de otras comunidades autónomas.....	119
6.2. Percepción sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento de la población Aragonesa en comparación a la población de otras comunidades autónomas .....	125
6.3. Percepciones, valores, aptitudes y entorno social de los aragoneses respecto al resto de España y de países de la UE .....	126
7.1. Valoración de los expertos: factores del entorno .....	128
7.2. Posición de Aragón respecto a España y resto de los países GEM de su mismo grupo económico en cuanto al promedio de los factores del entorno valorado por los expertos .....	137
8.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana .....	140
8.2. Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas.....	141
8.3. Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2019.....	142
9.1. Evolución de la tasa de desempleo en menores de 25 años en Aragón por sexo (%).....	145
9.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven y adulta .....	147
9.3. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2014-2019).....	149

## ÍNDICE DE TABLAS

0.1. Distribución de los expertos por áreas de interés.....	31
0.2. Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón .....	32
0.3. Distribución de las entrevistas por sexo, edad, ámbito y provincia.....	32
1.1. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2019. Descomposición.....	38
1.2. Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2019.....	39
1.3. Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2014- 2019, en función de la fase en la que se hallan.....	42
1.4. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2019 y su comparación con el período 2014-2018.....	43
1.5. Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón y su comparación con el período 2014-2018.....	45
1.6. Estimación del número de emprendedores potenciales en 2019 y comparación con el período 2014-2018.....	59
2.1. Motivaciones para emprender. Aragón vs. España.....	64
3.1. Número medio de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas .....	80
4.1. Edad media de los colectivos emprendedores en Aragón, 2019 vs 2018.....	94
4.2. Evolución del TEA por grupos de edad (2014-2019).....	96
4.3. Evolución del TEA según nivel de estudios en Aragón (2014-2019).....	99
4.4. Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2019.....	105
5.1. Características y distribución del capital semilla en 2019.....	107
6.1. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender en 2019.....	115
6.2. Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender .....	116
6.3. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender desde la perspectiva de género en 2019.....	117
6.4. Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento en 2019.....	121
6.5. Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento.....	122
6.6. Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento desde la perspectiva de género, 2019 .....	123
7.1. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón, según la valoración de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2019 .....	130
7.2. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Aragón, según la valoración de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2019 .....	132

7.3. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2019 .....	134
7.4. Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón .....	136
8.1. Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2019) .....	138
9.1. Porcentaje de población de entre 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2019.....	148
9.2. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2019 ..	150





## EL PROYECTO GEM ARAGON 2019-2020

### I. Introducción

Por duodécimo año consecutivo, Aragón elabora el informe sobre la situación de la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma a partir de los datos proporcionados por el observatorio *Global Entrepreneurship Monitor* (más conocido como proyecto GEM). GEM es un observatorio internacional que, con carácter anual, analiza el fenómeno emprendedor. Su actividad se inicia en 1999 de la mano de London Business School y Babson College, y se materializa en informes de ámbito global, nacional, regional y local, gracias al consorcio de equipos de investigación pertenecientes a los países que lo integran. Desde la puesta en marcha del observatorio, tanto la investigación como la propia figura del emprendedor han experimentado un notable impulso.

La principal misión del observatorio GEM es proporcionar datos acerca 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 de las condiciones institucionales o del entorno para emprender, con el ánimo de evaluar la situación y que, en su caso, las políticas públicas que se desarrollen puedan ir encaminadas hacia su mejora. Las series temporales y las comparaciones entre distintos tipos de economías y trasfondos culturales son de gran valor para la comprensión y aprendizaje de los mecanismos que articulan el emprendimiento. En este sentido, el informe constituye un primer paso para poder observar la evolución de los principales parámetros relacionados con la creación de empresas en Aragón y su comparación con la situación nacional correspondiente.

### II. El modelo teórico GEM

Teniendo en cuenta que la prosperidad de una economía depende en gran medida de su dinámica emprendedora, GEM aporta una medida armonizada, comparable y

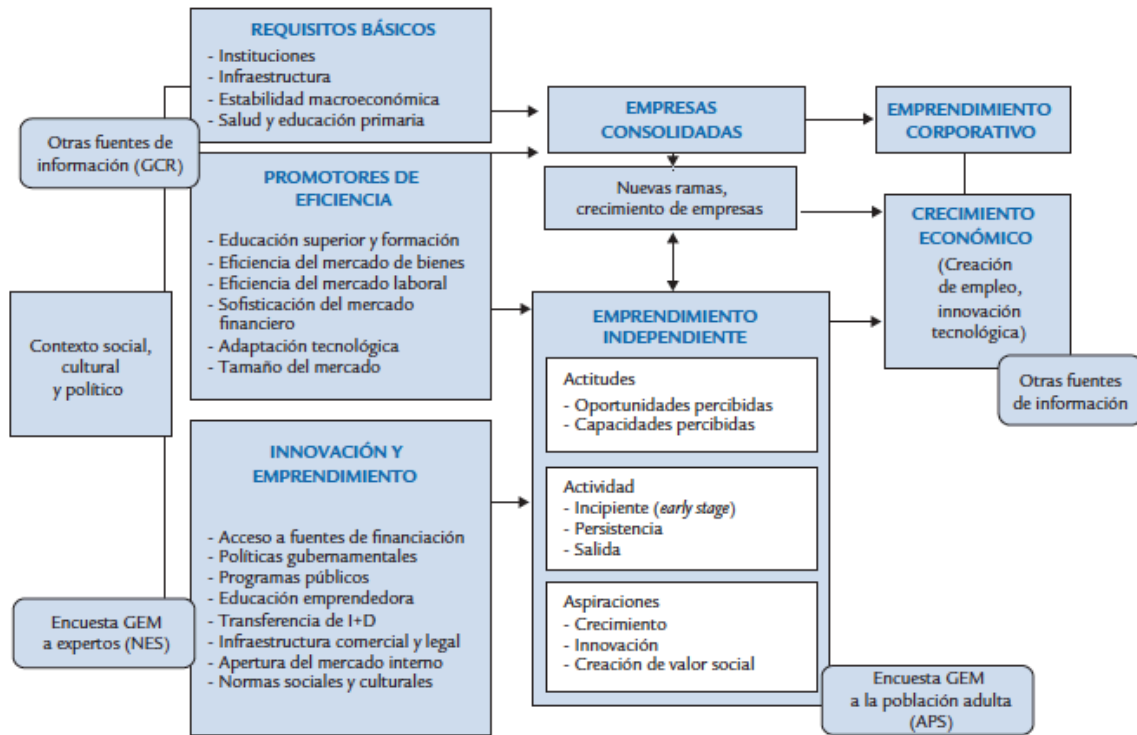
periódica, tanto de las personas que emprenden, como de las fases del emprendimiento y el contexto en el que desarrollan su actividad. En este sentido, los principales objetivos del proyecto GEM pueden resumirse en los siguientes puntos:

- 1) La elaboración de un **índice de actividad emprendedora**, distinguiendo según la fase de desarrollo de la iniciativa: desde iniciativas nacientes (las que se encuentran en fase embrionaria, entendidas como aquellas cuyo objetivo es poner en marcha un negocio que aún se encuentra en proceso de organización y formalización; en la práctica, esto incluye las iniciativas en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no ha pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los 3 meses) hasta empresas consolidadas (iniciativas que tienen más de 42 meses de actividad), pasando por las empresas nuevas (iniciativas que han pagado salarios por más de 3 pero menos de 42 meses). El indicador más conocido del proyecto GEM es el TEA (*Total Entrepreneurial Activity*), que incluye a todas las iniciativas emprendedoras de menos de 42 meses.
- 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 o regiones. Además, se ofrece un análisis de las políticas e infraestructuras de cada Comunidad o país relacionadas con la creación de empresas, tales como su posicionamiento con respecto a las políticas de formación, el acceso a la financiación, la transferencia de tecnología y conocimiento, las normas sociales y culturales y las políticas y programas gubernamentales, entre 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 en el fenómeno emprendedor, la importancia de la actividad emprendedora en las zonas rurales o el emprendimiento juvenil. Las encuestas a la población adulta y a los expertos de cada país, que se utilizan como principal fuente de información del proyecto, se renuevan parcialmente todos los años y siempre se preparan para recoger evidencias sobre los temas más actuales relacionados con la creación empresarial.

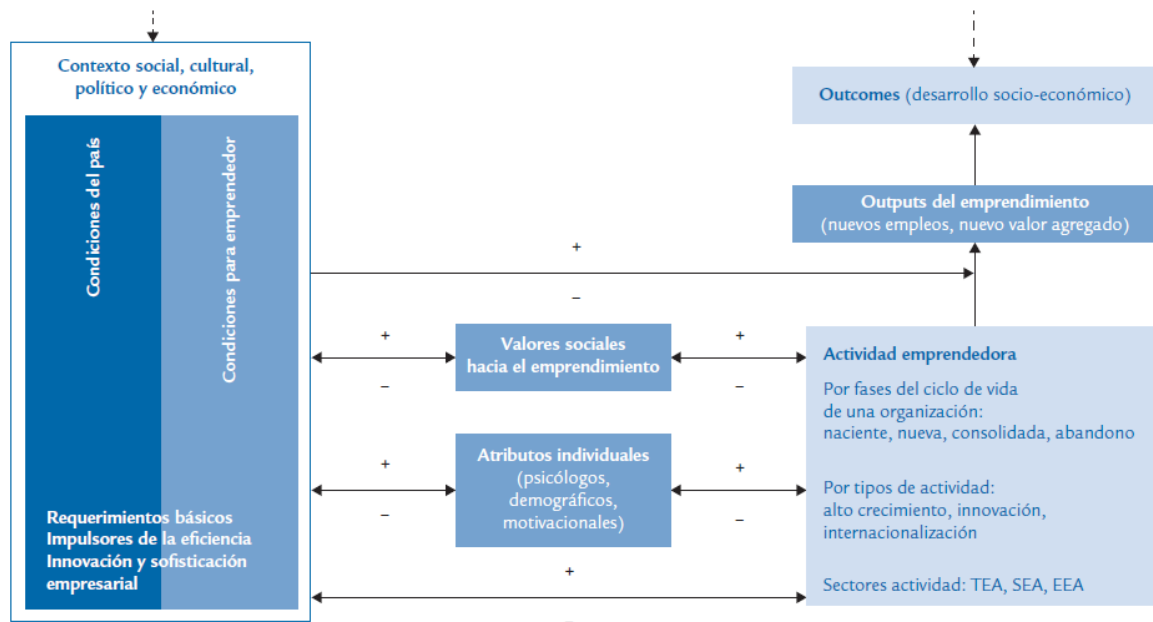
Con el fin de cumplir con los anteriores objetivos de información, el observatorio GEM desarrolla su actividad en base a los fundamentos del modelo teórico recogido en la Figura 0.1. En dicho modelo se integran aspectos vinculados con el contexto cultural, político y social y se relacionan con el efecto que tienen sobre el emprendimiento. El modelo desarrollado inicialmente se revisa en 2015 con el fin de establecer relaciones (bidireccionales en su mayor parte) entre los bloques de variables del modelo que representan las condiciones para emprender, la propia actividad emprendedora y los resultados que se derivan de ella (véase Figura 0.2). El modelo da a entender que el proceso emprendedor participa en un círculo endógeno de desarrollo económico y social. Para familiarizarnos con el funcionamiento de este círculo, resulta necesario conocer por lo menos (1) la opinión pública en general de una sociedad hacia el emprendimiento, (2) la información que nos pueda aportar el propio colectivo emprendedor y (3) las observaciones que puedan dirigirnos distintos agentes económicos y sociales implicados activamente en el impulso del emprendimiento.

Figura 0.1. Marco teórico GEM



Fuente: GEM Global Report (Kelley, Bosma y Amorós, 2011)

Figura 0.2. Marco teórico GEM revisado

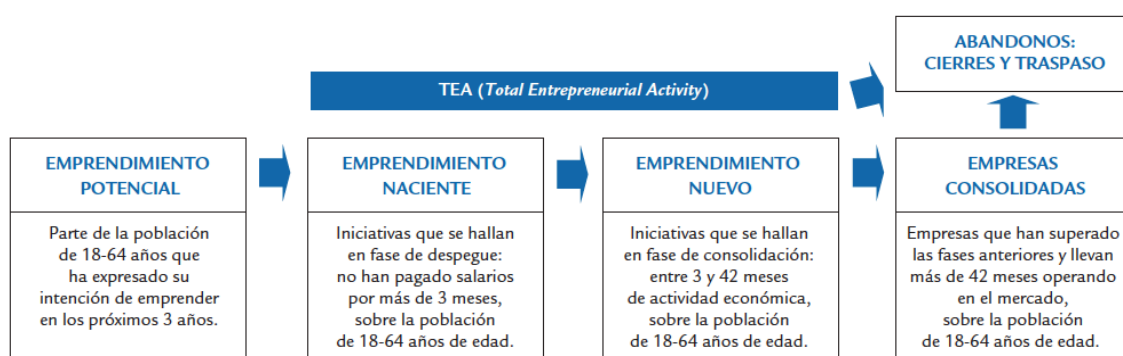


Fuente: GEM Global Report (Kelley et al., 2016, p. 12).

### III. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM

GEM entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la generación de una idea (emprendedor potencial), continúa con las acciones encaminadas a su puesta en marcha (iniciativa naciente), se lanza al mercado (iniciativa nueva) y entra en una fase de consolidación cuando sobrevive más de tres años y medio (iniciativa consolidada). Otro destino posible es el abandono por parte del promotor o promotores, ya sea para traspasar la iniciativa a otras manos o para clausurarla. Este proceso se describe en el esquema de la Figura 0.3.

Figura 0.3. El proceso emprendedor según el proyecto GEM



Fuente: Informe Nacional GEM 2019-2020

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

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

Los porcentajes que obtiene GEM en cada apartado, elevados a la población de referencia,<sup>1</sup> proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. Los Informes GEM siguen un camino complementario pero diferente al del registro oficial. Los resultados GEM muestran el grado de actividad emprendedora y su evolución, comparándola entre los países, regiones y ciudades participantes gracias al uso de una metodología común y en ello reside uno de los factores de mayor interés y relevancia de este observatorio anual.

#### IV. Metodología

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

- **Variables secundarias (VS)**, recopiladas en los organismos más prestigiosos en temas relacionados con la demografía, desarrollo económico, mercado laboral, innovación, competitividad y cuantas variables se consideran relevantes para establecer relaciones de causalidad y de otro tipo con las variables propias del proyecto. La recopilación trata siempre de buscar los datos más actualizados, junto con las series temporales necesarias.
- **Encuesta a los expertos en el entorno para emprender (NES)**. Sirve para valorar el estado de las principales variables que influyen en el proceso emprendedor

---

<sup>1</sup> GEM Aragón 2019–2020 utiliza como fuente de datos poblacionales de la Comunidad el INE.

y que pueden condicionar su magnitud y características. Cada región selecciona una muestra representativa de expertos en financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales. La encuesta se realiza entre los meses de mayo y junio. En el presente informe se utilizan las opiniones de 43 expertos. La Tabla 0.1 muestra la distribución de estos expertos entre las distintas áreas de interés identificadas.

Tabla 0.1. Distribución de expertos por área de interés

Apoyo financiero	3
Políticas gubernamentales	5
Programas gubernamentales	5
Educación y formación emprendedora	5
Transferencia de I+D	3
Infraestructura comercial y profesional	7
Apertura del mercado interno	7
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	4
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>

- **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 1.200 encuestas en la edición de 2019, con las características que se describen en las Tablas 0.2 y 0.3.

Tabla 0.2. Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón

Universo	Población residente en Aragón de 18 a 64 años
Población objetivo	805.220 personas
Muestra	1.200 personas
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcionales a la población de la Comunidad Autónoma.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral a priori (+/-) (1)	± 2,83%
Nivel de confianza	95,0%
Periodo encuestación	Junio-Julio 2019
Trabajo de campo	Instituto Opinomètre
Codificación y base de datos	Instituto Opinomètre

(1) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas.

Hipótesis: p=q=50% o de máxima indeterminación.

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

Provincia	Sexo		Edad					Ámbito		Total
	Hombres	Mujeres	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano	
Huesca	104	97	20	33	48	50	50	78	123	201
Teruel	64	59	12	21	25	31	34	69	54	123
Zaragoza	442	434	86	151	226	224	189	140	736	876
<b>Total</b>	<b>610</b>	<b>590</b>	<b>118</b>	<b>205</b>	<b>299</b>	<b>305</b>	<b>273</b>	<b>287</b>	<b>913</b>	<b>1200</b>

La información obtenida a través de las fuentes anteriores, complementarias entre sí, constituye la base para la elaboración de los resultados que se presentan en los distintos apartados de este informe GEM Aragón 2019-2020, 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, o la comparación de la actividad emprendedora desarrollada en Aragón con la de otras regiones o países.



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 que publican anualmente los equipos regionales y el equipo nacional de la red GEM España ([www.gem-spain.com/](http://www.gem-spain.com/)), así como en el informe global y en los de otras naciones, que se hallan a disposición del público en la web del consorcio GEM: [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

## V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores

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 2018 y 2019.

(Verde = Incremento en relación con el valor del año anterior, Rojo = Disminución, Negro = La cifra se mantiene)

Actividad emprendedora	Aragón		España	
	2018	2019	2018	2019
TEA total (sobre el total de la población de 18 a 64 años)	4,8%	4,9%	6,4%	6,1%
TEA Femenina	5,3%	5,1%	6,0%	6,0%
TEA Masculina	4,4%	4,8%	6,8%	6,3%
Emprendimiento potencial (intención de emprender en 3 años)	7,7%	5,5%	6,8%	8,1%
Emprendimiento naciente (0 a 3 meses de actividad)	2,0%	2,0%	2,7%	2,4%
Emprendimiento nuevo (3 a 42 meses de actividad)	2,8%	2,9%	3,7%	3,8%
Emprendimiento consolidado (más de 42 meses de actividad)	7,8%	7,1%	6,1%	6,3%
<b>Distribución del TEA, tomado como 100%</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
TEA por necesidad (falta de alternativas de empleo)	20,3%		22,5%	
TEA por oportunidad (aprovechan un negocio detectado)	65,8%		70,8%	
TEA por otro motivo (creadas por otros motivos)	13,8%		6,7%	
TEA motivado por marcar una diferencia en el mundo		46,8%		49,4%
TEA motivado por enriquecimiento o conseguir un alto ingreso		56,7%		59,5%
TEA motivado por continuar una tradición familiar		23,8%		13,3%
TEA motivado porque el trabajo escasea		40,8%		42,3%
TEA del sector extractivo	15,6%	14,0%	4,4%	4,7%
TEA del sector transformador	16,2%	17,5%	19,8%	20,5%
TEA del sector de servicios a empresas	24,5%	28,1%	34,1%	33,6%
TEA del sector orientado al consumo	43,7%	40,4%	41,7%	41,2%
TEA sin empleados	36,8%	53,8%	51,1%	46,5%
TEA de 1-5 empleados	54,8%	33,3%	40,0%	40,6%
TEA de 6-19 empleados	5,4%	10,3%	6,6%	10,7%
TEA de 20 y más empleados	3,0%	2,6%	2,3%	2,2%

TEA iniciativas completamente innovadoras en producto	15,5%		12,5%	
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	25,8%		11,1%	
TEA iniciativas que utilizan tecnología de menos de un año	15,5%		10,0%	
TEA iniciativas en sectores de bajo nivel tecnológico		94,9%		90,4%
TEA iniciativas en sectores de medio nivel tecnológico		3,4%		5,5%
TEA iniciativas en sectores de alto nivel tecnológico		1,7%		4,1%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	23,5%	19,6%	30,7%	23,9%

	Aragón		España	
<b>Aptitudes y aspiraciones emprendedoras en la población</b> (la medición ha cambiado de ser una escala 0-1 en 2018 a 1-5 en 2019, asociado el 1-2 de 2019 con el 0 y el 4-5 de 2019 con el 1)	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	37,3%	40,6%	33,4%	42,1%
Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	26,1%	35,3%	29,1%	36,1%
Posee habilidades, conocimientos y experiencias para emprender	48,1%	48,9%	48,5%	50,8%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	43,5%	54,1%	43,1%	55,1%
Ha actuado como inversor informal o <i>Business Angel</i>	3,8%	2,6%	3,8%	3,3%
<b>Valoración media de expertos de las condiciones de entorno</b> (entre 1 y 9 para 2018, entre 0 y 10 para 2019). En España (entre 1 y 5 para 2018)	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Financiación para emprendedores	3,7	3,5	2,7	4,9
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	3,8	3,8	2,8	5,3
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	3,6	3,6	2,5	5,2
Programas gubernamentales	5,5	5,1	3,3	6,0
Educación y formación emprendedora en etapa escolar	3,4	3,3	2,1	2,6
Educación y formación emprendedora en etapa post escolar	5,0	4,7	3,3	5,5
Transferencia de I+D	4,5	4,3	2,8	5,3
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	5,5	5,1	3,1	6,0
Dinámica del mercado interno	4,0	3,7	2,9	5,3
Barreras de acceso al mercado interno (de menos a más favorable)	4,1	4,2	2,8	5,1
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	6,3	6,4	3,7	7,0
Normas sociales y culturales	4,5	4,6	3,0	4,8

## CAPÍTULO 1

### ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN

---

#### 1.1. Introducción

En este primer capítulo del informe GEM Aragón 2019-2020 la atención se centra en el estudio de la propensión a la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma. El análisis de este aspecto resulta de particular importancia para entender la dinámica emprendedora. Esto es así por dos motivos. El primero, disponer de una serie temporal sobre la que analizar los datos permite observar la evolución en el tiempo del comportamiento emprendedor de la sociedad aragonesa. En esta misma línea de razonamiento, sienta las bases para analizar la efectividad de las medidas adoptadas desde los diferentes órganos reguladores y valorar el impacto de distintos factores que caracterizan un entorno cada vez más dinámico e impredecible. El segundo, si adoptamos una perspectiva transversal, el estudio está en disposición de establecer comparaciones entre la situación de la Comunidad y la de las demás regiones españolas, así como con el resto de países que participan en el proyecto GEM. Esta posibilidad de establecer puntos de comparación con otras comunidades autónomas y países constituye, probablemente, uno de los elementos clave a destacar dentro de este informe.

A pesar de que el informe GEM adopta una actitud proactiva a la hora de incorporar nuevos indicadores y realidades que permitan hacer una lectura más precisa del fenómeno del emprendimiento, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés) continúa siendo una de las dimensiones que mayor información y utilidad proporciona. El TEA se define como el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) que declara estar involucrada en una actividad emprendedora. Este indicador se descompone a su vez en iniciativas nacientes y nuevas. Las primeras son aquellas que tienen como objetivo poner en marcha un negocio que aún se encuentra en fase de organización y formalización. En la práctica, esto incluye las iniciativas en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que

todavía no han pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses. Las segundas se corresponden con aquellas que ya se han formalizado y que están en fase de consolidación. Se considera que esta fase se extiende hasta que la empresa alcanza los 42 meses de actividad económica.

En la medida en que no solo es importante crear nuevas empresas, sino que todavía lo es más que estas perduren en el tiempo, otro aspecto en el que también nos detendremos en este capítulo es el abandono de las iniciativas emprendedoras y las causas de este. Finalmente, aprovechándonos del componente longitudinal de la información disponible, así como de la disponibilidad de datos para otras regiones y países que participan en el proyecto GEM, analizaremos tanto la evolución de estos indicadores, como la posición de Aragón en el contexto de la actividad emprendedora que se desarrolla a nivel nacional e internacional.

## **1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa**

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

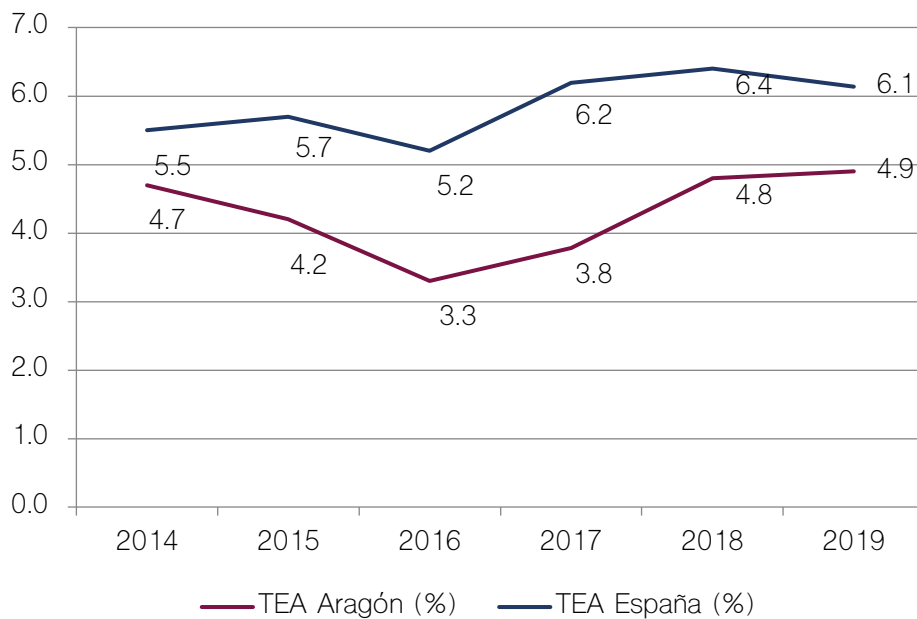
La Tabla 1.1 presenta la información de este indicador para Aragón durante 2019. El valor para este periodo ascendió al 4,9%. Si descomponemos este dato por tipo de iniciativa, se observa que aquellas denominadas nacientes representan algo menos de la mitad de las actividades emprendedoras, un 2,0% de población adulta involucrada, mientras que las nuevas, por su parte, aglutinan el 2,9% restante.

Tabla 1.1. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2019. Descomposición

<p style="text-align: center;"><b>TEA ARAGÓN 2019</b></p> <p>(% sobre la población entre 18-64 años)</p> <p style="text-align: center;"><b>4,9%</b></p>	% de iniciativas nacientes
	2,0%
	% de iniciativas nuevas
	2,9%

La Figura 1.1 muestra la evolución del TEA para el periodo 2014-2019 y su comparación con el dato observado para España. Una primera cuestión que puede destacarse es que los datos para Aragón en 2019 son muy similares a los ofrecidos en 2018. Un segundo aspecto es que, tal como se desprende de la serie analizada, el TEA de la Comunidad se sitúa por debajo de la media nacional. El patrón que dibuja el TEA en nuestra Comunidad es muy similar al que se observa en el conjunto de España: descenso en el periodo 2014-2016, con una subida a partir de ese momento. Esta subida es incluso más acentuada en los últimos años en la comunidad aragonesa, lo que sitúa el TEA en el valor más alto del período analizado y permite recortar algunas diferencias con respecto a la tasa de emprendimiento que se observa en el conjunto del país.

Figura 1.1. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2014-2019. Evolución



La información referente al TEA permite aproximar el número de iniciativas emprendedoras existentes en Aragón durante el año 2019. Para ello, partimos de la población con edad comprendida entre los 18 y los 64 años a 1 de enero de 2019 (805.220 personas) y los porcentajes indicados anteriormente en relación a las iniciativas nacientes y nuevas. Teniendo en cuenta el error estadístico que se deriva de la captación de datos para el informe mediante encuestas, se estima que el número de iniciativas nacientes oscilaría entre 9.853 y 22.658, mientras que el número de iniciativas nuevas se encontraría entre 15.713 y 30.992. Considerando de forma conjunta ambos tipos de iniciativas, se estima que el número de iniciativas emprendedoras en Aragón se encuentra en el entorno de las 39.600. La comparación de estas cifras con las obtenidas el año anterior pone de manifiesto la estabilidad anteriormente señalada. Así, las iniciativas nacientes pasan de 16.315 a 16.256, mientras que las nuevas aumentan desde 22.627 hasta 23.353. Esto hace que el total de empresas creadas en la Comunidad con antigüedad inferior a los tres años y medio se acerque a las 40.000. La Tabla 1.2 muestra una síntesis de la información descrita.

**Tabla 1.2. Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2019**

Ejercicio	Tipo de iniciativas	Estimación puntual	Estimación por intervalo	
			Extremo inferior	Extremo superior
2019	Nacientes	16.256	9.853	22.658
	Nuevas	23.353	15.713	30.992
	<b>TOTAL</b>	<b>39.608</b>	<b>29.763</b>	<b>49.454</b>

Conviene recordar que estas cifras no son directamente comparables con la información ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística en el Directorio Central de Empresas (DIRCE). El informe GEM aproxima 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 ese motivo, los datos GEM pueden estar incluyendo iniciativas no

registradas todavía en el DIRCE al cierre de la presente edición del informe GEM, así como actividades registradas en años anteriores, ya que se abarca un horizonte temporal más amplio.

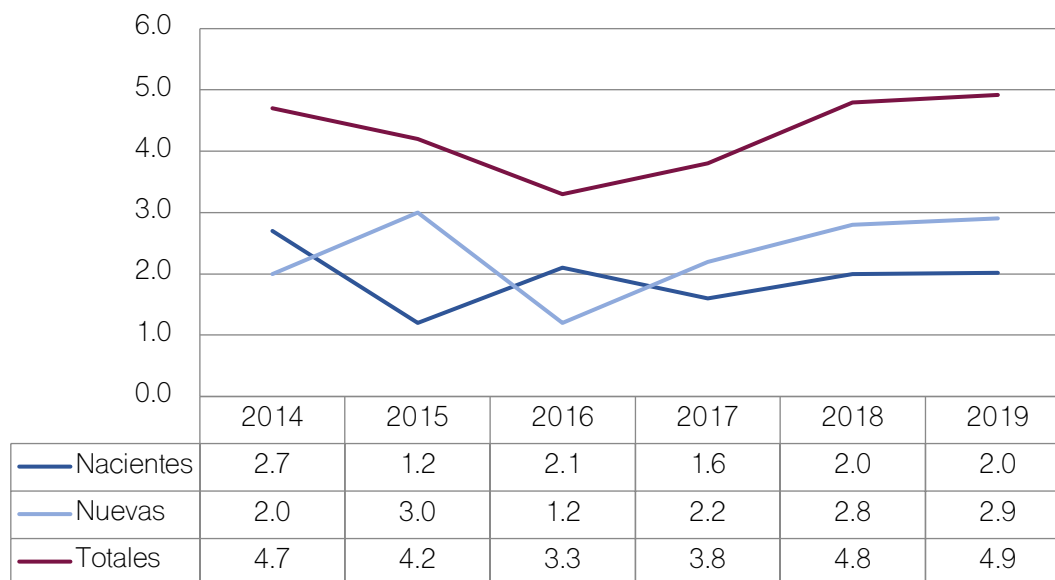
### **1.3. Evolución de la actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa**

La Figura 1.2 ofrece la evolución del TEA para Aragón en el periodo 2014-2019. Si tomamos como punto de referencia el recorrido de la variable durante este periodo, podemos concluir que, a pesar de que ha habido ligeros aumentos y descensos, el TEA se ha mantenido relativamente estable durante estos años. De hecho, entre el valor máximo de la serie (4,9) en 2019 y el mínimo que se alcanzó el año 2016 (3,3) hay aproximadamente un punto y medio de diferencia.

El diagnóstico que se desprende de un análisis por separado de la evolución de las iniciativas nacientes y nuevas es muy similar al realizado para las cifras agregadas, esto es, ligeros aumentos y retrocesos sin un patrón claramente definido durante el periodo de análisis. No obstante, parece que los dos últimos periodos tratan de consolidar una senda ligeramente alcista. Esta tendencia podría verse oscurecida en 2020 como consecuencia de la pandemia originada por el covid-19 que está afectando de modo importante al planeta en el momento de recogida de los datos que serán utilizados en la elaboración del informe GEM Aragón 2020, y que podrían suponer un retroceso en la tasa de actividad emprendedora.



Figura 1.2. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2014-2019. Evolución (%)



La Tabla 1.3 presenta de manera sintética la evolución en el número de iniciativas nacientes y nuevas para el periodo 2014-2019, así como del conjunto de iniciativas emprendedoras. La senda del número total de iniciativas ha seguido una evolución en dientes de sierra, con variaciones interanuales que se han situado entre el -21,1% y el 26,5% aproximadamente. Las variaciones en el número de iniciativas nacientes y nuevas han sido incluso más ostensibles en el periodo comprendido entre 2014 y 2019. Destacan, en las nacientes, la variación experimentada entre los años 2015 y 2016, que fue del 75,6%, mientras que en las nuevas es especialmente significativo el avance producido en el periodo 2016-2017, con un aumento del 88,7%.

Tabla 1.3. Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2014-2019, en función de la fase en la que se hallan

Estimaciones puntuales						
Fase	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Naciente	22.528	9.813	17.236	12.720	16.315	16.256
Nueva	16.719	24.168	9.575	18.069	22.627	23.353
TOTAL (0-42 meses)	39.426	33.980	26.811	30.789	38.942	39.608

Variaciones porcentuales						
Fase	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-018	2018-2019	2014-2019
Naciente	-56,4%	75,6%	-26,2%	28,3%	-0,4%	-27,8%
Nueva	44,6%	-60,4%	88,7%	25,2%	3,2%	39,7%
TOTAL (0-42 meses)	-13,8%	-21,1%	14,8%	26,5%	1,7%	0,5%

#### 1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa

El informe GEM no solo proporciona información sobre actividades incipientes, sino también sobre aquellas que han superado los tres años y medio de actividad y a las que, en terminología GEM, se denomina consolidadas. En el caso de Aragón, un 7,1% de los individuos encuestados en 2019 manifiesta estar involucrado en una iniciativa de estas características. Aplicando los mismos criterios que en apartados anteriores, este guarismo indica que en la Comunidad el total de empresas que han superado los tres años y medio de existencia es de 57.539.

La Tabla 1.4 nos proporciona información sobre la evolución del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas consolidadas y el número total de estas en el periodo objeto de análisis. Desde el año 2014 hasta el 2016 se observa un descenso continuado. El año 2017 representa un aumento significativo en este tipo de iniciativas, que 2018 constata con un repunte que sitúa el número de iniciativas consolidadas

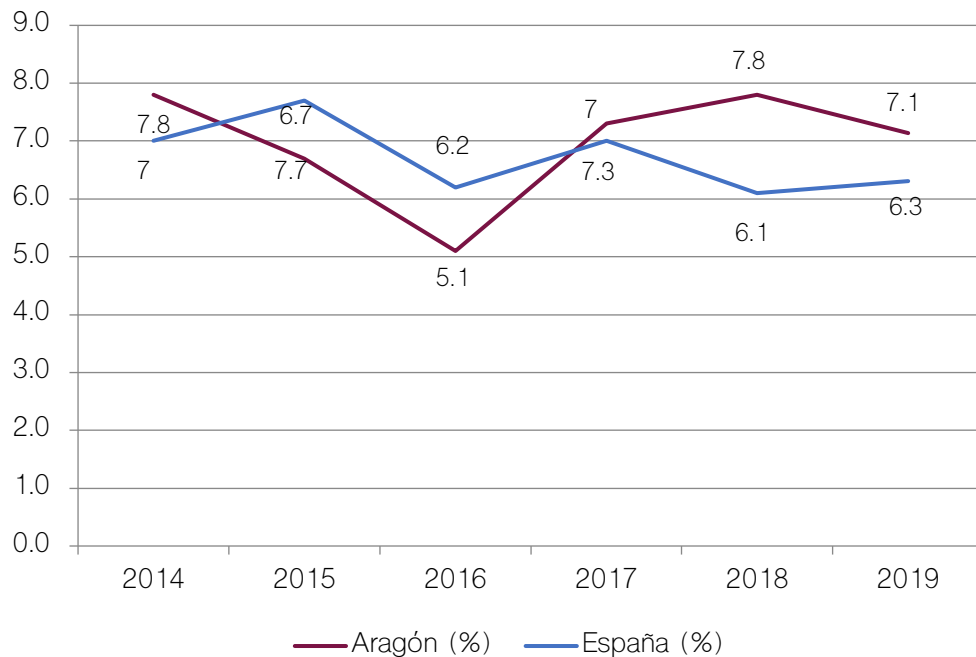
en cifras muy próximas a las observadas en el año 2014. En el último periodo analizado se produce un ligero descenso en relación al año anterior.

**Tabla 1.4. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2019 y su comparación con el período 2014-2018**

	Número de iniciativas	% de individuos involucrados
2019	57.539	7,1
2018	63.241	7,8
2017	59.159	7,3
2016	41.174	5,1
2015	55.086	6,7
2014	65.762	7,8

La Figura 1.3 ofrece una comparación de los datos para Aragón y España en relación al porcentaje de adultos involucrados en iniciativas consolidadas. Durante el periodo 2014-2019, las cifras presentadas en esta dimensión tanto en España como en Aragón han sido relativamente similares, con varias alternancias entre ellas en el horizonte considerado. En todo caso, desde el año 2017, los datos para Aragón han sido más altos que los correspondientes a la media del país.

Figura 1.3. Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España, 2014-2019



Otra dimensión cuyo análisis puede resultar de interés, por su repercusión en la actividad emprendedora es el abandono. En 2019, un 1,1% de los encuestados declaró haber abandonado una actividad el año anterior (Tabla 1.5). Este porcentaje indica, si lo traducimos a números absolutos, que fueron abandonadas en el torno de 9.200 iniciativas emprendedoras, lo que representa un descenso notable en relación con el observado en el periodo anterior.

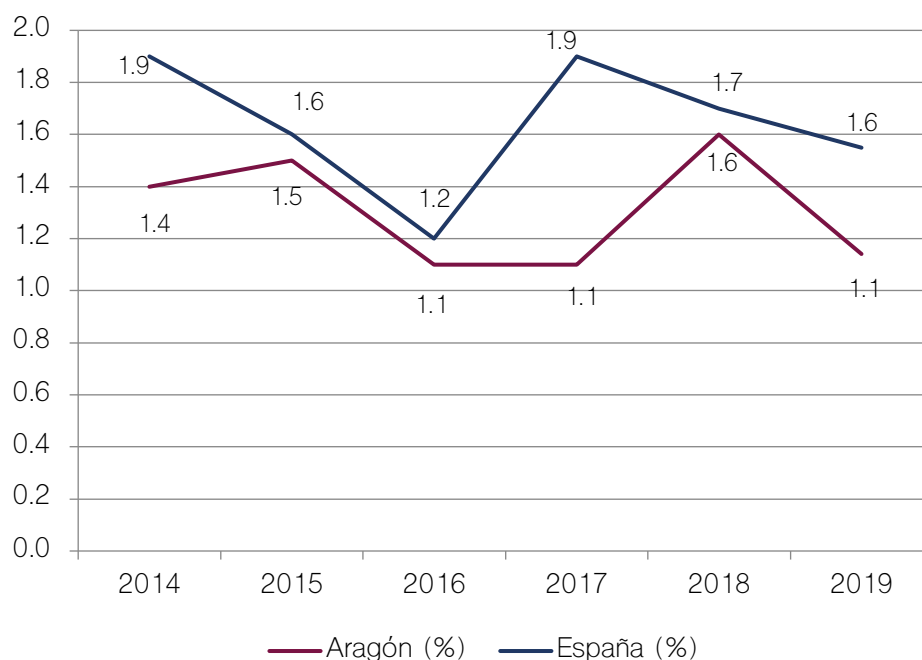
Por otra parte, debemos señalar que no todo el abandono debe entenderse en términos de fracaso. Como se verá más adelante (Figura 1.6), algunas de los emprendedores que abandonan su actividad lo hacen por motivos que nada tienen que ver con un mal funcionamiento de la empresa. Es el caso, entre otros motivos, de aquellos que traspasan su negocio debido a la jubilación de sus propietarios y también de los emprendedores que, ante una buena oportunidad de negocio, deciden vender su empresa a un comprador que ofrece un precio atractivo por la misma.

Tabla 1.5. Estimación del número de iniciativas abandonadas en Aragón y su comparación con el período 2014-2018

	Número de iniciativas	% de individuos que abandonan
2019	9.161	1,1
2018	12.529	1,6
2017	9.344	1,1
2016	8.618	1,1
2015	12.238	1,5
2014	12.160	1,4

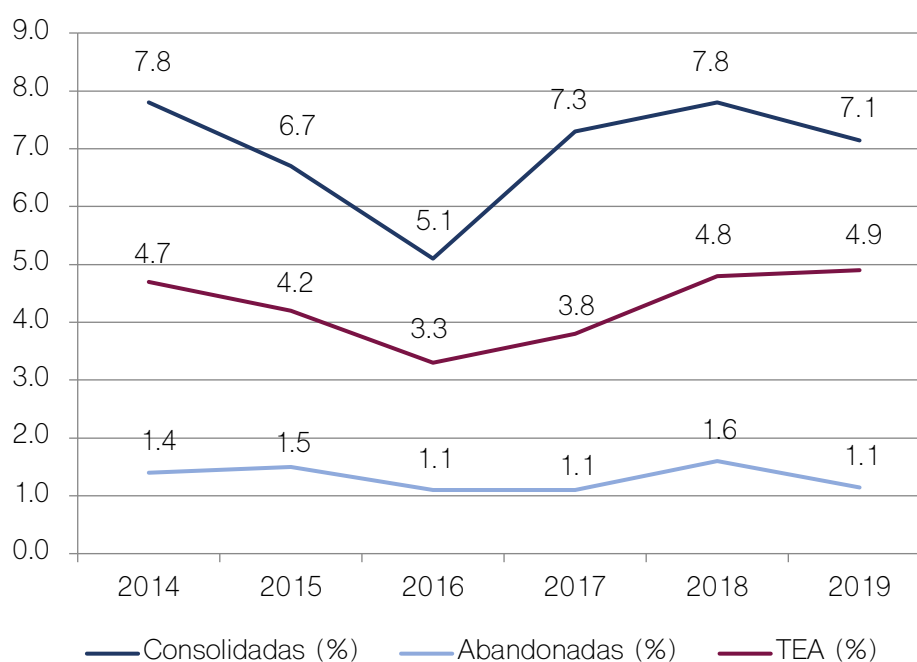
Si realizamos una comparación de la tasa de abandono con la observada en el contexto nacional, en Aragón se observa una evolución similar con la media nacional durante tres años (2015, 2016, 2018) y una evolución relativamente dispar durante otros tres (2014, 2017, 2019), en los que el abandono a nivel nacional se sitúa en cifras superiores al experimentado en Aragón. En todo caso, el nivel de abandono en nuestra comunidad se ha situado siempre por debajo de la media del país.

Figura 1.4. Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2014-2019



A modo de resumen, la Figura 1.5 muestra la evolución de la tasa de emprendimiento, la tasa de consolidación y la tasa de abandono. El patrón general, como era esperable, es que la tasa de iniciativas consolidadas supera a la de emprendimiento, mientras que la tasa de abandono se mantiene en niveles relativamente bajos. En el transcurso de la serie que comprende el periodo 2014-2019, es destacable que, en el último tramo, el TEA permanece estable, mientras que las iniciativas consolidadas experimentan un ligero descenso, así como los abandonos. Una lectura conjunta de estos indicadores ofrece argumentos positivos a la hora de valorar la salud del emprendimiento en nuestra Comunidad. Así, mientras que el TEA ha transitado en valores por debajo de la media nacional durante los últimos años, tanto emprendimiento consolidado como el abandono tienen un comportamiento algo más favorable en el contexto del país durante el mismo periodo. Una alta consolidación de las actividades y un abandono reducido son ingredientes imprescindibles en el largo plazo para que el emprendimiento contribuya al desarrollo de un territorio.

Figura 1.5. Evolución del TEA y de las tasas de actividades consolidadas y abandonadas. 2014-2019

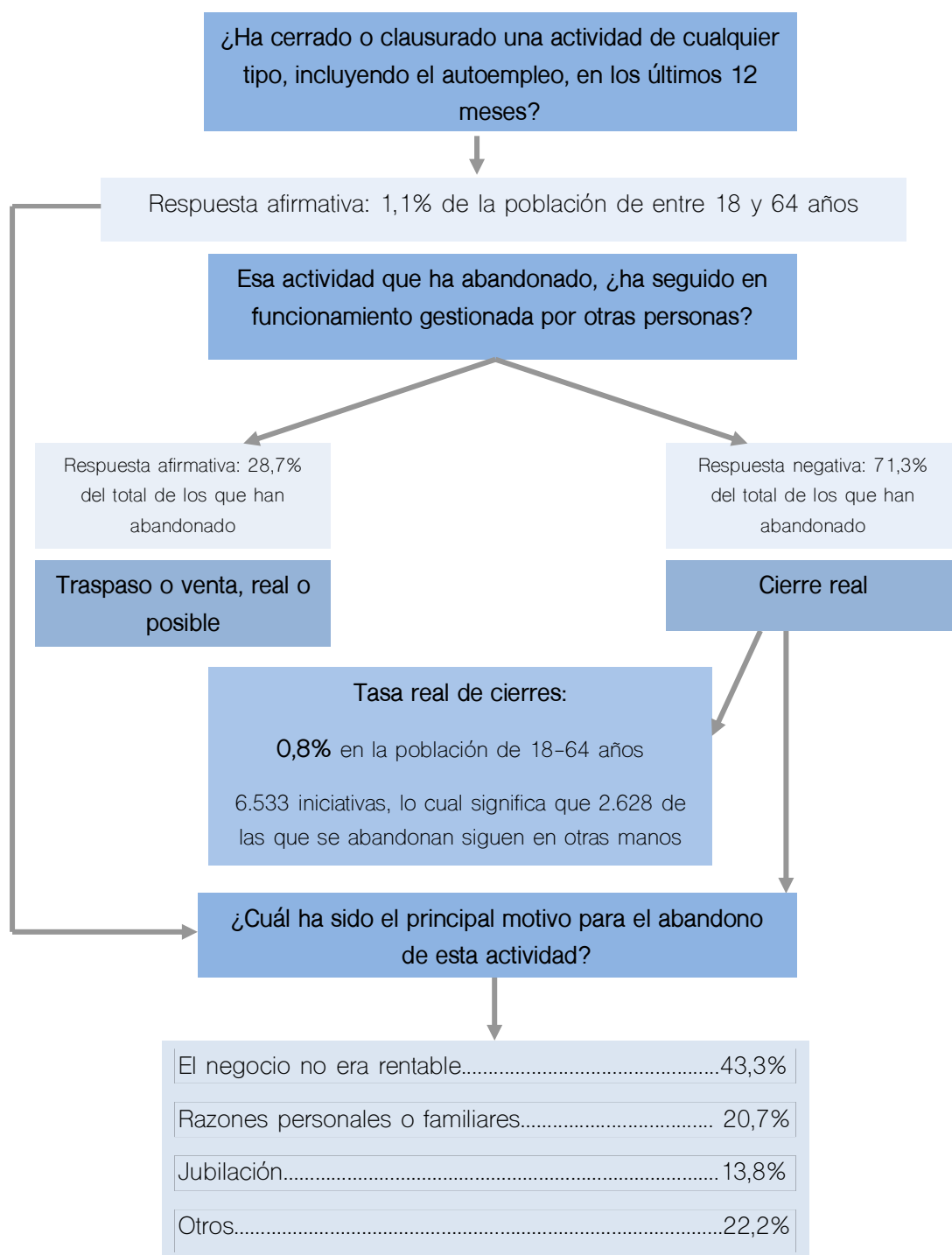


Como se ha comentado más arriba, cuando nos referimos al abandono es preciso notar que no todas las actividades abandonadas por un empresario suponen la desaparición definitiva de las mismas. Nos referimos a que algunas de ellas pueden continuar, aunque sea en manos de otros propietarios. La Figura 1.6 nos ofrece una aproximación al porcentaje de actividades que han sido abandonadas de forma definitiva y a aquellas que siguen en funcionamiento. En 2019, el 71,3% de las iniciativas abandonadas cerró definitivamente, mientras que el 28,7% continuó en manos de nuevos propietarios. Así, la tasa real de cierres (i.e., abandonos que implican la desaparición de la empresa) se reduce hasta el 0,8%. En términos absolutos, esto implica que, de las 9.161 iniciativas abandonadas en 2019, 6.533 conllevaron un cese real de actividades, mientras que las 2.628 restantes continuaron bajo una nueva dirección.

Los motivos por los que puede abandonarse una iniciativa son diversos, con implicaciones que pueden resultar claramente distintas. Así, el abandono por jubilación o por oportunidad de venta tiene implicaciones muy diferentes al abandono por falta de rentabilidad. La Figura 1.6 ofrece algunos detalles sobre el abandono y sus causas.

El motivo principal para abandonar la actividad es no alcanzar un nivel de rentabilidad satisfactorio (43,3%), lo que podría asimilarse al fracaso de la misma. El segundo motivo se corresponde con razones personales o familiares (20,7%), seguido por el hecho de que se produzca una jubilación (13,8%).

Figura 1.6 Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población en con edad entre 18 y 64 años (2019)



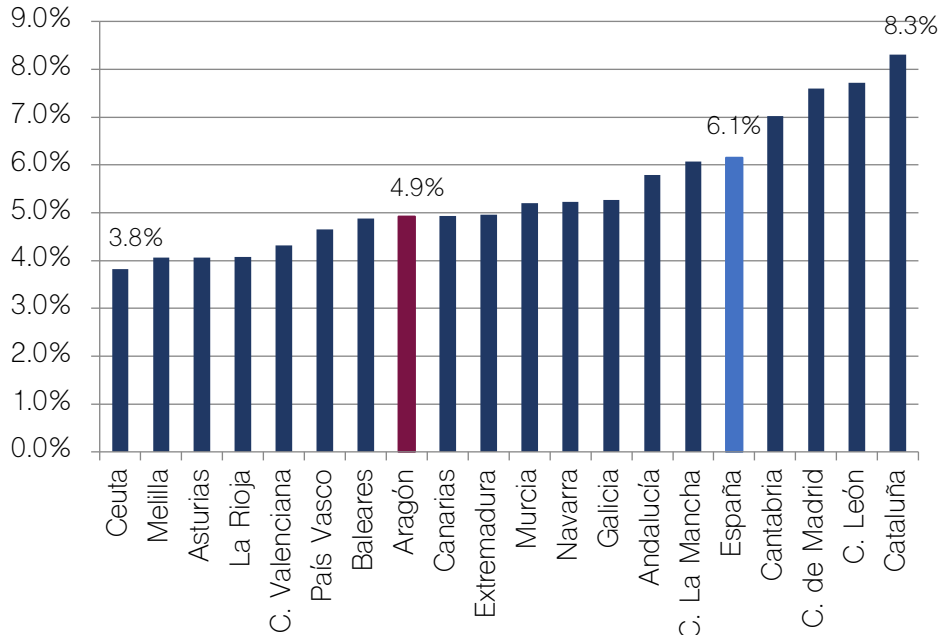


## 1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

Los apartados anteriores han permitido comparar los distintos indicadores para Aragón con los de la actividad emprendedora española a lo largo de los últimos cinco años. A continuación, completamos esta información comparando estos indicadores con otras comunidades autónomas y otros países participantes en el proyecto GEM.

La Figura 1.7 compara el TEA de Aragón con el del resto de regiones españolas, así como con el promedio del país. En el gráfico se observa que el TEA de Aragón (4,9%) se encuentra, como ya se ha comentado anteriormente, por debajo de la media nacional (6,1%). Comparando con las demás regiones, Aragón se sitúa en el tercio medio de la clasificación. En el extremo superior destacan Cataluña o Castilla León, con la Comunidad de Madrid o Cantabria también en posiciones destacadas, mientras que en el extremo opuesto se sitúan Ceuta, Melilla, Asturias o La Rioja.

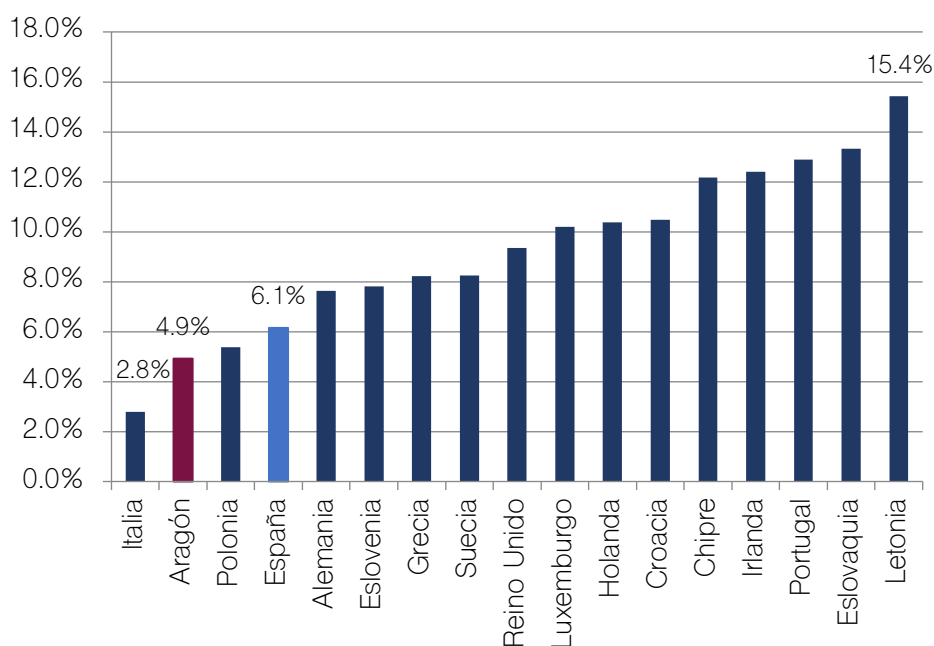
Figura 1.7. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas



La Figura 1.8 ofrece una comparación con los países de la Unión Europea que participan en el proyecto GEM. Esta comparación sitúa a Aragón en el penúltimo puesto de la clasificación, por delante de Italia, aunque en valores muy próximos a

los que presentan los países con un menor TEA, como Polonia o Alemania. Es importante notar que, en esta comparación, existe una gran dispersión entre los extremos, como muestra el valor alcanzado por Letonia (15,4%).

Figura 1.8. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la UE

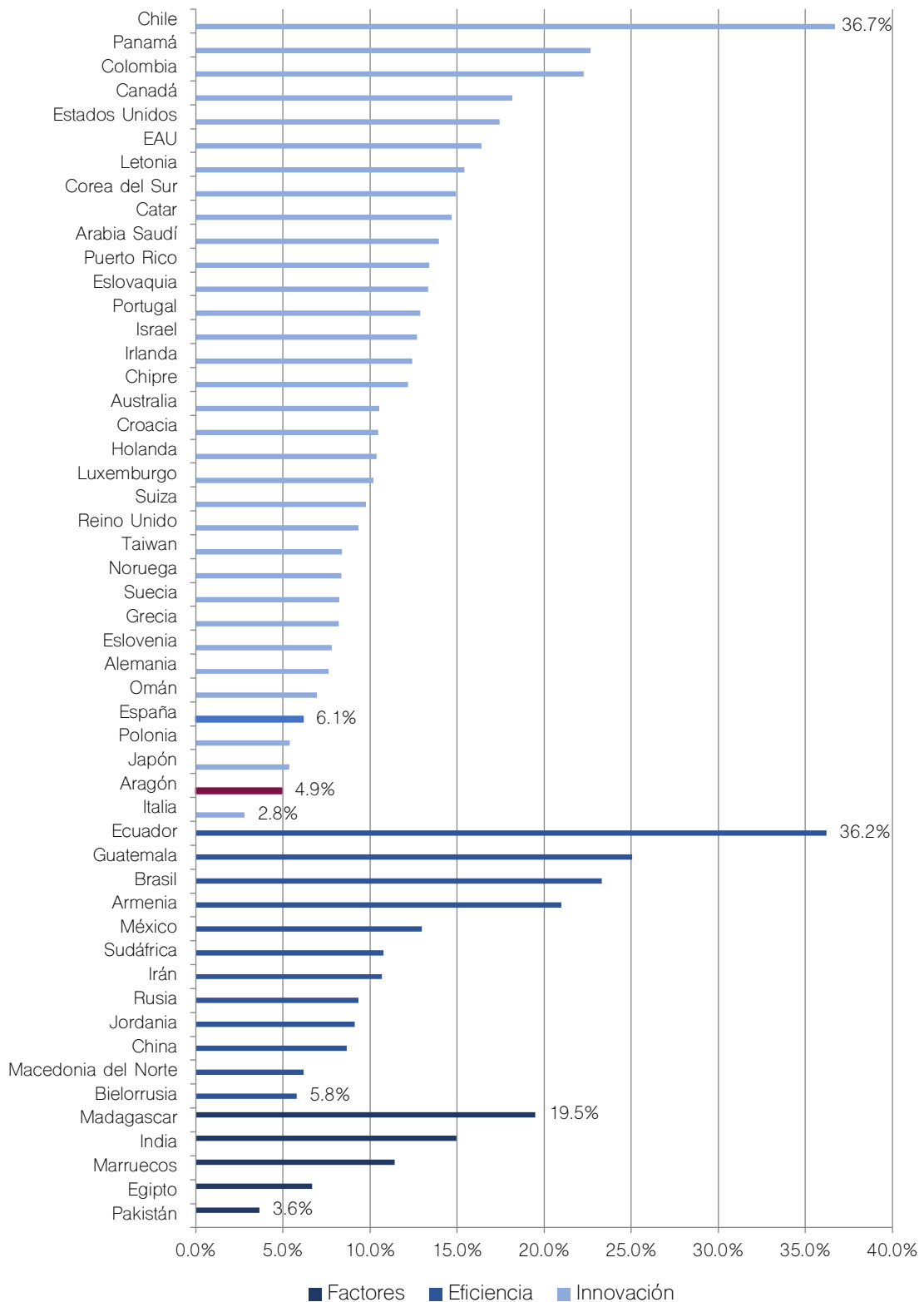


Para terminar con las comparaciones del TEA, la Figura 1.9 recoge el índice para todos los países que participan en el proyecto GEM. Antes de proceder al análisis de los datos es preciso realizar una aclaración de naturaleza metodológica, que permitirá una mejor interpretación de los mismos. El informe GEM proporciona los resultados de la actividad emprendedora en los países participantes divididos en tres categorías, según su nivel de renta. Dentro de los primeros (renta baja) se encuentran los países menos desarrollados (cinco naciones participantes en el proyecto GEM se integran dentro de este grupo). Trece países alcanzan un nivel de renta medio, mientras que las economías más desarrolladas (33 en total) se integran en el tercer grupo.

Los países con menor nivel de renta suelen tener valores del TEA más elevados. Esto se debe, entre otros motivos, al predominio de actividades cuyo origen está en la necesidad, a diferencia de países más desarrollados en los que predomina la oportunidad. Dentro de este grupo destaca Madagascar, con un índice de emprendimiento próximo al 20%.

El segundo grupo de países presenta en conjunto valores para el TEA por encima de los valores medios ofrecidos por el grupo anterior. Este hecho puede resultar anecdótico si echamos la vista atrás en el informe GEM, en el que los países en vías de desarrollo han tendido a mostrar valores superiores del TEA. Destacan aquí países como, Ecuador, Guatemala, o Brasil. Finalmente, entre los países desarrollados, sobresalen Chile, Panamá, Colombia o Canadá, con valores en el entorno del 20-35%. Aragón, que se ubicaría en este grupo, ocupa el penúltimo puesto de la clasificación por encima de Italia, aunque, como en otras ocasiones, en cifras muy similares a las ofrecidas por países como Alemania, Polonia o incluso Japón.

Figura 1.9. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2019-2020, clasificados en función de su nivel de renta

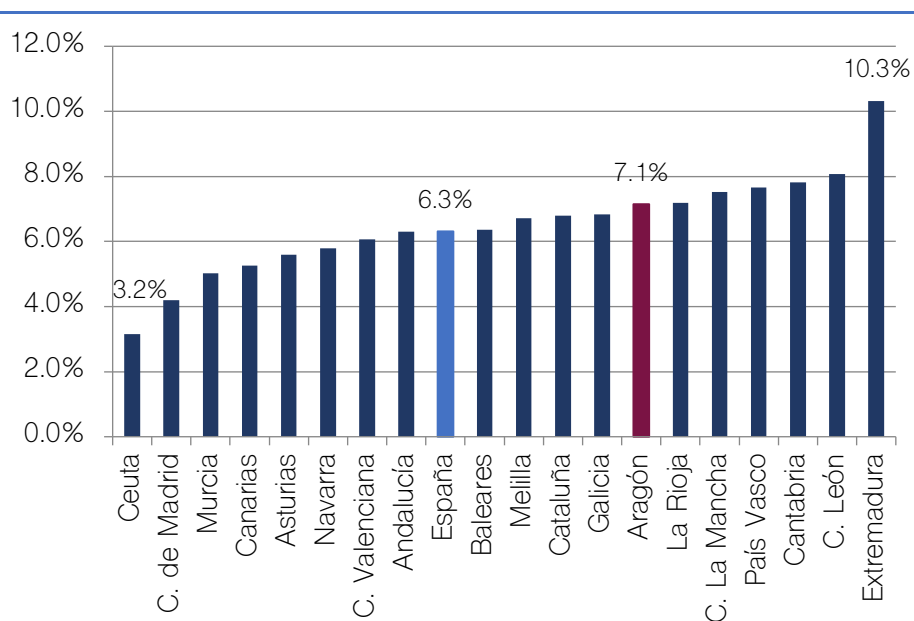


## 1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional GEM

El proyecto GEM recaba, de manera adicional, información para todos los países participantes en relación al porcentaje de personas adultas que participan en una iniciativa consolidada, es decir, empresas, autoempleo o actividades económicas en general que, habiendo superado los tres años y medio de funcionamiento, se pueden considerar como ya establecidas.

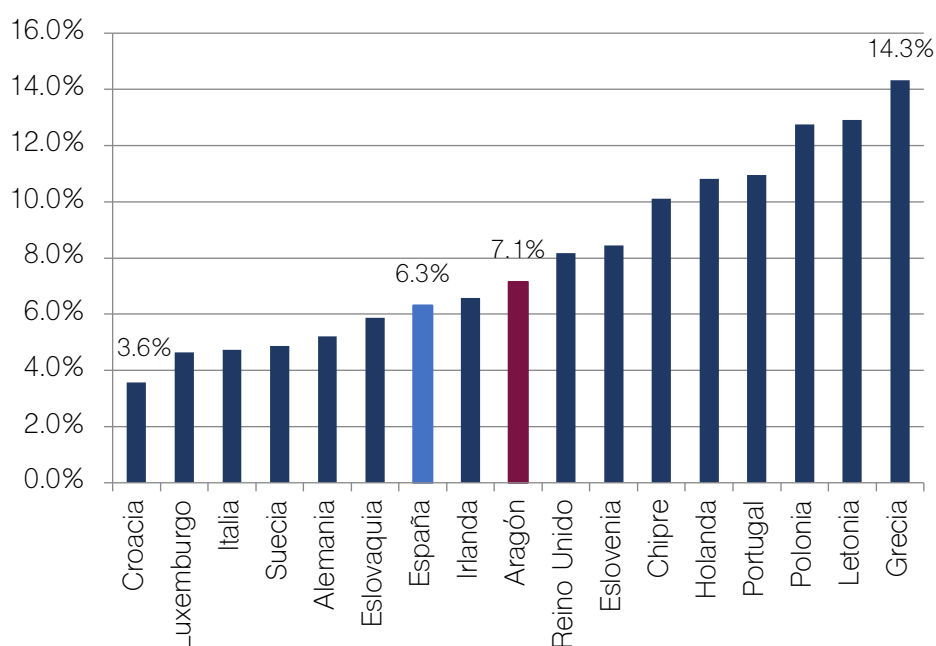
La Figura 1.10 ofrece una comparativa de estas iniciativas entre las regiones españolas. En el gráfico se observa que Aragón se sitúa en el tramo superior de la clasificación. Los valores ofrecidos por nuestra Comunidad se aproximan a los mostrados por las comunidades que ocupan los primeros lugares, como Castilla-León o Cantabria, aunque queda lejos del primer puesto ocupado por Extremadura. En el extremo opuesto se sitúan Ceuta o la Comunidad de Madrid, con guarismos por debajo del 4,5%. En esta clasificación es importante destacar que una lectura retrospectiva de los informes presentados en años anteriores muestra que Aragón se sitúa sistemáticamente en la zona noble de la clasificación en la comparación con el resto de comunidades autónomas, con las implicaciones que tiene la consolidación del emprendimiento para la creación de riqueza.

Figura 1.10. Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas



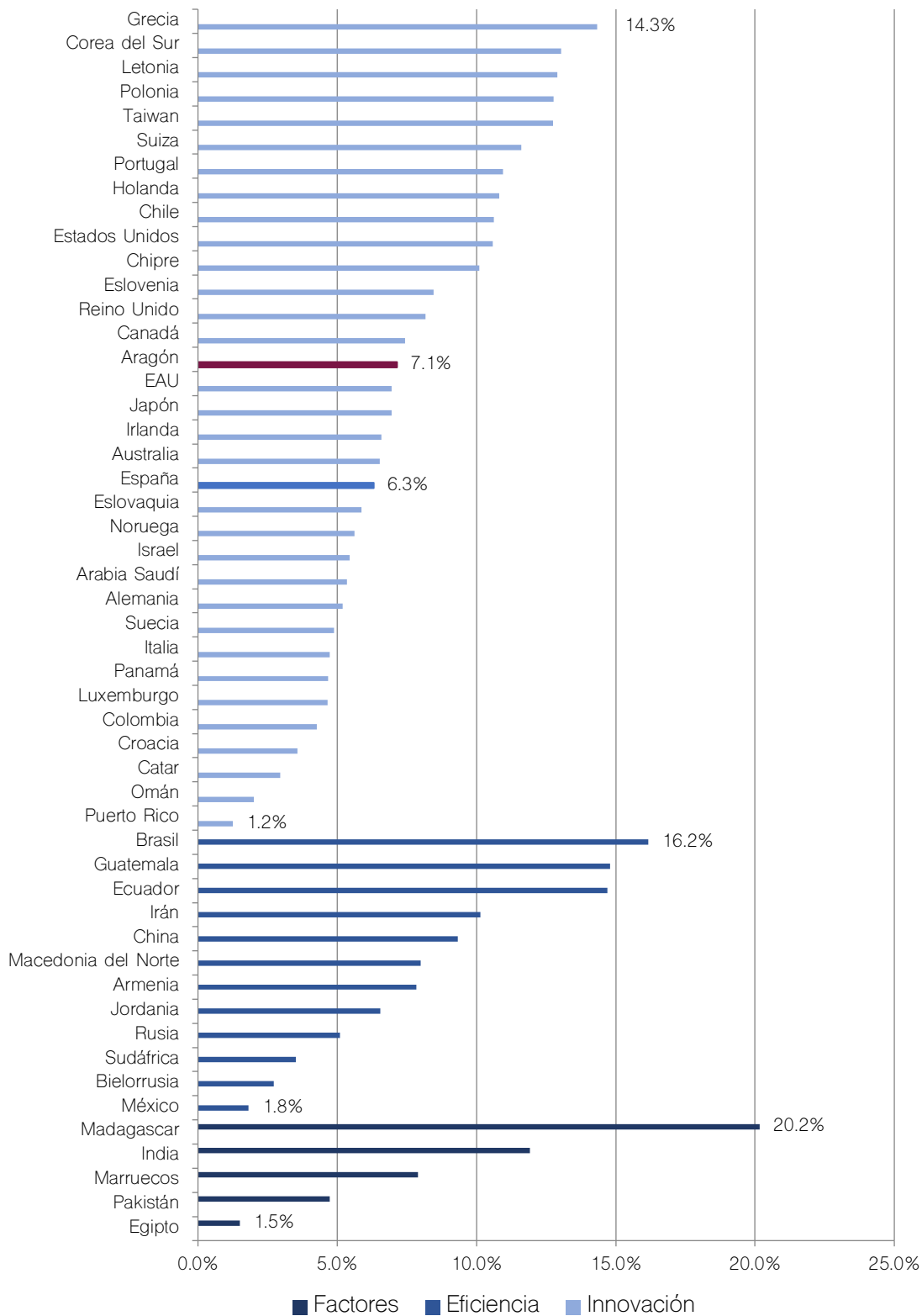
La Figura 1.11 recoge la tasa de iniciativas consolidadas en el contexto de la UE. En este caso, Aragón ocupa una posición intermedia en esta clasificación. Sobresalen en las primeras posiciones Grecia, Letonia o Polonia. Los países con menor tasa de actividades consolidadas dentro del marco de la UE son Croacia, Luxemburgo o Italia, que muestran cifras en el entorno del 4% o incluso inferiores.

Figura 1.11. Actividad empresarial consolidada en la UE



Finalmente, la Figura 1.12 compara Aragón con el conjunto de países participantes en el proyecto GEM. A la cabeza de iniciativas consolidadas entre los países desarrollados se encuentra Grecia. Entre los países de renta media destaca Brasil, mientras que Madagascar lo hace entre las economías menos desarrolladas. En la cola de los tres grupos sobresalen Puerto Rico, México y Egipto.

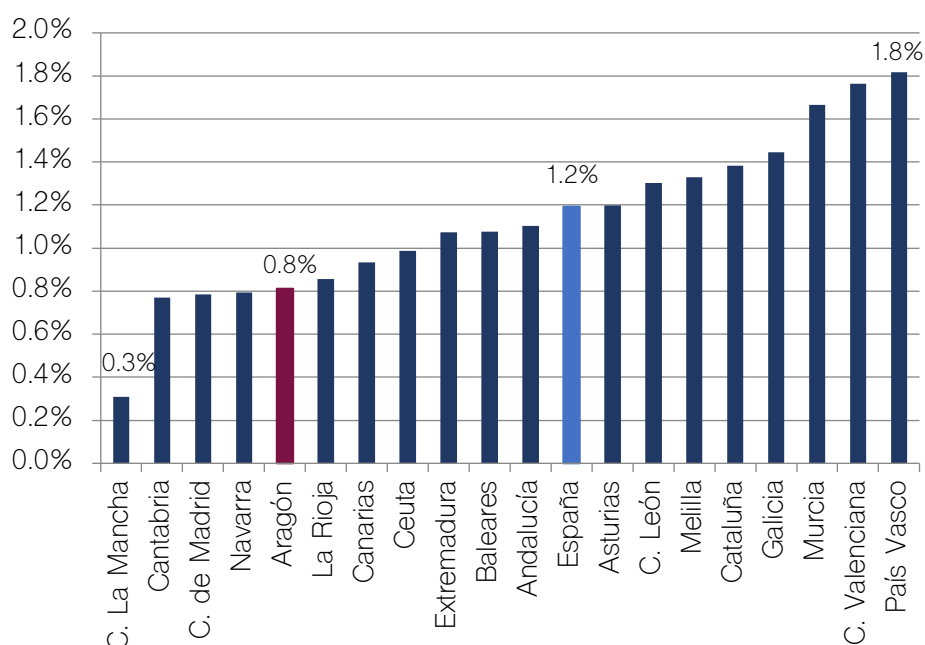
Figura 1.12. Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2019-2020, clasificados en función de su nivel de renta



Este apartado finaliza con el análisis del porcentaje de adultos que han abandonado una iniciativa en el último año. Es importante notar que este abandono hace referencia a lo que anteriormente se ha denominado como cierre real y, por tanto, se dejan fuera aquellas actividades que han sido abandonadas por un traspaso o venta, real o posible. En la Figura 1.13 se observa que la tasa de abandonos en Aragón se sitúa en el tramo “más favorable” de la clasificación, superado por Castilla La Mancha y con valores muy próximos a Cantabria, la Comunidad de Madrid o Navarra. Entre las comunidades que mayor tasa de abandono presentan, nos encontramos con el País Vasco, la Comunidad Valenciana o Murcia.

En definitiva, como conclusión de lo anterior, cabe señalar que Aragón se ha caracterizado en los últimos años por guarismos comparativamente altos en la tasa de iniciativas consolidadas y bajos en tasa efectiva de abandonos. Ello supone que, aunque la tasa de creación de nuevas empresas ha sido algo más baja que en otras regiones, al considerar conjuntamente las tres dimensiones Aragón se encuentra en una posición algo más favorable que otras comunidades de nuestro entorno.

**Figura 1.13. Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas**

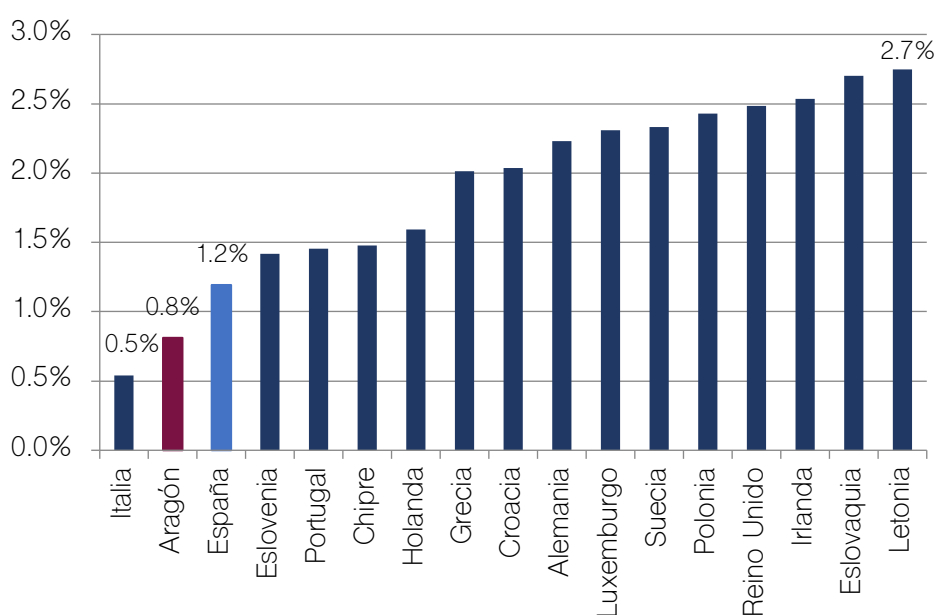


La Figura 1.14 recoge información sobre el abandono de iniciativas considerando todos los países GEM pertenecientes a la Unión Europea. Las mayores tasas se



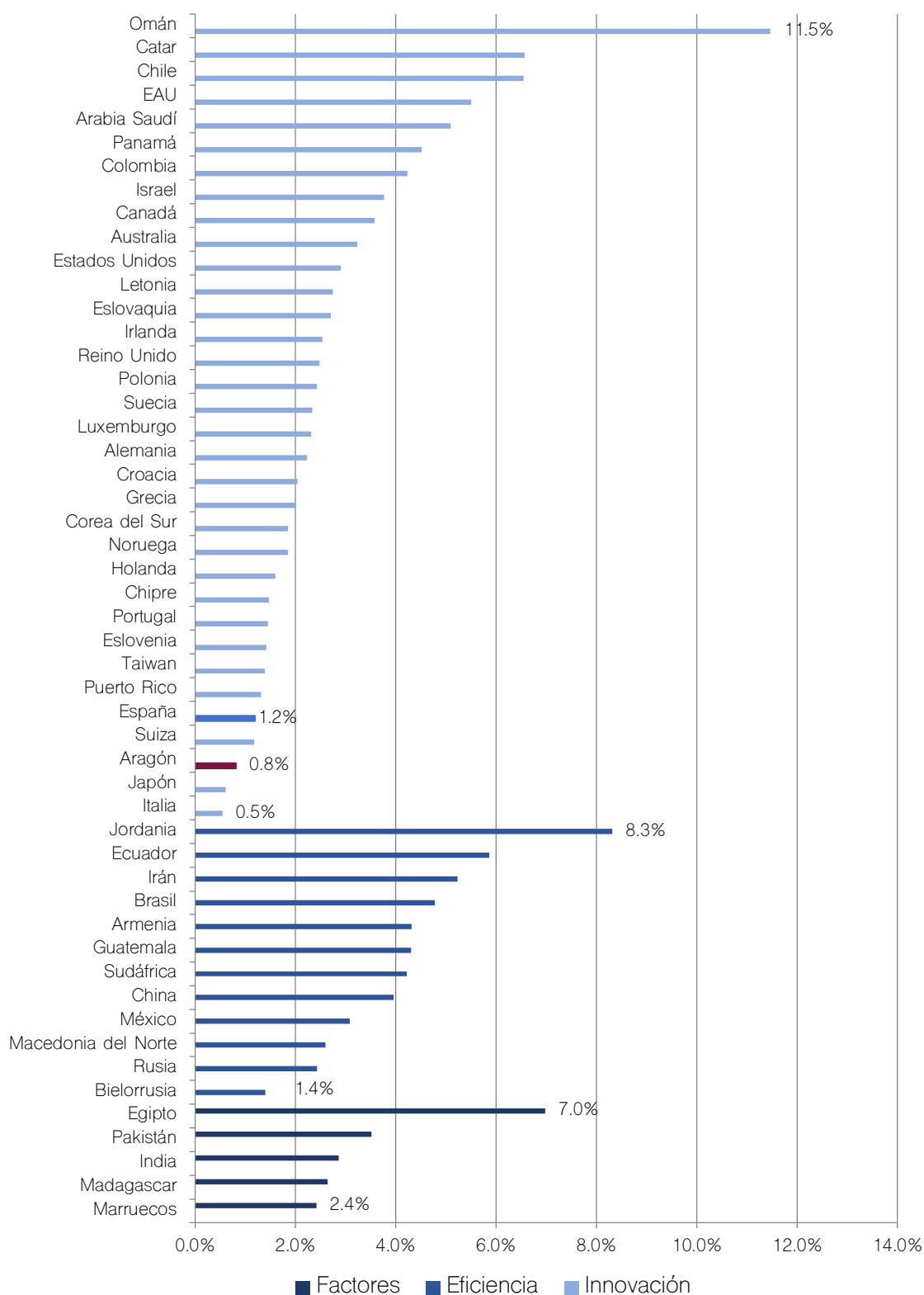
observan en Letonia (2,7%). Aragón, por el contrario, se encuentra en el extremo inferior, ocupando un lugar privilegiado de la clasificación, solo superado por Italia. Es importante destacar esta cifra por cuanto el abandono de las iniciativas emprendedoras es uno de los aspectos que más interés despierta en los poderes públicos. Esta posición de Aragón, en la comparación con los países de la UE, muestra que en nuestra Comunidad las iniciativas que se ponen en marcha tienen más visos de subsistir y, por lo tanto, de contribuir al desarrollo económico del territorio.

Figura 1.14. Porcentaje de actividades abandonadas en la UE



Finalmente, la Figura 1.15 contiene información para el conjunto de países que participan en el proyecto GEM. Aragón ocupa posiciones de privilegio en esta clasificación. Entre las economías más desarrolladas, Aragón se sitúa de nuevo en puestos muy destacados, solo superado por Italia o Japón, y muy lejos de los valores que presentan Omán, Catar o Chile. Entre las economías de renta media destacan países como Jordania o Ecuador, que muestran las tasas de abandono más altas, mientras que Bielorrusia se sitúa en el extremo opuesto. Finalmente, entre las economías menos desarrolladas, el mayor y menor valor corresponden a Egipto y Marruecos, respectivamente.

Figura 1.15. Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2019-2020, clasificados en función de su nivel de renta



## 1.7. Potencial emprendedor

El capítulo inicial del informe GEM Aragón 2019 concluye analizando el potencial emprendedor de la región, tanto en lo que se refiere a su evolución en los últimos años como a su comparación con otras comunidades autónomas o países. El potencial emprendedor se mide a través del porcentaje de la población adulta que manifiesta tener intención de comenzar una nueva actividad empresarial en los próximos tres años.

La Tabla 1.6 analiza el potencial emprendedor registrado para Aragón en el horizonte temporal que comprenden el periodo 2014-2019. En 2019, un 5,5% de la población adulta declara tener intención de iniciar una actividad a corto o medio plazo. Este valor se encuentra por debajo del observado en el periodo anterior (7,7%). Este descenso puede estar condicionado por un clima en el que empezaban a apuntarse ciertos síntomas de ralentización de la economía.

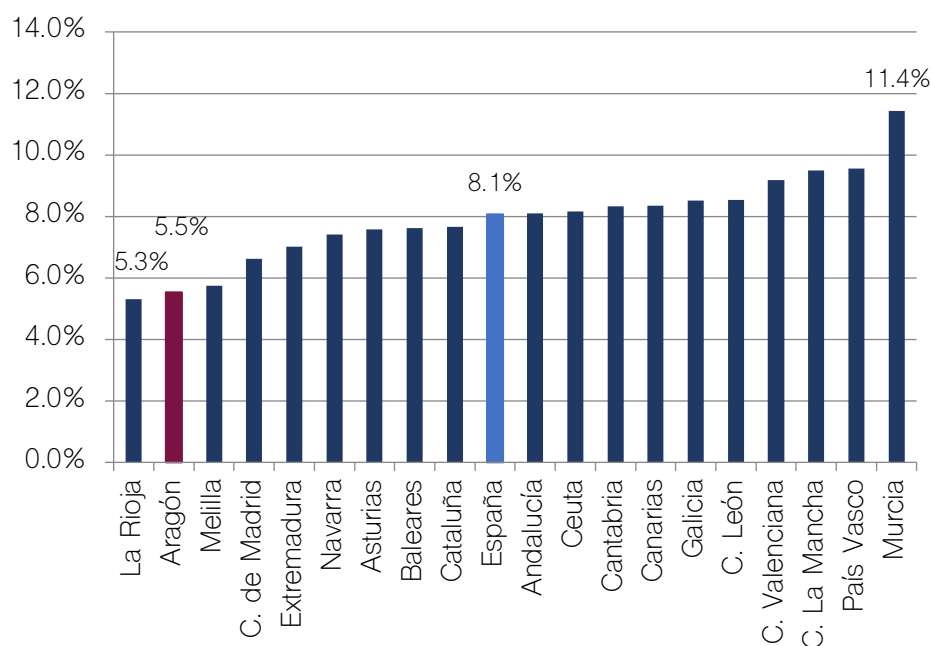
Si aplicamos el porcentaje de emprendedores potenciales sobre el total de la población adulta aragonesa, y bajo los mismos supuestos estadísticos que en el resto del capítulo, se puede estimar que el número de personas que planean iniciar una actividad económica en los próximos tres años se sitúa en el entorno de las 44.500.

**Tabla 1.6. Estimación del número de emprendedores potenciales en 2019 y comparación con el período 2014-2018**

	Número de emprendedores potenciales	% sobre población entre 18 y 64 años
2019	44.524	5,5
2018	62.383	7,7
2017	34.850	4,3
2016	40.451	5,0
2015	40.446	4,9
2014	50.580	6,0

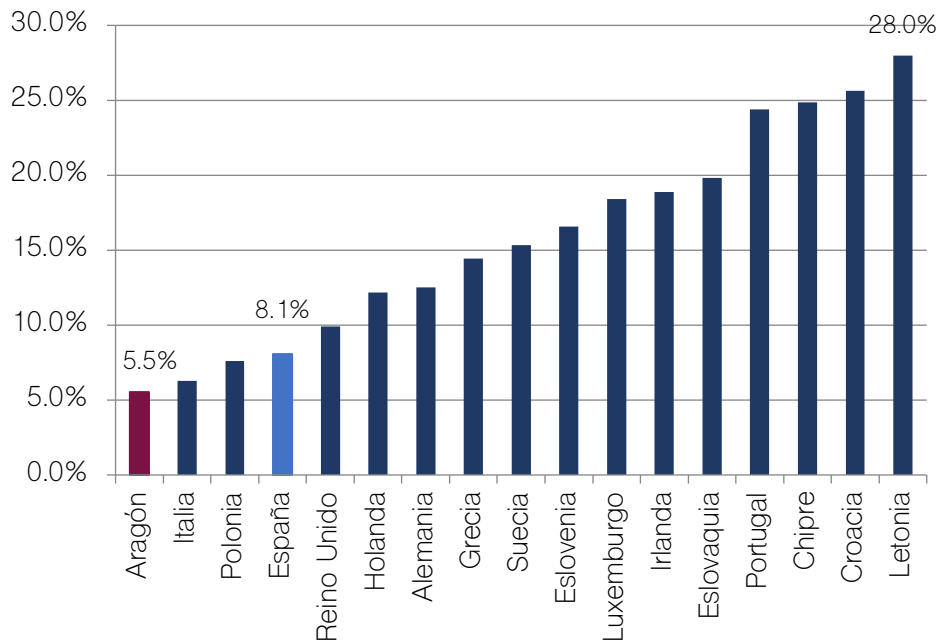
La Figura 1.16 compara el potencial emprendedor de las diferentes regiones españolas. La tasa de emprendimiento potencial sitúa a la comunidad en la zona baja de la clasificación, solo superada por La Rioja. En el plano positivo destaca, con cierta holgura, Murcia (11,4%).

Figura 1.16. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española



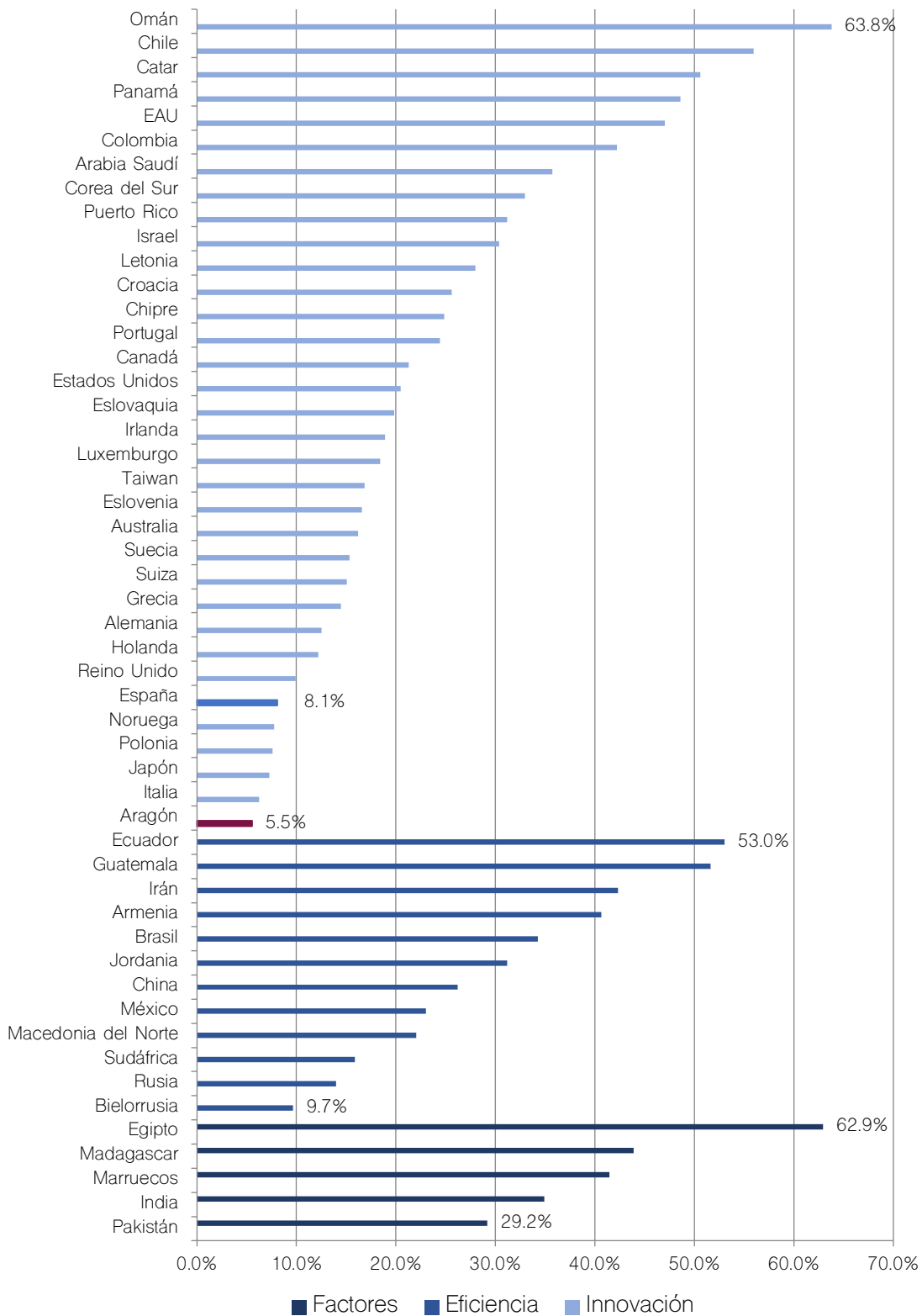
La Figura 1.17 presenta información para los diferentes países miembros de la Unión Europea que participan en el proyecto GEM. La tasa de potencial emprendedor de Aragón sitúa a la comunidad en el tramo inferior del bloque de países de la UE, aunque próxima a los valores mostrados por Italia o Polonia. En el extremo superior destaca Letonia, donde un 28% de sus ciudadanos se considera un emprendedor en potencia.

Figura 1.17. Porcentaje de emprendedores potenciales en la UE



Para concluir, la Figura 1.18 muestra la comparación con el conjunto de países GEM. De nuevo, el potencial emprendedor aragonés se sitúa en tramo bajo del panel, junto a países como Italia, Japón o Polonia. Entre los países de renta media destacan Ecuador y Guatemala, mientras que entre los de menor nivel de renta lo hacen Egipto o Madagascar.

Figura 1.18. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2019-2020, clasificados en función de su nivel de renta



## CAPÍTULO 2

### TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

---

#### 2.1. Introducción

El capítulo 1 ofrece al lector una panorámica del comportamiento emprendedor en la Comunidad Autónoma mediante el análisis de indicadores como la intención de comenzar una actividad, las actividades en proceso de desarrollo y consolidación, las actividades ya consolidadas y el abandono de actividades. La principal conclusión que se deriva del primer capítulo es que, aunque la tasa de emprendimiento en Aragón se sitúa por debajo de la media nacional para 2019, existe cierta persistencia de las iniciativas emprendedoras en nuestra Comunidad, que se manifiesta a través de un relativamente elevado nivel de consolidación y un reducido nivel de abandono efectivo.

El capítulo 2 avanza en el estudio del emprendimiento en Aragón a través del análisis de los motivos de los emprendedores para poner en marcha alguna iniciativa. Tradicionalmente, el informe GEM ha abordado las motivaciones del emprendedor para iniciar una actividad centrandolo en argumentos relacionados con la identificación de una oportunidad de negocio o con la necesidad de llevar a cabo una iniciativa para poder subsistir. Sin embargo, el informe de 2019 supone una ruptura con este patrón, de tal forma que se extiende el abanico de razones que pueden motivar el inicio de una actividad. Esta nueva taxonomía incluye las siguientes alternativas:

1. Para marcar una diferencia en el mundo.
2. Para crear riqueza.
3. Para continuar con la tradición familiar.
4. Para sobrevivir en un contexto en el que el trabajo resulta escaso.

## 2.2. Las motivaciones para emprender en Aragón

La Tabla 2.1 nos permite ver, para el año 2019, cuáles han sido las motivaciones principales para emprender en nuestra Comunidad y su comparación con las motivaciones a nivel nacional. Antes de comentar el contenido de esta tabla, es necesario realizar dos apreciaciones. La primera, es que las nuevas categorías no tienen correspondencia con las anteriores, *emprendimiento por oportunidad* y *emprendimiento por necesidad*, lo que dificulta la comparación de estos valores con los de la serie histórica. Cabe recordar, en todo caso, que para el año 2018 el emprendimiento por oportunidad representaba el 65,8%, el emprendimiento por necesidad el 20,3% y el resto era imputable a otros motivos o a una combinación de ambos. La segunda consideración es que estas nuevas categorías no son excluyentes, lo que implica que las motivaciones para poner en marcha un negocio han podido ser diversas. En consecuencia, no debemos esperar que la suma de estas motivaciones arroje un 100%. Una vez realizadas estas puntualizaciones, la comparativa entre Aragón y España permite observar un patrón francamente similar, aunque España se sitúa ligeramente por encima de Aragón en tres de estas cuatro motivaciones. Así, “Marcar una diferencia” representa el 46,8% en Aragón frente al 49,4% en España, “Crear riqueza” el 56,7% en Aragón, mientras que en España supone un 59,5%. Y “Sobrevivir” aglutina el 40,8% en Aragón frente al 42,3% en España. El único motivo en el que los aragoneses *destacan* en relación con el resto del país es el que hace referencia continuación con la tradición familiar, donde el valor para Aragón (23,8%) casi dobla a la media nacional (13,3%), en una posible indicación de que la empresa familiar en nuestra Comunidad tiene un peso sustancial en comparación con el concierto nacional.

Tabla 2.1. Motivaciones para emprender. Aragón vs. España

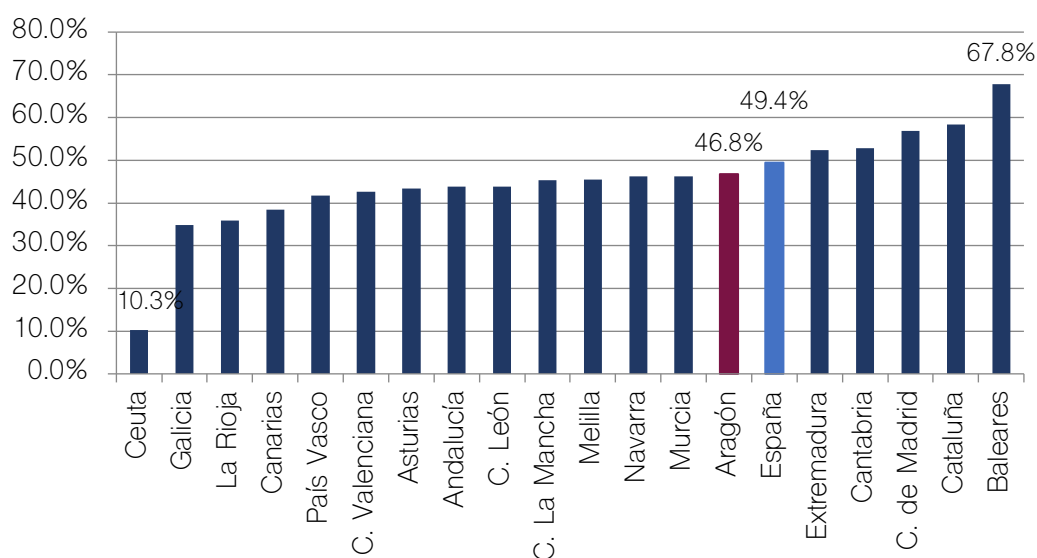
	Aragón	España
Marcar una diferencia	46,8%	49,4%
Crear riqueza	56,7%	59,5%
Continuar tradición familiar	23,8%	13,3%
Sobrevivir	40,8%	42,3%



A continuación, y siguiendo con la senda de comparaciones entre territorios adoptada en el capítulo anterior, se muestran los valores vinculados a las distintas motivaciones para emprender por comunidades autónomas, en la Unión Europea, y en los países que participan en el proyecto GEM a nivel mundial.

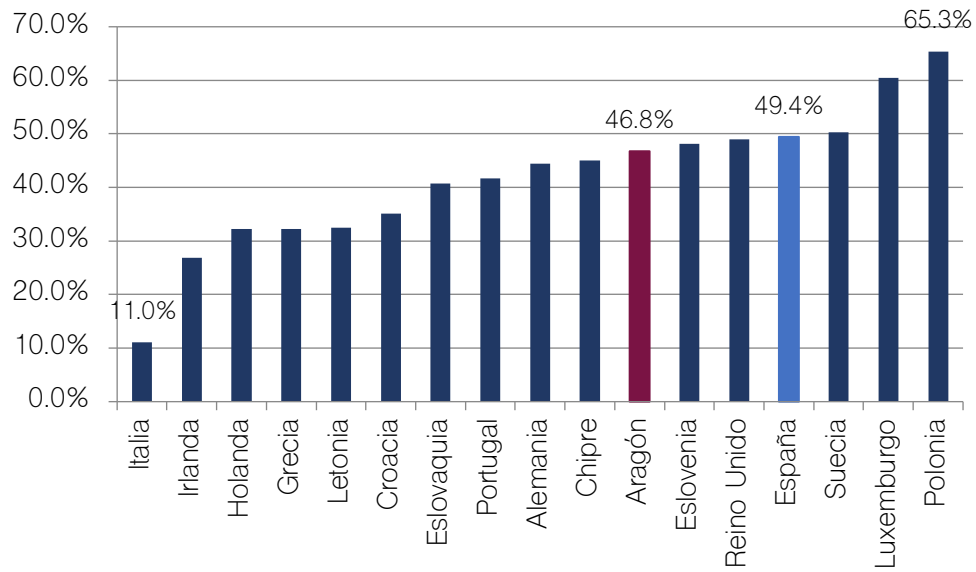
La Figura 2.1 ofrece información sobre el peso de la motivación “Marcar una diferencia” en el mundo en el contexto nacional. Se observa que Aragón se sitúa en el tercio superior de una clasificación en la que destaca Baleares con un 67,8% de los encuestados que pusieron en marcha su actividad impulsados por este motivo, mientras que en el extremo opuesto se sitúa Ceuta, con un guarismo mucho más bajo (10,3%).

**Figura 2.1. Emprendimiento motivado por “Marcar una diferencia”. Comparación por regiones españolas**



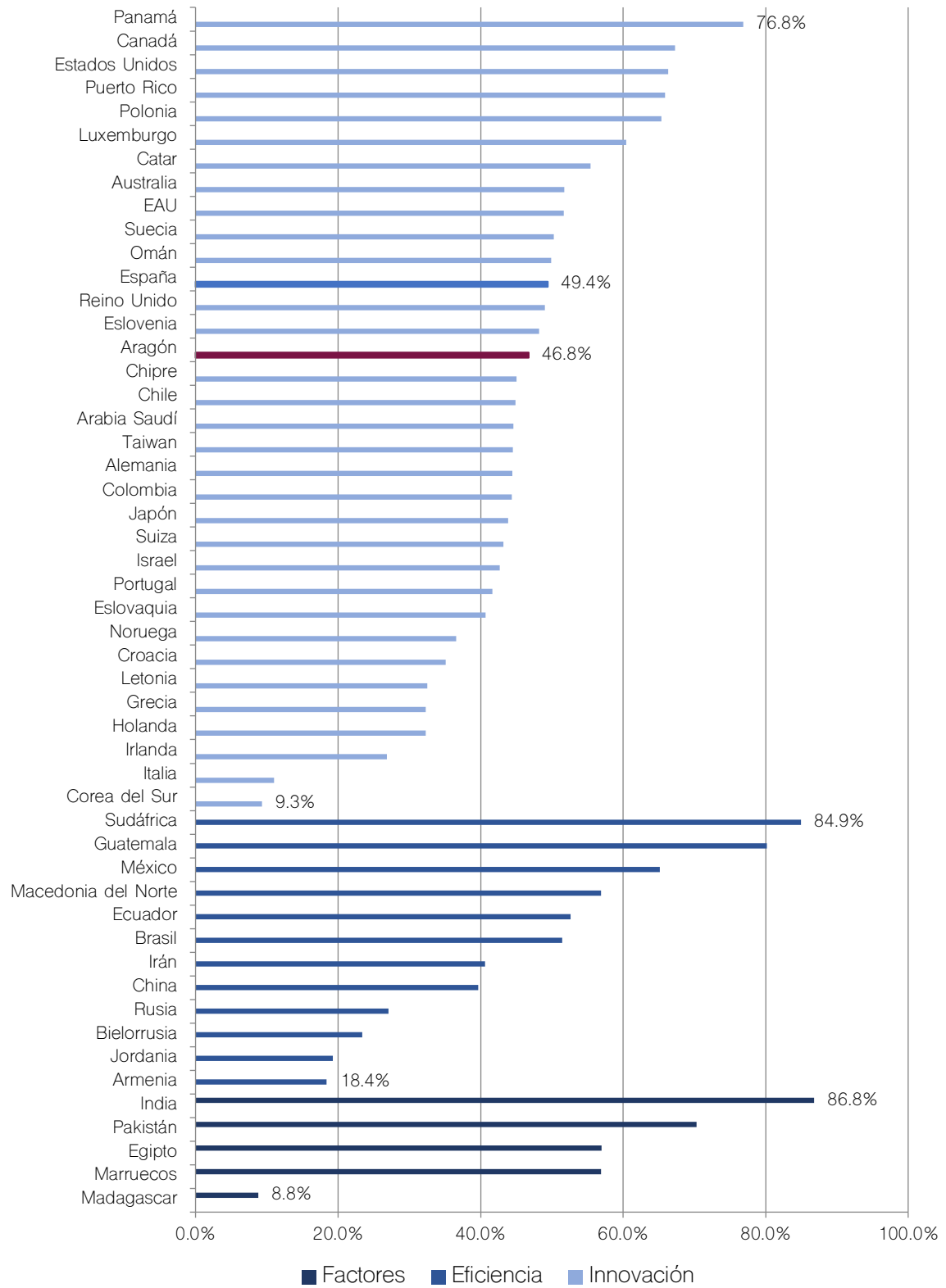
En la comparación a nivel Unión Europea, que se presenta en la Figura 2.2, Aragón se sitúa en la mitad superior con valores muy próximos a países como Eslovaquia o Reino Unido. El primer puesto de esta clasificación lo ocupa Polonia (65,3%), mientras que el último es ostentado por Italia (11%).

Figura 2.2. Emprendimiento motivado por “Marcar una diferencia”. Comparación con la Unión Europea



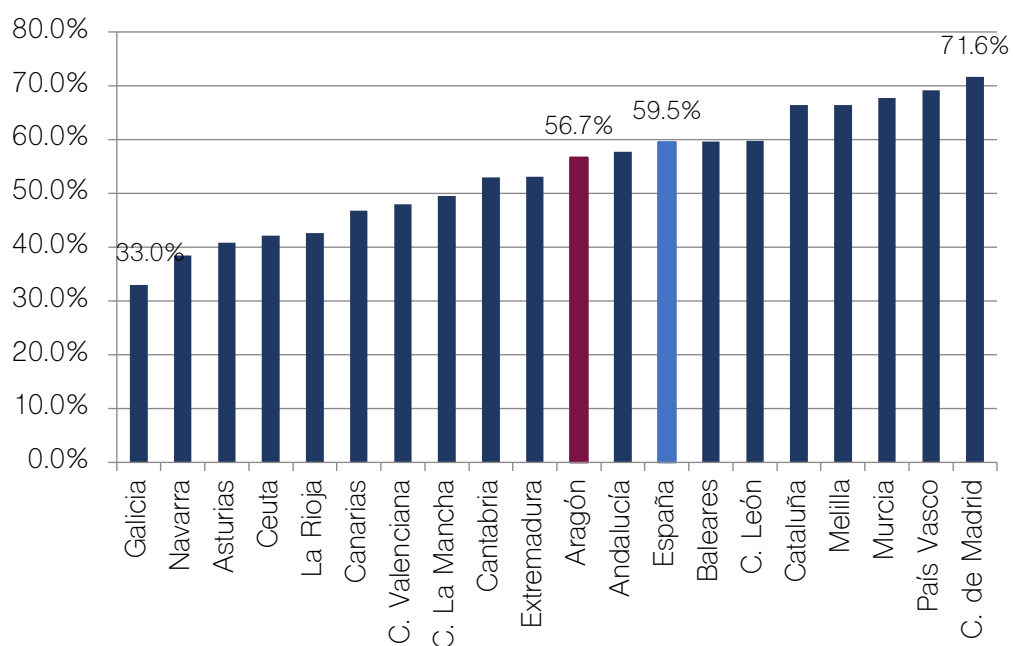
La Figura 2.3 compara los valores para el motivo “Marcar una diferencia” en el mundo en el contexto de todos los países que participan en el proyecto GEM. Entre las economías desarrolladas, Aragón ocupa una posición intermedia, con Panamá (76,8%) y Corea del Sur (9,3%) situadas en los extremos de la clasificación. Entre los países de renta media destaca Sudáfrica (84,9%), mientras que India lo hace entre las economías menos desarrolladas (86,8%).

Figura 2.3. Emprendimiento motivado por “Marcar una diferencia”. Comparación en el mundo



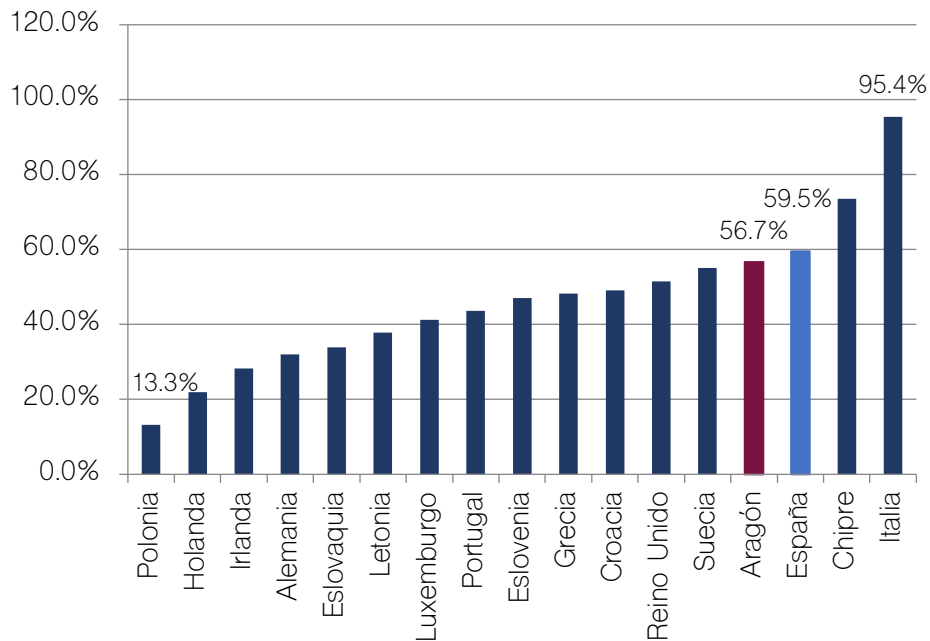
La Figura 2.4 nos muestra las cifras de la motivación “Crear riqueza” para el conjunto de comunidades autónomas. Aragón ocupa una posición intermedia en la clasificación, con porcentajes similares a los de Andalucía o Extremadura. La Comunidad de Madrid se sitúa en lo más alto de esta hipotética clasificación (71,6%), mientras que Galicia (33,0%) lo hace en el extremo opuesto.

Figura 2.4. Emprendimiento motivado por “Crear riqueza”. Comparación por regiones españolas



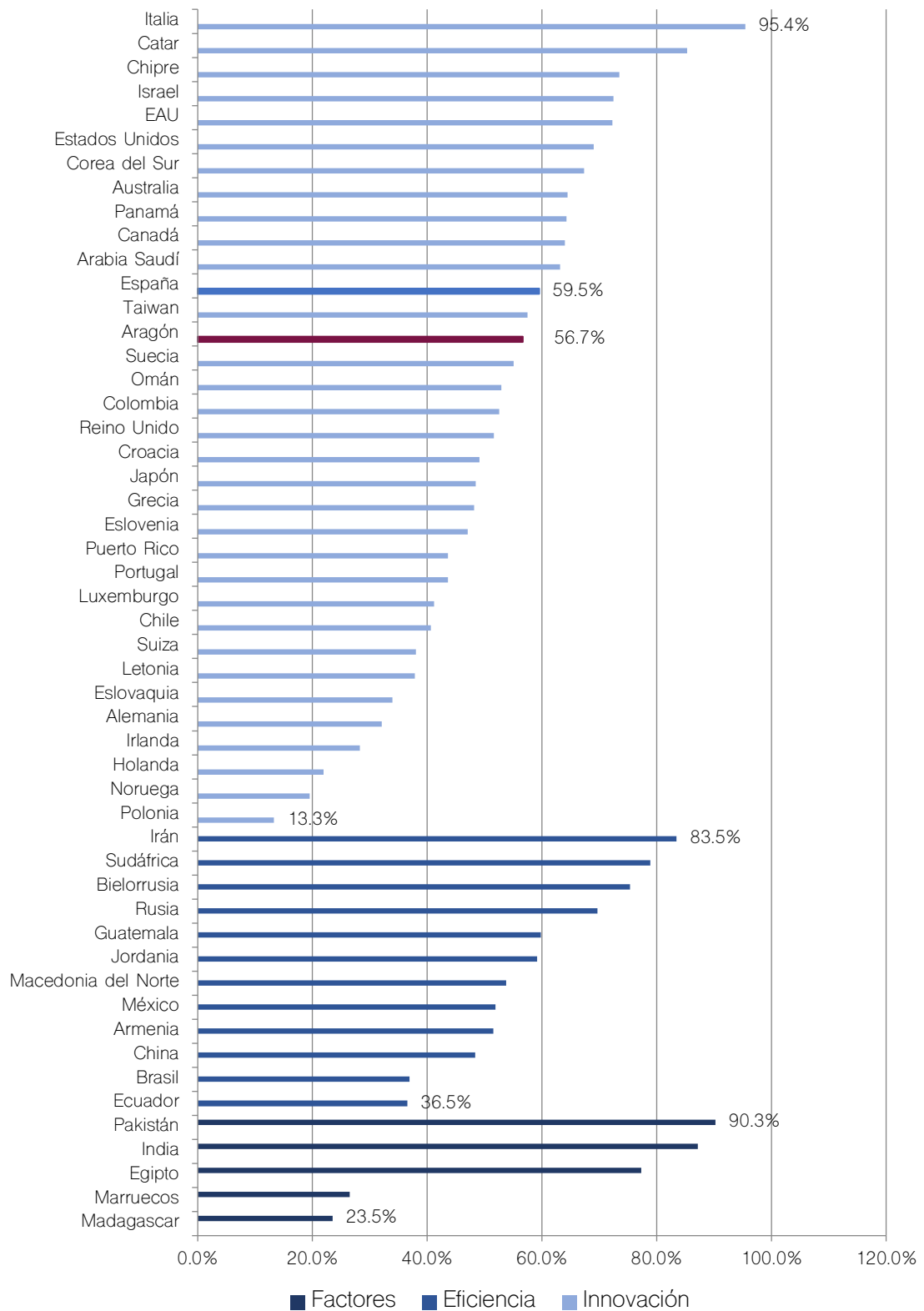
La Figura 2.5 sitúa a Aragón en el primer tercio de la clasificación cuando esta se realiza en el contexto de la Unión Europea. Italia ocupa el primer puesto entre los países considerados (95,4%), mientras que Polonia ofrece el valor más bajo en esta motivación (13,3%).

Figura 2.5. Emprendimiento motivado por “Crear riqueza”. Comparación con la Unión Europea



La Figura 2.6 compara los valores para el motivo “Crear riqueza” en el contexto de los países que participan en el proyecto GEM. Entre los países desarrollados, Aragón ocupa una posición intermedia con Italia (95,4%) y Polonia (13,3%) situadas en los extremos de la clasificación. Entre los países de renta media sobresale Irán (83,5%), mientras que Pakistán lo hace entre las economías con menores niveles de renta (90,3%).

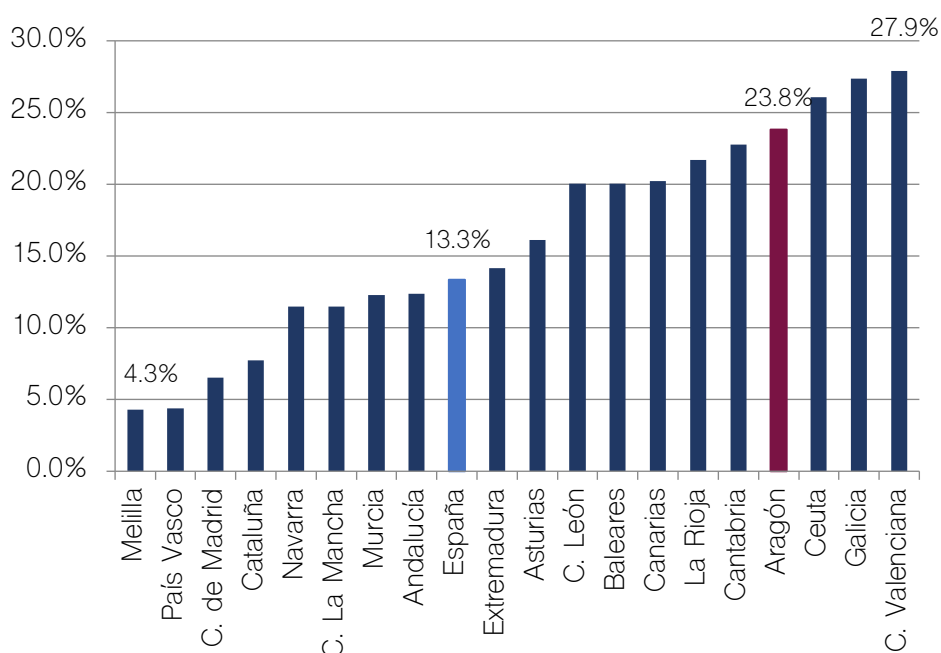
Figura 2.6. Emprendimiento motivado por “Crear riqueza”. Comparación en el mundo



La Figura 2.7 ofrece información de la motivación “Continuar con la tradición familiar” en el contexto nacional. Aragón ocupa en este caso una posición destacada, solo superado por Ceuta, Galicia y la Comunidad Valenciana, que comanda la clasificación con un 27,9%. En el extremo opuesto se sitúan Melilla (4,3%) y País Vasco.

Figura 2.7. Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar”.

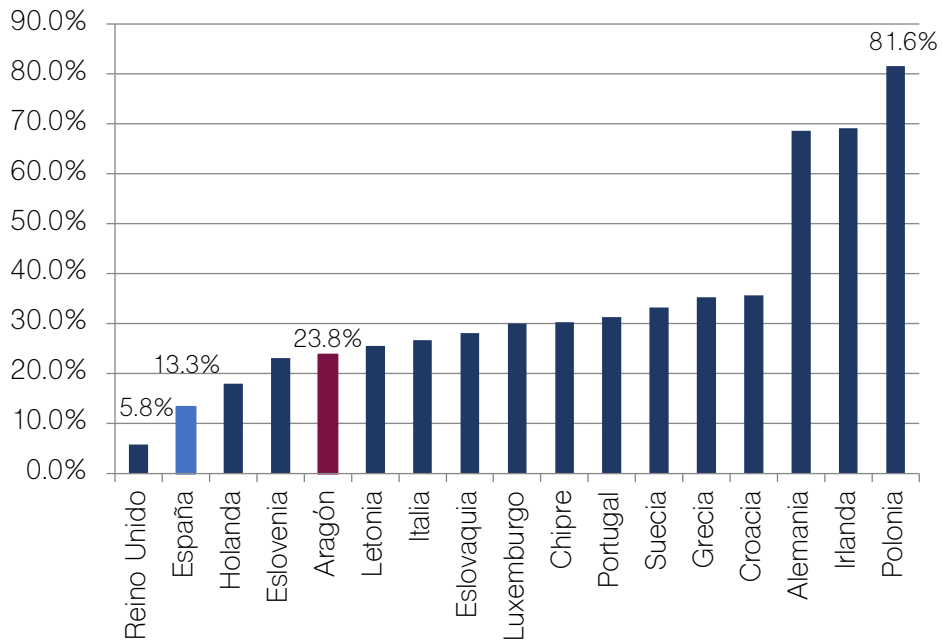
Comparación por regiones españolas



La Figura 2.8 sitúa a Aragón en el último tercio de la clasificación cuando esta se realiza en el contexto de la Unión Europea. Sobresalen en esta clasificación, con mucha diferencia respecto del resto de países, Polonia, Irlanda y Alemania, mientras que Reino Unido ocupa el último puesto.

Figura 2.8. Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar”.

Comparación Unión Europea

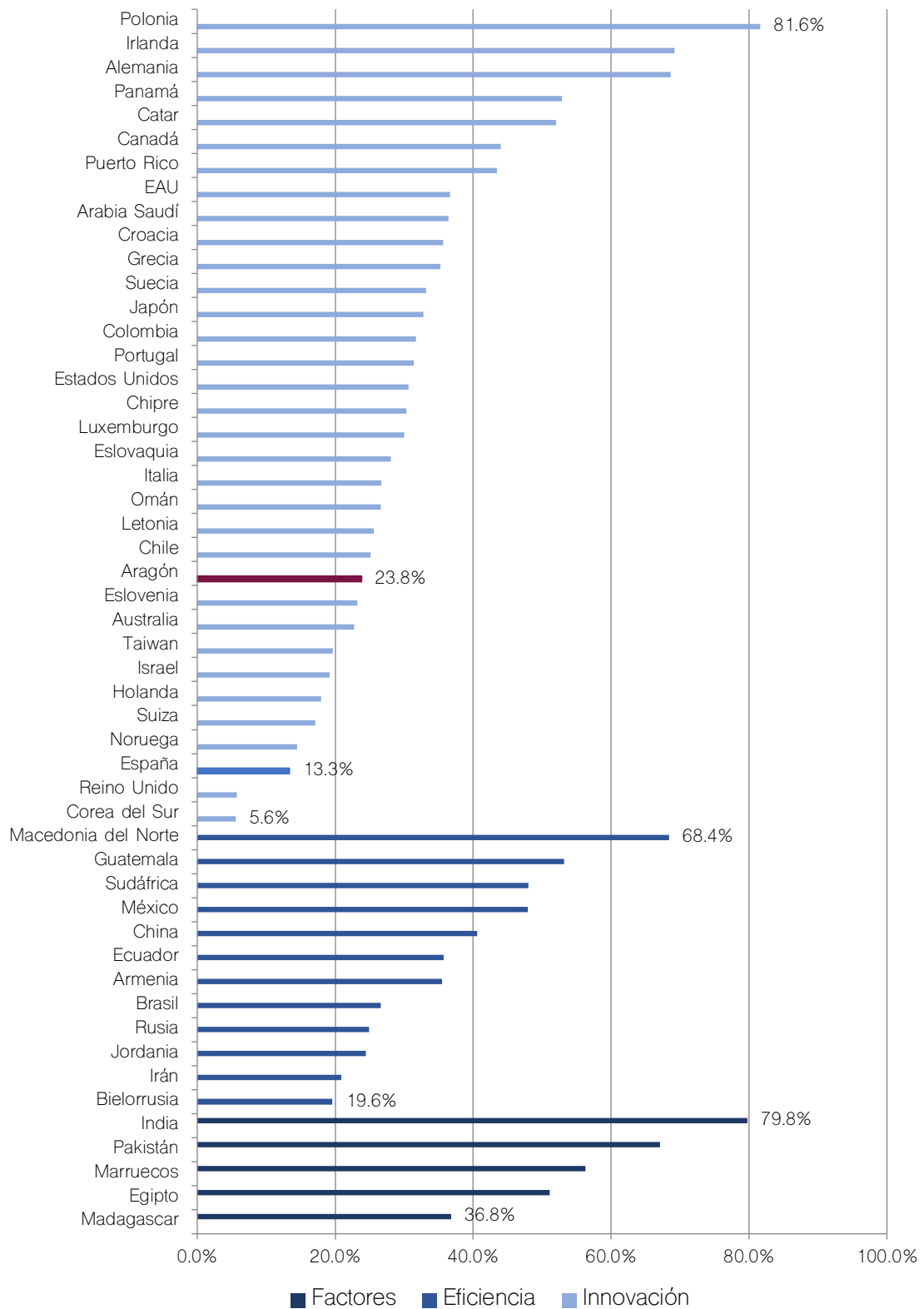


La Figura 2.9 incorpora todos los países que participan en el proyecto GEM a nivel mundial en la comparación del motivo “Continuar la tradición familiar”. Entre los países desarrollados, Aragón vuelve a situarse en el último tercio de la clasificación, que sitúa a Polonia (81,6%) y Corea del Sur (5,6%) en los extremos. Entre los países de renta media sobresale Macedonia del Norte (68,4%), mientras que India lo hace entre las economías menos desarrolladas (79,8%).



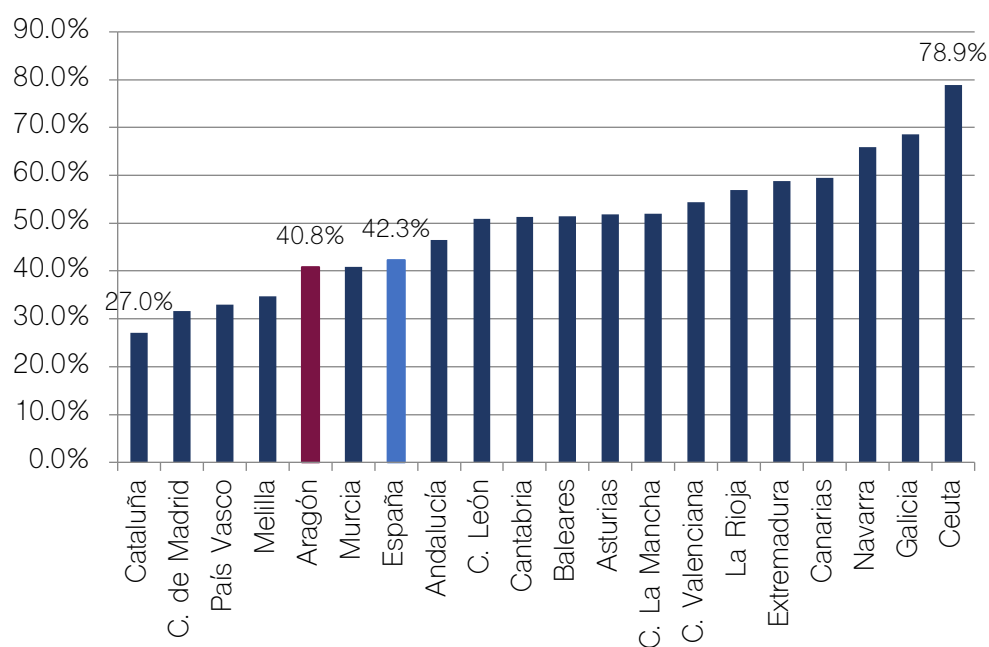
Figura 2.9. Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar”.

Comparación en el mundo



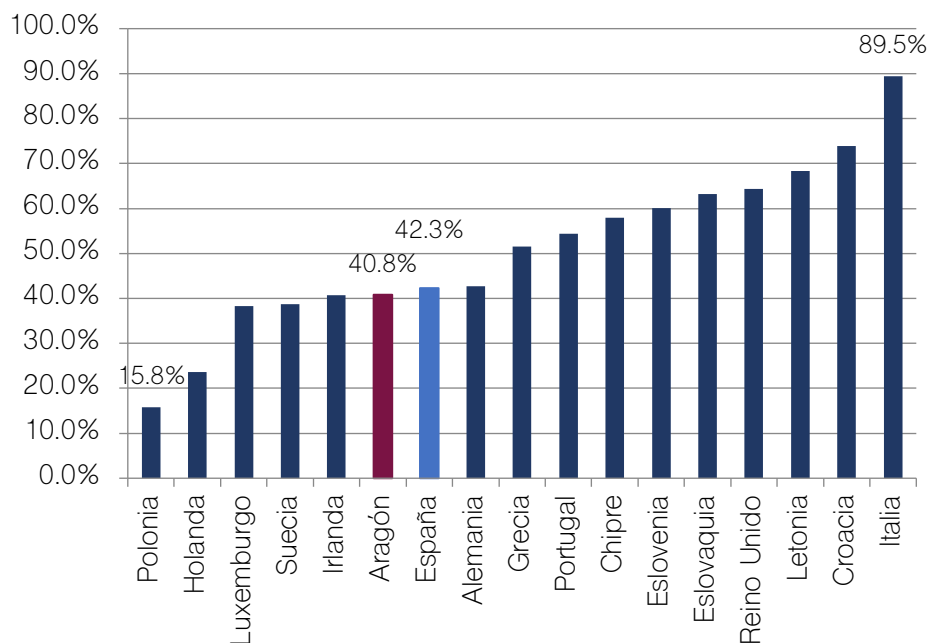
La última de las motivaciones a analizar es la relacionada con la subsistencia. La Figura 2.10 compara las cifras para este motivo en el contexto nacional. Aragón se sitúa ahora en el último tercio de una clasificación que comanda Ceuta, donde un 78,9% de los encuestados manifiesta haber puesto en marcha su empresa con el fin de sobrevivir. Cataluña ocupa el último lugar, con un 27,0%.

Figura 2.10. Emprendimiento motivado por “Sobrevivir”. Comparación por regiones españolas



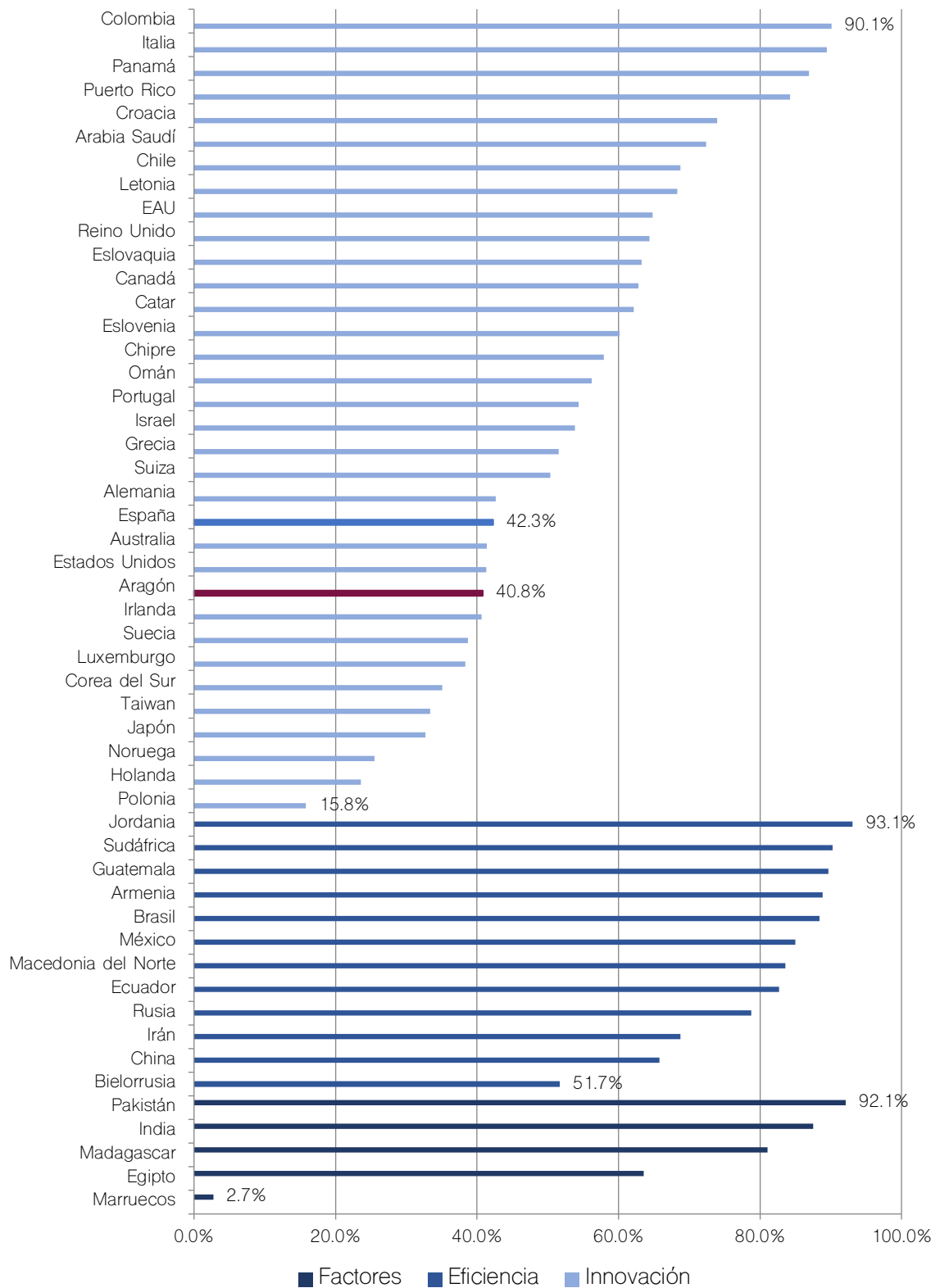
La Figura 2.11 sitúa a Aragón en la segunda mitad de la clasificación cuando la comparación se realiza en el contexto de la Unión Europea. Italia ocupa el primer puesto (89,5%), mientras que Polonia ofrece el valor más bajo en esta motivación (15,8%).

Figura 2.11. Emprendimiento motivado por conseguir “Sobrevivir”. Comparación con la Unión Europea



Finalmente, la Figura 2.12 compara los valores para el motivo “Sobrevivir” con los de los países que participan en el proyecto GEM en el mundo. Entre los países desarrollados, Aragón ocupa una posición rezagada, con Colombia (90,1%) y Polonia (15,8%) situadas en los extremos de la clasificación. Entre los países de renta media destaca Jordania (93,1%), mientras que Pakistán lo hace entre las economías de menor nivel de renta (92,1%).

Figura 2.12. Emprendimiento motivado por “Sobrevivir”. Comparación con el mundo



## CAPÍTULO 3

# CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

---

### 3.1. Introducción

El objetivo de este capítulo es profundizar en las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor que se desarrolla en Aragón. Cada uno de los epígrafes que contiene se centra en conocer con detalle algunas de las dimensiones que caracterizan a las empresas aragonesas, tanto en lo que se refiere al emprendimiento incipiente como al consolidado. En particular, las dimensiones analizadas son las que figuran a continuación:

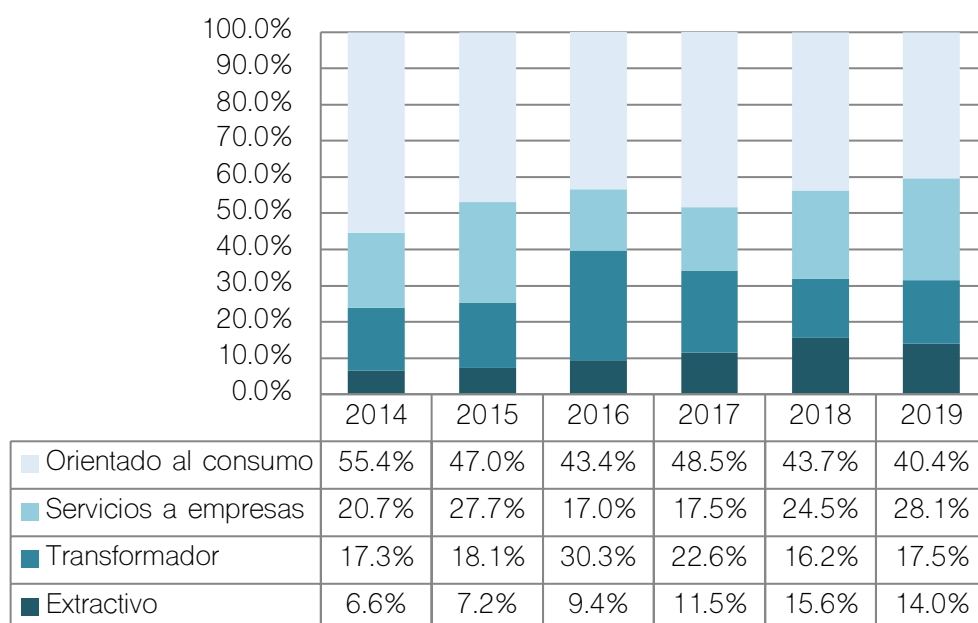
- Sector general de actividad en el que operan (3.2)
- Número de propietarios de las iniciativas (3.3)
- Dimensión de las iniciativas, en número de empleados que tienen (3.4)
- Potencial de crecimiento a cinco años, en número de empleos esperados (3.5)
- Nivel tecnológico del sector (3.6)
- Innovación en las iniciativas: en producto y en proceso (3.7)
- Internacionalización (3.8)

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

El Informe GEM clasifica las iniciativas emprendedoras en cuatro grandes sectores de actividad: sector orientado al consumo, servicios a empresas, sector transformador y sector extractivo. En la Figura 3.1 se muestra la distribución de todas las iniciativas en fase emprendedora en función de dicha clasificación.

Como viene siendo recurrente a lo largo de la serie histórica, el sector que concentra la mayor proporción de nuevas empresas continúa siendo el orientado al consumo, que aglutina en 2019 un 40,4% del total de las iniciativas, porcentaje ligeramente inferior al observado en el periodo anterior (43,7%). A continuación, se sitúan los servicios a empresas, que representan algo más de una de cada cuatro nuevas empresas (28,1%), el sector transformador (17,5%) y el extractivo (14%). Los servicios a empresas y el sector transformador aumentan ligeramente su presencia en relación al ejercicio anterior (28,1% frente a 24,5% y 17,5% frente a 16,2%, respectivamente). Por el contrario, el sector orientado al consumo y el extractivo experimentan ligeros retrocesos (en este caso, 40,4% frente a 43,7% y 14,0% frente a 15,6%, respectivamente).

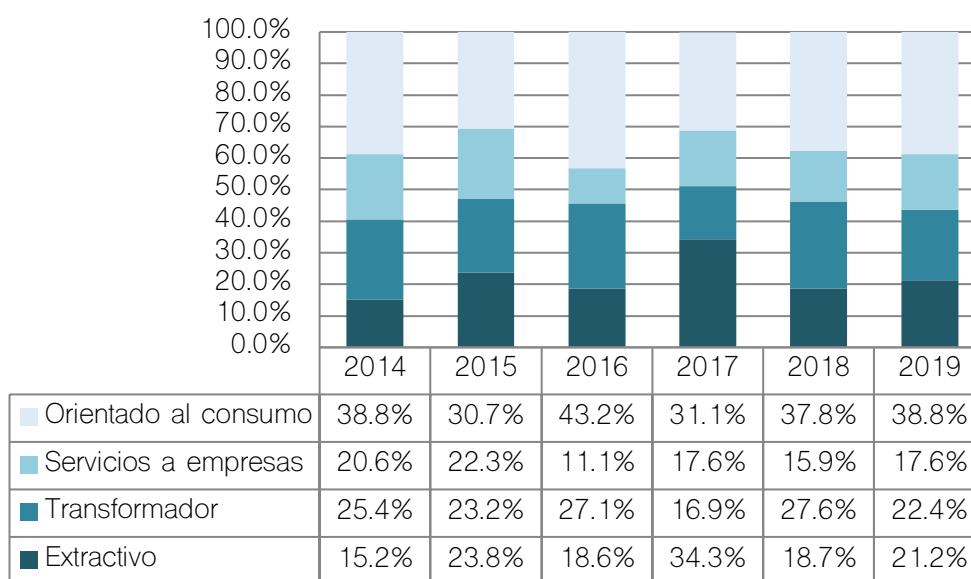
**Figura 3.1. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2014-2019)**



La Figura 3.2 muestra la distribución de las empresas que superan los 42 meses en función del sector de actividad al que pertenecen. Las actividades orientadas al consumo vuelven a ser las más habituales también en este caso (representan el 38,8% del total), aunque su peso es ligeramente más bajo que en las iniciativas en fase emprendedora, seguramente porque se trata de empresas cuya creación es más frecuente como consecuencia de su reducido tamaño y limitadas exigencias para su

puesta en marcha, pero también es mayor el número de cierres. Una valoración opuesta puede hacerse de las empresas en el sector transformador: en la medida en que son más exigentes en cuanto a compromiso de recursos, su creación es menos frecuente, pero aquellas que se ponen en marcha tienen una vida útil más larga, por lo que su peso relativo dentro del emprendimiento consolidado alcanza el 22,4% en 2019. Por su parte, los servicios a empresas y el sector extractivo aglutinan, respectivamente, el 17,6% y el 21,2% de las empresas consolidadas. Si observamos la evolución de cada uno de los sectores y la comparamos con el año anterior, podemos comprobar como se produce un incremento del peso del sector orientado al consumo, de los servicios a empresas y del sector extractivo. Es decir, el sector transformador es el único que pierde importancia respecto a 2018.

**Figura 3.2. Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2014-2019)**



### 3.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras

La Tabla 3.1 muestra información relativa al número medio de propietarios de las iniciativas nacientes (las asociadas a la puesta en marcha del negocio, pero que no han pagado salarios ni obtenido beneficios por un período superior a los tres meses), nuevas (las que llevan en funcionamiento hasta 42 meses) y consolidadas (las que

han superado los tres años y medio de existencia). Esta información está referida al horizonte temporal 2014-2019.

Las cifras correspondientes a 2019 confirman que no hay grandes variaciones en el número de propietarios a lo largo de la serie analizada. Para este año, el número de propietarios se sitúa en 1,60, lo que representa un ligero aumento respecto a la cifra de 2018 (1,52). En el caso del emprendedor consolidado, el número de propietarios por iniciativa (2,06) constituye una pequeña desviación al alza en relación a la tendencia mostrada por la serie a lo largo de los últimos años, en los que el tamaño de estas empresas consolidadas se había mantenido estable, en valores cercanos a 1,7 propietarios por iniciativa.

**Tabla 3.1. Número medio de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas**

	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
2014	1,66	1,83	1,73	1,77
2015	1,62	1,51	1,54	1,68
2016	2,11	2,21	2,14	1,65
2017	2,21	1,61	1,86	1,66
2018	1,29	1,70	1,52	1,66
2019	1,66	1,57	1,60	2,06

### 3.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y de las empresas consolidadas

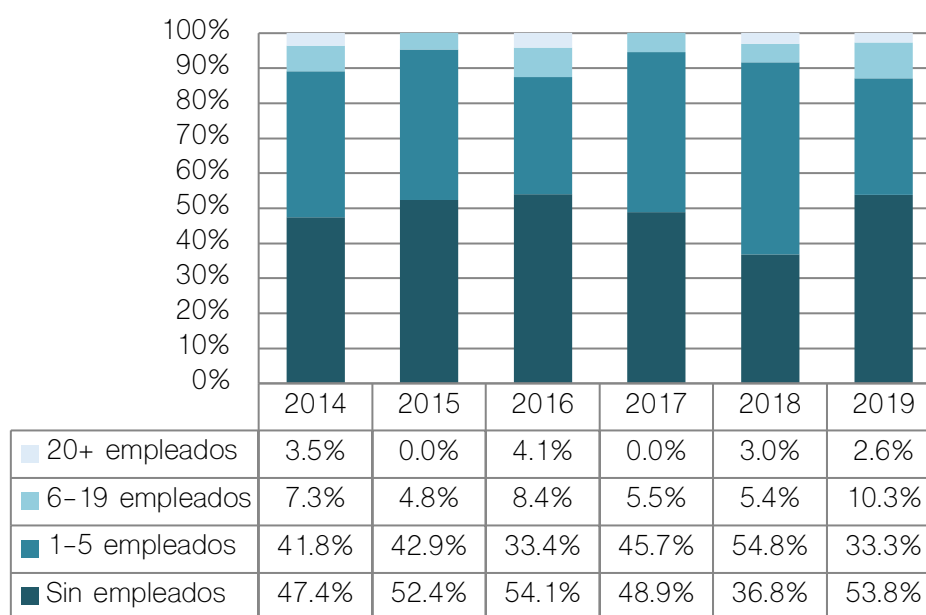
Para medir la dimensión de las iniciativas emprendedoras de nuestra Comunidad empleamos el número de puestos de trabajo que generan. Para clasificar a las empresas, vamos a distinguir entre las que no tienen empleados (solo el emprendedor), las que generan entre 1 y 5 empleos, las que generan entre 6 y 19 y las que crean 20 o más puestos de trabajo.

La Figura 3.3 muestra la evolución de la distribución de las iniciativas emprendedoras (nacientes y nuevas) durante el periodo 2014-2019. De los datos correspondientes al último año, hay tres detalles que acaparan buena parte de la atención. El primero es el aumento del porcentaje de iniciativas que poseen entre 6



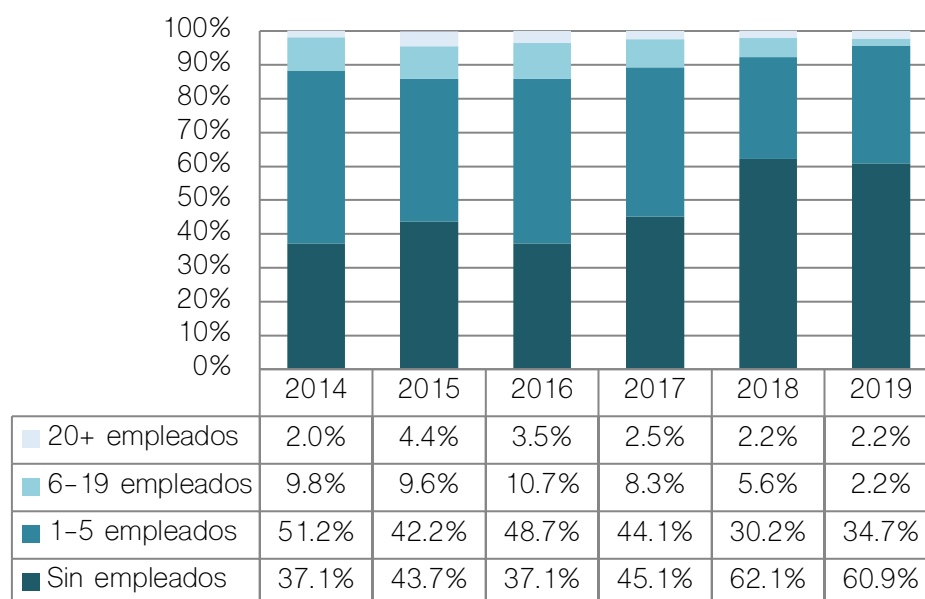
y 19 empleados, que casi duplica al porcentaje de 2018 (10,3% frente a 5,4%). El segundo, el importante descenso porcentual de las iniciativas entre 1 y 5 empleados, que pasa de 54,8% en 2018 al 33,3% para 2019. Finalmente, las iniciativas sin empleados experimentan un importante aumento, alcanzando el 53,8% en 2019 (36,8% en 2018).

**Figura 3.3. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (2014-2019)**



La Figura 3.4 muestra la evolución temporal del tamaño de las iniciativas consolidadas. En ella se aprecian algunas diferencias en relación a la distribución observada en las iniciativas en fase emprendedora. Así, la proporción de empresas que ocupan únicamente al promotor del negocio se sitúa en 2019 en el 60,9% de las iniciativas, cifra muy similar al 62,1% de 2018. La proporción de iniciativas que generan entre 1 y 5 empleados experimenta un ligero aumento en relación a 2018, al pasar del 30,2% en 2018 hasta el 34,7% en 2019). La importancia de las iniciativas que ocupan a entre 6 y 19 empleados se ve reducida (5,6% en 2018, 2,2% en 2019), mientras que las de 20 o más empleados permanecen invariantes en relación con el periodo anterior.

Figura 3.4. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal (2014-2019)



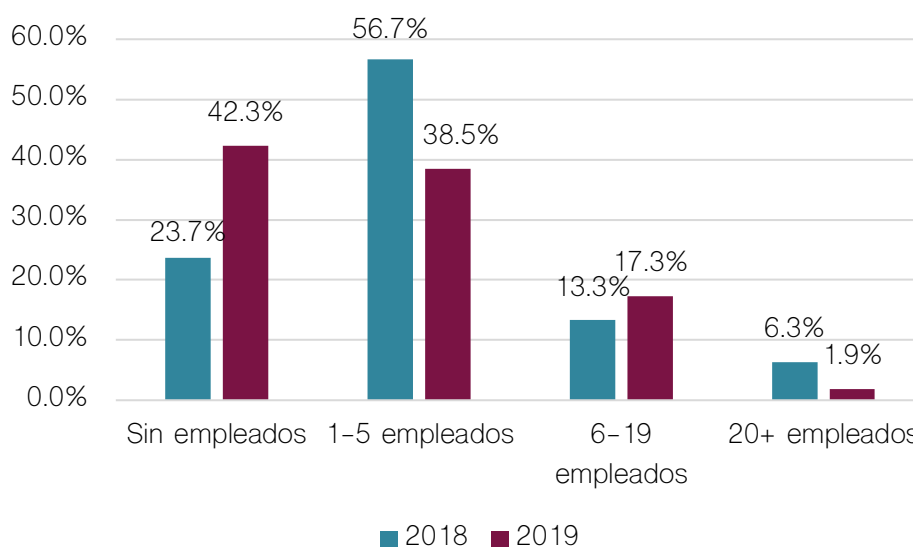
### 3.5. Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

Para conocer el potencial de crecimiento que se espera de las empresas involucradas en el proceso emprendedor y consolidado se ha recabado la opinión de los emprendedores en cuanto a cuáles son sus expectativas de creación de empleo en el futuro. En concreto, se les ha preguntado acerca del número de empleados que prevén alcanzar en los próximos cinco años.

Los emprendedores nuevos y nacientes de las actividades en fase incipiente (Figura 3.5) se muestran contenidos en relación a los datos del ejercicio anterior, ya que un 42,3% de las nuevas empresas no prevé contratar nuevos trabajadores durante este período (frente al 23,7% del año 2018). Un 19,2% de las empresas en fase incipiente espera generar 6 o más empleos: un 17,3% espera crear entre 6 y 19 puestos de trabajo y un 1,9%, 20 o más. Estas cifras contrastan con los datos reales para las empresas en fase consolidada, que se presentan en la Figura 3.4, puesto que solo el 4,4% de ellas ha creado 6 o más puestos de trabajo hasta 2019. Esta disparidad podría reflejar, bien un exceso de optimismo por parte de los

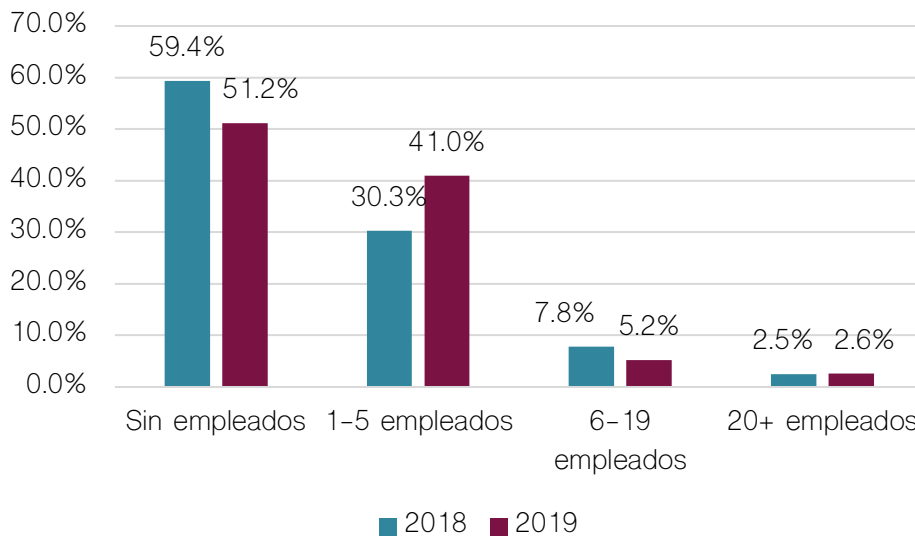
emprendedores, con expectativas que no llegan a materializarse a la luz de lo que ha ocurrido en el pasado, bien que esperan que las nuevas iniciativas tengan una dimensión superior a las ya consolidadas.

Figura 3.5. Distribución de las empresas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista. Comparativa 2018 y 2019



La Figura 3.6 muestra las expectativas con relación al crecimiento del empleo en las empresas en fase consolidada para los próximos cinco años. En este caso, las expectativas son algo más pesimistas que para las iniciativas en fase incipiente. El porcentaje de iniciativas consolidadas que actualmente no tienen empleados es del 60,9% (Figura 3.4), mientras que las expectativas a cinco años vista reducen este porcentaje al 51,2% (Figura 3.6). Si comparamos estas cifras con la del año 2018, se produce un pequeño repunte en las expectativas de generar empleo, que han pasado del 40,6% en 2018 al 48,8% en 2019.

Figura 3.6. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista. Comparativa 2018 y 2019

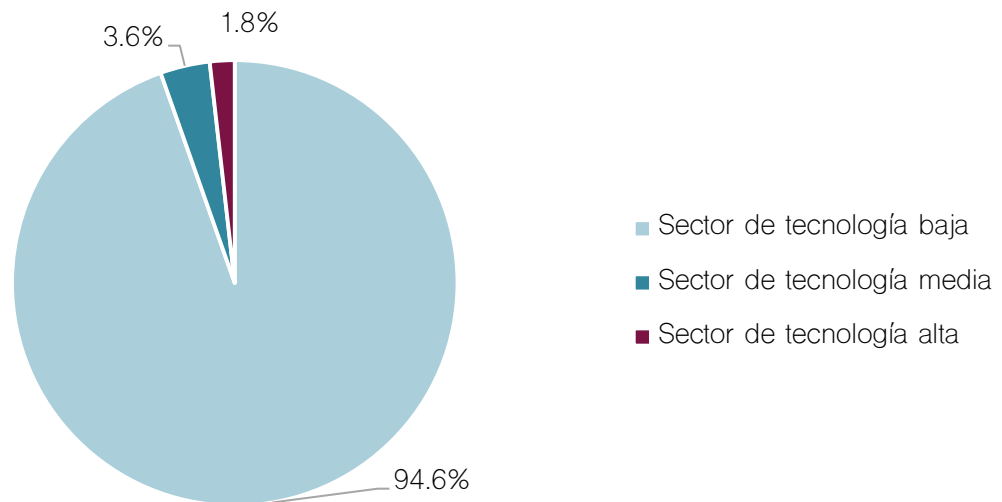


### 3.6. Nivel tecnológico del sector de las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón

El análisis del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras constituye una novedad en el informe GEM 2019. Este es el motivo por el que no podemos ofrecer una comparación con los datos pertenecientes a ejercicios anteriores.

La Figura 3.7 recoge la información referida al nivel tecnológico para las iniciativas en fase incipiente. Hay una mayoría muy significativa de nuevas empresas que inician su actividad en sectores de baja tecnología (94,6%). Por el contrario, solo un 5,4% de las iniciativas se desarrolla en sectores de tecnología media (3,6%) o alta (1,8%).

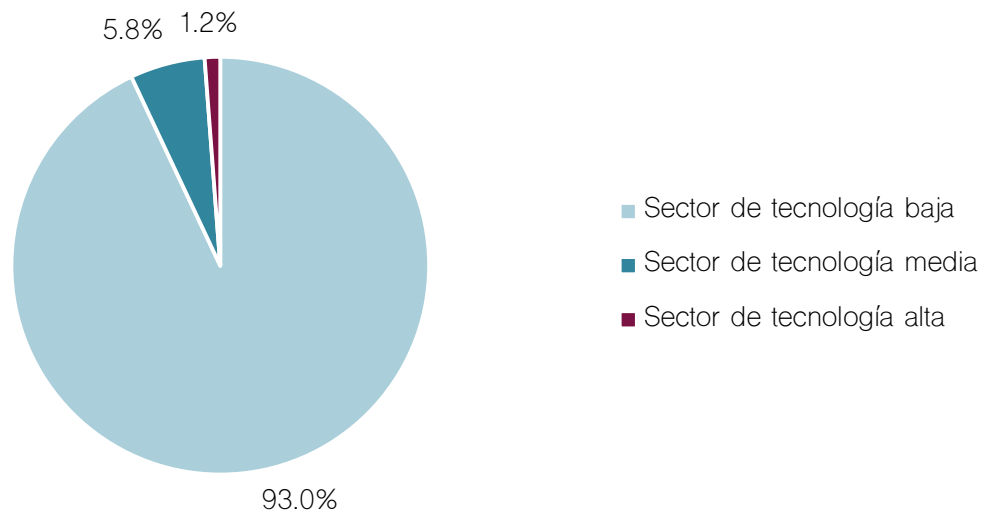
Figura 3.7. Nivel tecnológico del sector de las empresas en fase incipiente en 2019



El análisis de esta dimensión para las iniciativas consolidadas queda recogido en la Figura 3.8. Las conclusiones no distan, en lo sustancial, de las obtenidas para las iniciativas denominadas incipientes. Un porcentaje muy elevado de las actividades consolidadas transcurre en sectores de baja tecnología (93,0%). Solo un 5,8% de las actividades operan en sectores de tecnología media y un 1,2% en sectores de tecnología alta.

Las cifras anteriores podrían interpretarse como una tendencia, en la medida en que tanto iniciativas incipientes como consolidadas responden al mismo patrón. En la medida en que la inversión en sectores tecnológicos pueda considerarse una prioridad por las implicaciones que esto pueda tener para el crecimiento de una economía, la información contenida en este análisis debería constituir un indicador a tener en cuenta por parte de los poderes públicos a la hora de incentivar este tipo de iniciativas.

Figura 3.8. Nivel tecnológico del sector de las empresas en fase consolidada en 2019



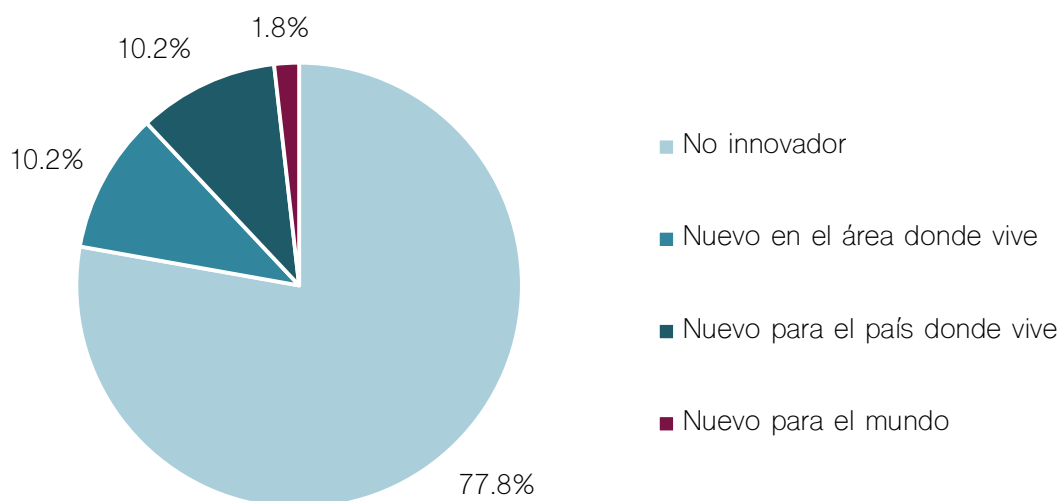
### 3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón

El análisis del carácter innovador de las iniciativas emprendedoras ha sido una dimensión que ha atraído la atención del informe GEM desde sus orígenes. Tradicionalmente, las iniciativas eran analizadas considerando si resultaban “completamente innovadoras”, “algo innovadoras” o “no innovadoras”. El informe GEM 2019-2020 trata de ir un paso más allá en el análisis de la innovación. Por una parte, se separa la innovación en dos dimensiones, producto y proceso. Esta separación, habitual, tanto en el ámbito empresarial como en el contexto académico, responde al hecho de que la naturaleza de la innovación de producto y de proceso presenta particularidades distintas que aconsejan su estudio por separado. Por otra parte, se incorpora la dimensión espacial al ámbito de aplicación de la innovación, considerando si esta resulta “nueva en el área donde vive”, “nueva para el país donde vive” o “nueva para el mundo”.

La Figura 3.9 proporciona información para las iniciativas en fase emprendedora sobre el alcance de su innovación de producto o servicio. La mayoría de las iniciativas (77,8%) poseen un carácter no innovador. Un 10,2% resultan innovadoras para el área donde vive y el mismo porcentaje son innovadoras en el contexto del país. Por

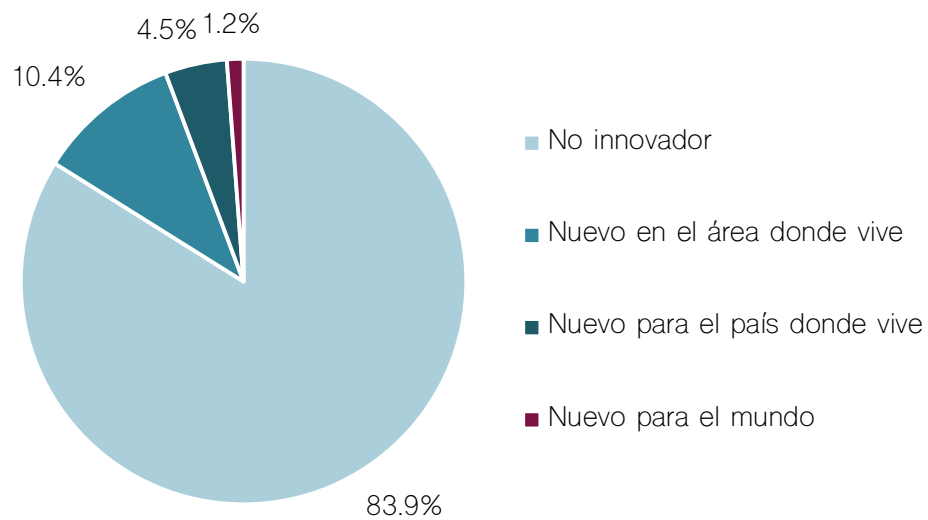
el contrario, solo un 1,8% de las iniciativas en fase emprendedora son innovadoras para el mundo.

Figura 3.9. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en los productos o servicios en 2019



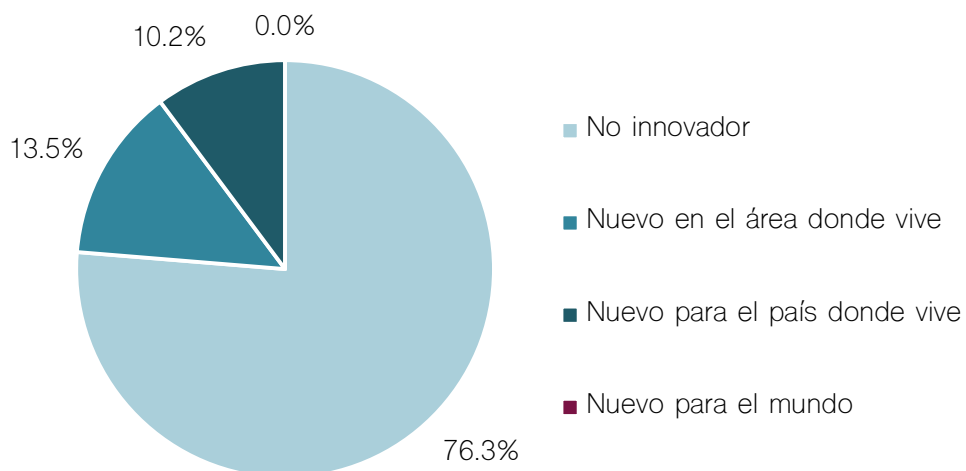
La Figura 3.10 nos permite conocer los detalles sobre la innovación de producto o servicio para las iniciativas consolidadas. En este caso, hasta un 83,9% de las actividades no resultan innovadoras. Un 10,4% lo son para el área donde vive, un 4,5% para el país donde vive y un 1,2% resultan ser nuevas para el mundo.

Figura 3.10. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio en 2019



Las Figuras 3.11 y 3.12 replican los análisis anteriores, pero poniendo el foco en la innovación de proceso. Así, en el caso de las iniciativas en fase emprendedora, un 76,3% no resulta innovadora en términos de proceso. Un 13,5% y un 10,2% lo son, respectivamente, para el área y para el país donde vive. En este caso, no hay iniciativas que resulten novedosas, a nivel mundial, en términos de proceso.

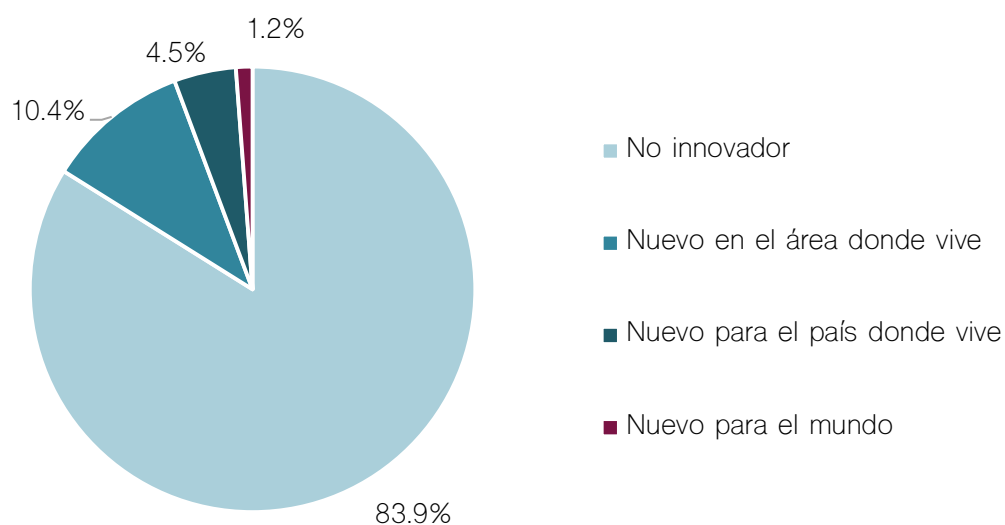
Figura 3.11. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en el proceso utilizado en 2019





La Figura 3.12, por su parte, recoge la información anterior para las iniciativas en fase consolidada. El 83,9% de estas iniciativas no resulta innovadora desde un punto de vista de proceso. El 10,4% lo es en el ámbito donde vive el emprendedor, el 4,5% en el país donde vive, y solo el 1,2% posee un alcance que se extiende al mundo.

Figura 3.12. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en el proceso utilizado en 2019



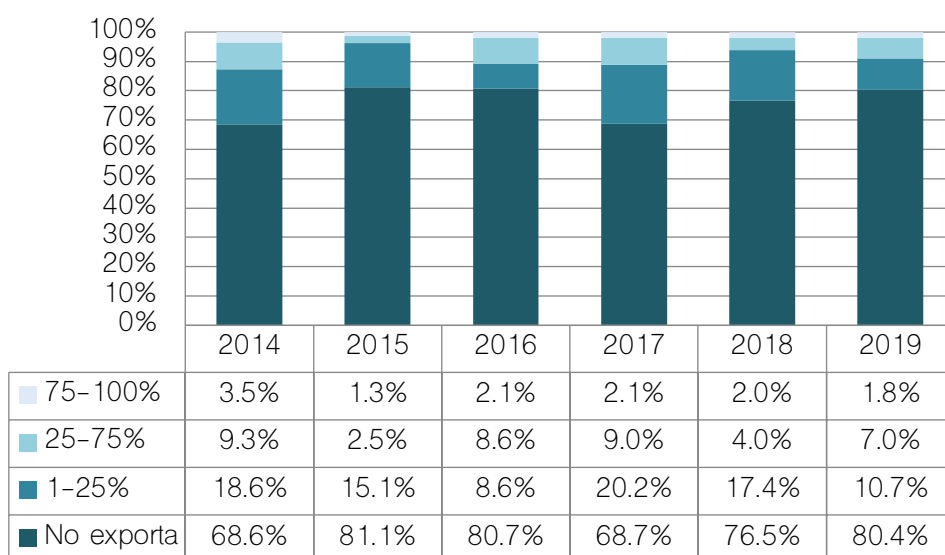
Al igual que señalábamos con anterioridad cuando hacíamos referencia a los sectores intensivos en tecnología, si entendemos la innovación como una cualidad deseable en las iniciativas de nuestra Comunidad, los porcentajes mostrados en relación al alcance de la innovación de iniciativas incipientes y consolidadas, tanto en producto como en proceso, deberían servir como herramienta para la toma de decisiones por parte de los poderes públicos.

### 3.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Las empresas pueden adoptar, tanto al comienzo de su existencia como a lo largo de la misma, la decisión estratégica de internacionalizarse, con el fin de abrirse a nuevos mercados y no depender únicamente del comportamiento del mercado

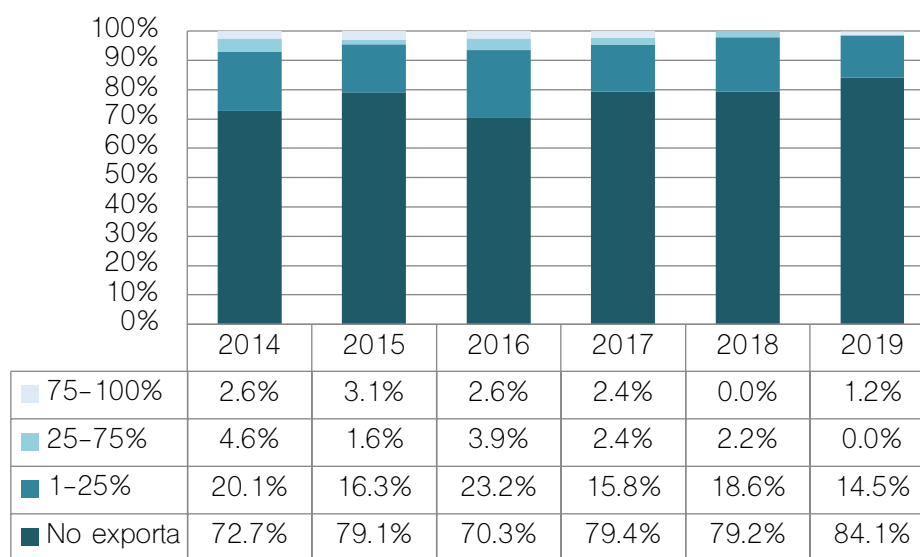
nacional. En este sentido, este apartado analiza la intensidad exportadora de las empresas aragonesas en fase emprendedora entre 2014 y 2019 (Figura 3.13). En el último periodo, se observa un repunte en el porcentaje de empresas que no exporta, que aumenta desde el 76,5% de 2018 al 80,4% de 2019. Aunque la evolución en el período 2014-2019 presenta ciertos vaivenes, salvo con la excepción de 2014 y 2017, el porcentaje de empresas que no exporta se sitúa siempre en porcentajes cercanos al 80%.

**Figura 3.13. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2014-2019)**



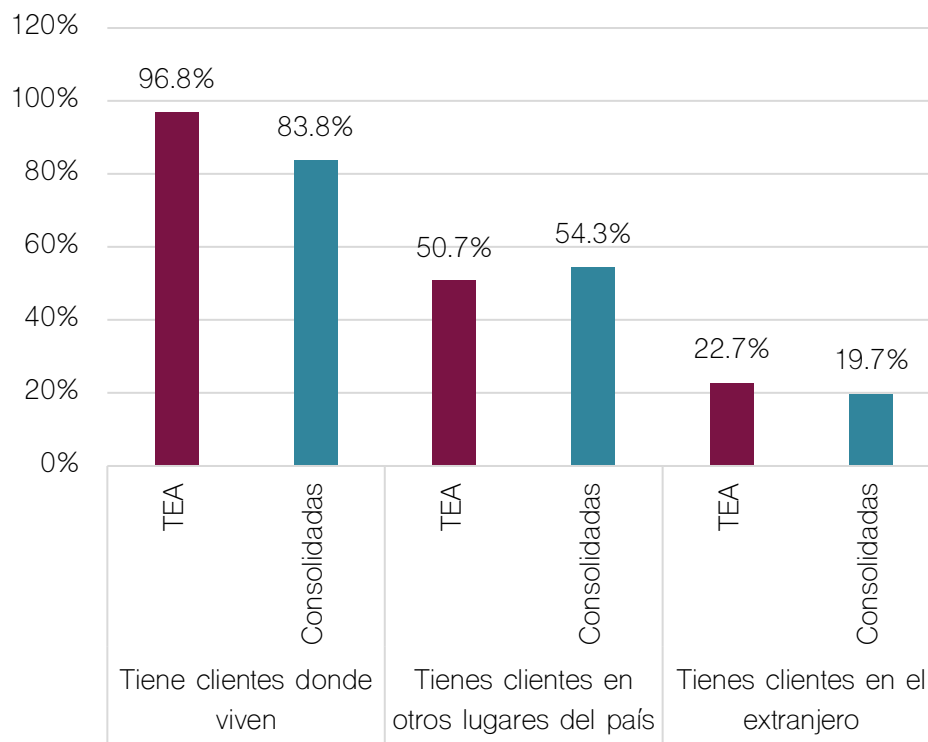
La Figura 3.14 replica el análisis anterior para las iniciativas consolidadas. En este caso, las cifras son ligeramente peores que las correspondientes a las iniciativas en fase emprendedora. Así, el porcentaje de las iniciativas consolidadas que no exporta asciende al 84,1%, cifra ligeramente superior a la de 2018 y que representa el pico de la serie analizada. Entre las empresas que dicen exportar, la mayoría (14,5%) se sitúa en un rango de intensidad exportadora moderado y solo en el 1,2% de los casos las exportaciones representan más de un 75% de las ventas de la empresa.

Figura 3.14 Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2014-2019)



Para terminar este capítulo, la Figura 3.15 completa la información contenida en las dos figuras anteriores. Más concretamente muestra, tanto para las iniciativas incipientes como para las consolidadas, los porcentajes de aquellas que tienen clientes en el área geográfica en la que residen, en otros lugares del país o en el extranjero. Una primera cuestión que destaca de la información contenida en esta figura es que no se perciben grandes diferencias en el patrón que presentan estos porcentajes entre iniciativas incipientes y consolidadas. Un segundo aspecto a reseñar es que la gran mayoría de las iniciativas tienen clientela en el lugar donde están establecidas (96,8% de las iniciativas incipientes y 83,8% de las consolidadas). Aproximadamente la mitad posee clientes en otros lugares del país (un 50,7% de iniciativas incipientes y un 54,3% de las consolidadas). Finalmente, la proporción de empresas con clientes en el extranjero es más reducida: el 22,7% en el caso de las iniciativas incipientes, frente al 19,7% de las consolidadas.

Figura 3.15. Porcentaje de empresas incipientes y consolidadas que tienen clientes en su mercado de procedencia, en otros lugares del país y en el extranjero



## CAPÍTULO 4

### PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR ARAGONÉS

---

#### 4.1. Introducción

A lo largo de este capítulo se analizará el perfil socioeconómico del emprendedor aragonés, diferenciando ese perfil en función de la etapa del proceso emprendedor en la que están los emprendedores: desde el perfil socioeconómico del emprendedor potencial hasta el perfil que tienen las personas con negocios consolidados, pasando por los negocios más incipientes. Además de hacer esa distinción, también se dará información sobre la evolución de dichas características socioeconómicas en los últimos años, para ver si existe algún patrón relevante.

Las características que se van a analizar son la edad, el género, el nivel educativo, la formación específica en emprendimiento, el nivel de renta y la situación laboral. Una vez revisados todos esos aspectos, al final del capítulo se ofrecerá una síntesis de ellos, tratando de establecer un prototipo del emprendedor aragonés en cada una de las etapas del proceso emprendedor.

#### 4.2. Distribución por edad

La edad es una característica demográfica muy relevante, ya que ofrece a los poderes públicos información sobre los colectivos que tienen más opciones de crear nuevas empresas. La Tabla 4.1 muestra la edad media de las personas emprendedoras en Aragón en los años 2018 y 2019, lo que nos permite apreciar diferencias entre las diferentes etapas del proceso emprendedor. Vemos como el emprendedor más joven en 2019 es el potencial, con una media de edad de 36,3 años. Recordemos que son personas que aún no han emprendido pero que esperan hacerlo en los próximos 3 años. Esta edad media aumenta hasta los 40,9 años en el caso de los emprendedores nacientes (personas que llevan pagando salarios

menos de 3 meses) y hasta los 43,7 años en los emprendedores nuevos (personas que llevan pagando salarios más de 3 meses, pero menos de 42). La media de estos dos últimos colectivos viene reflejada en el TEA, situándose en 42,6 años. Esta edad aumenta hasta los 52 años en las personas que tienen negocios consolidados y es similar en las personas que han abandonado su negocio (52,7 años). El patrón es, en consecuencia, claro: cuanto más incipiente es el negocio, más jóvenes son las personas de ese colectivo y cuanto más consolidado, más mayores. En el caso de los abandonos, quedan incluidos dentro de este grupo los emprendedores que han renunciado a su negocio por la falta de éxito, pero también aquellos que se han jubilado, lo que explica el ligero aumento en la edad media en este grupo. Estas conclusiones son similares si observamos los datos del año 2018. La principal diferencia es que la edad del emprendedor potencial fue superior en el año 2018, mientras que en 2019 aumenta la edad de los emprendedores que abandonan su negocio.

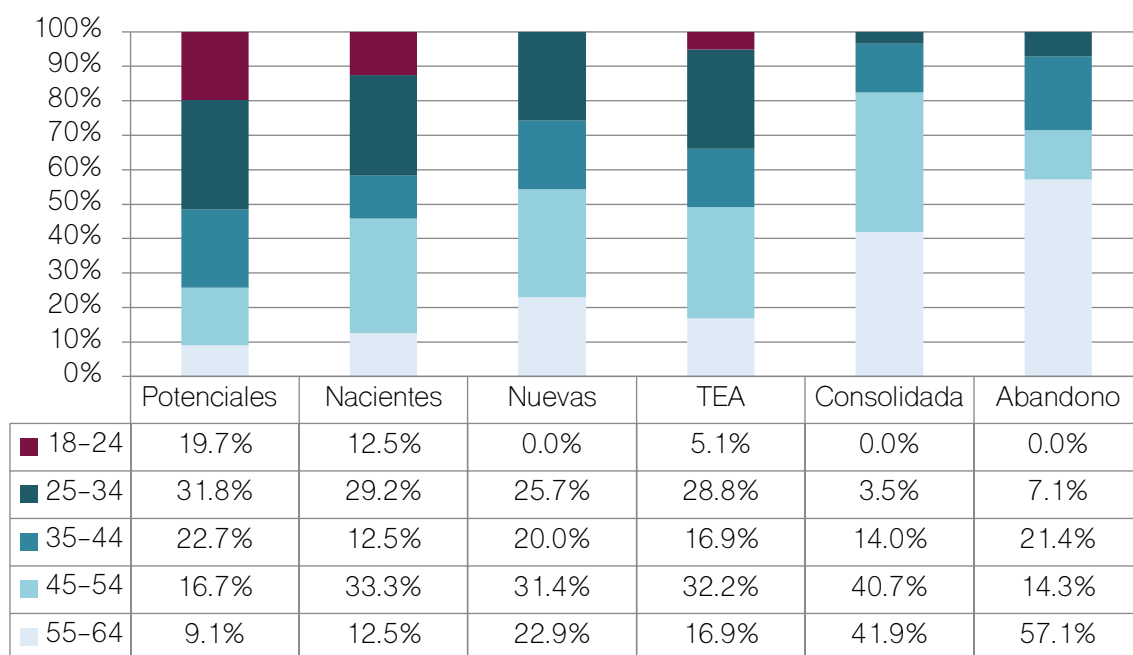
**Tabla 4.1. Edad media de los colectivos emprendedores en Aragón, 2019 vs 2018**

	Potencial	Naciente	Nuevo	TEA (Naciente + Nuevo)	Consolidado	Abandono
Edad, 2019	36,3	40,9	43,7	42,6	52,0	52,7
Edad, 2018	39,4	40,5	44,3	42,7	50,6	48,0

La Figura 4.1 complementa la información proporcionada en la anterior tabla, ya que desagrega por franjas de edad a las personas de cada una de las etapas del proceso emprendedor. En el caso de los emprendedores potenciales, la franja más representativa es la de 25 a 34 años, y la que menos, aquellas personas que superan los 55 años. Sin embargo, todas las franjas de edad, incluso la de 18 a 24 años, tiene un cierto peso. En el caso de los nacientes, las franjas de edad con más peso son las de 25 a 34 años y la de 45 a 54, pero con una presencia que supera el 10% también en las franjas de personas jóvenes y mayores. La distribución de la edad en las nuevas empresas tiene un patrón parecido si nos referimos a los rangos con más peso, con la excepción de la franja de personas más jóvenes, que no tienen ningún tipo de representación. En el caso de las consolidadas, las franjas superiores

a los 45 años alcanzan hasta el 80% de los negocios, mientras que en los negocios abandonados, el 57% tienen más de 55 años, lo que de nuevo sugiere que una buena proporción de los mismos tiene su origen en la jubilación de sus propietarios.

Figura 4.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Aragón, 2019



La Tabla 4.2 muestra la evolución temporal del TEA por grupos de edad. Es decir, cómo el porcentaje de personas emprendedoras es distinto en función de la franja de edad que analicemos. Aunque el TEA promedio de Aragón se sitúa en el 4,9% en el año 2019, éste aumenta hasta el 8% en las personas que tienen entre 25 y 34 años, bajando hasta el 2,4% en el caso de las personas menores de 24 años y hasta el 3,9% en las personas que superan los 55 años. En todo caso, debe tenerse en cuenta que el reducido tamaño de las diferentes submuestras aumenta los márgenes de error, lo que puede conducir ocasionalmente a valores llamativos.

Tabla 4.2. Evolución del TEA por grupos de edad (2014-2019)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
18-24	4,2%	0,5%	3,9%	1,6%	2,4%	2,4%
25-34	4,9%	6,6%	2,7%	2,7%	6,9%	8,0%
35-44	3,7%	5,1%	2,4%	5,8%	2,9%	3,3%
45-54	7,4%	4,5%	5,3%	4,7%	2,9%	6,3%
55-64	2,5%	1,5%	2,4%	2,0%	6,6%	3,9%
TEA Total	4,7%	4,2%	3,3%	3,8%	4,8%	4,9%

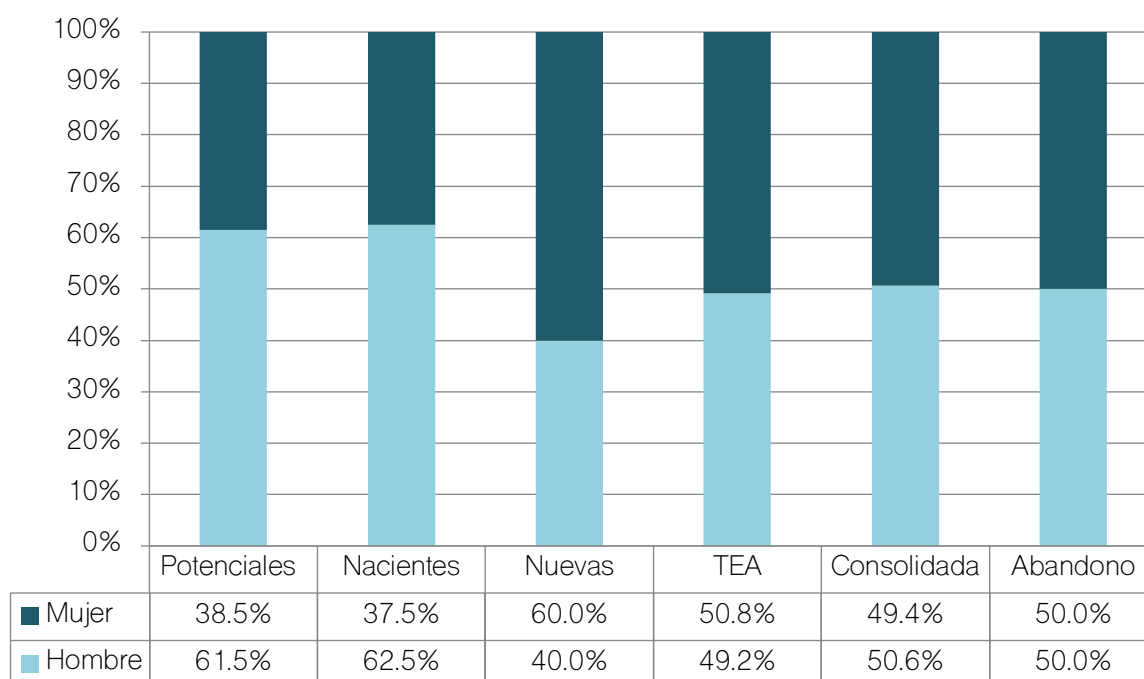
### 4.3. Género

El género es otra característica demográfica muy relevante y, en diversos ámbitos de la sociedad, se ha puesto de manifiesto la existencia de una brecha de género. El emprendimiento no es ajeno a ello. Tradicionalmente, la investigación en esta materia ha detectado que los hombres emprenden con mayor frecuencia que las mujeres, por lo que resulta de interés analizar cuál es la situación en Aragón.

La Figura 4.2 muestra los porcentajes de hombres y mujeres en cada una de las dimensiones del proceso emprendedor. Vemos que los hombres representan un porcentaje mayor en el emprendimiento potencial (61,5% frente a 38,5%) y en el emprendimiento naciente (62,5% frente a 37,5%), pero un porcentaje menor en el emprendimiento nuevo (40% frente a un 60%). Dado que el TEA está formado por personas emprendedoras nacientes y nuevas, esas diferencias se ven, en cierto modo, compensadas, haciendo que hombres y mujeres estén representados en una proporción similar. No obstante, los datos globales (TEA) indican que, por segundo año consecutivo, el número de mujeres emprendedoras es ligeramente superior: representan el 50,8% del emprendimiento total, frente al 49,2% que suponen los hombres. En la tasa de negocios consolidados y abandonados, mujeres y hombres tienen una representación prácticamente idéntica.

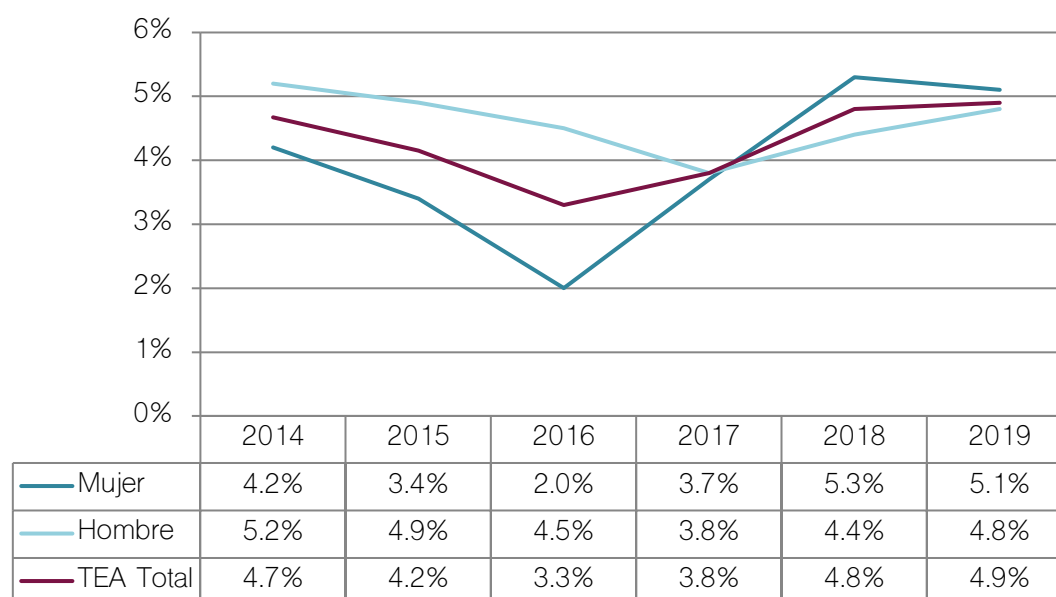


Figura 4.2. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Aragón, 2019



La Figura 4.3 se centra en analizar la evolución del TEA de mujeres y hombres en los últimos seis años. Vemos cómo tradicionalmente la tasa de emprendimiento masculino había estado por encima de la de emprendimiento femenino. Sin embargo, en 2017 ambas tasas se igualan y, a partir de 2018, la situación se invierte y la tasa de emprendimiento femenino se sitúa por encima de la masculina.

Figura 4.3. Evolución del TEA masculino y femenino en Aragón (2014-2019)

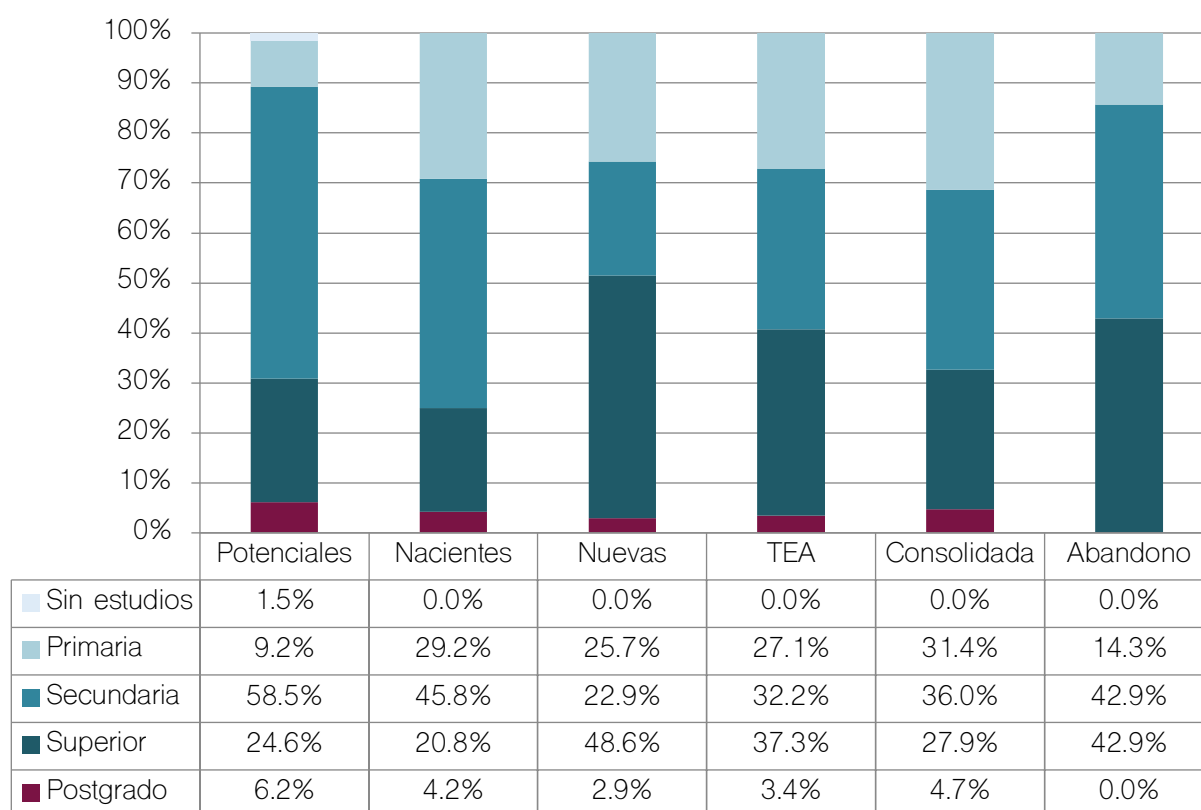


#### 4.4. Nivel de estudios

Una cuestión vital en el análisis del emprendimiento es la calidad del mismo, ya que las nuevas empresas pueden ser negocios de mayor o menor valor añadido. En esta cuestión, el nivel de estudios suele ser una característica muy importante, ya que la investigación sobre emprendimiento ha mostrado que las personas con mayor formación generan negocios de mayor valor añadido, con más posibilidades de tener un impacto positivo en el grado de innovación de los nuevos productos o servicios, o en la creación de empleo.

La Figura 4.4 muestra la desagregación del nivel de estudios de cada uno de los colectivos del proceso emprendedor. En el caso de los emprendedores potenciales, aproximadamente el 90% tiene al menos educación secundaria, y cerca de un tercio, educación universitaria. Dentro de este grupo, debe destacarse que más de 6% ha obtenido alguna titulación de postgrado. En el caso de los emprendedores nacientes, esos porcentajes cambian ligeramente porque la proporción de personas con educación inferior a la secundaria aumenta hasta casi el 30%, mientras que un 25% tienen educación universitaria. En los emprendedores nuevos el nivel formativo medio aumenta, ya que algo más del 50% posee al menos educación superior. En cuanto al TEA, dado que es un indicador en el que aparecen representados tanto el colectivo naciente como los nuevos emprendedores, alcanza un valor intermedio. En los emprendedores consolidados, el nivel educativo medio es más bajo que en el conjunto de los nacientes y los nuevos, ya que aumenta la presencia de personas que no tienen educación secundaria (ligeramente por encima del 30%) y disminuye la proporción de emprendedores con formación universitaria (ligeramente por encima del 30%, cuando en el TEA ese porcentaje superaba el 40%). Finalmente, en los negocios abandonados son pocos los emprendedores que no tienen, como mínimo, educación secundaria (14,3%); el resto se reparten equitativamente entre educación secundaria y superior, sin ningún emprendedor de nuestra muestra que tenga un nivel educativo de postgrado.

Figura 4.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2019



Por su parte, la Tabla 4.3 refleja la evolución del TEA por nivel de estudios en el horizonte 2014-2019. En año 2019, el colectivo de educación superior es el que tiene una tasa de emprendimiento mayor (5,9%), seguido muy de cerca de aquel que tiene únicamente educación primaria (5,7%). Aquellos que llegan hasta la educación secundaria (3,9%) o que han realizado algún postgrado (4,3%) tienen unas tasas de emprendimiento inferiores.

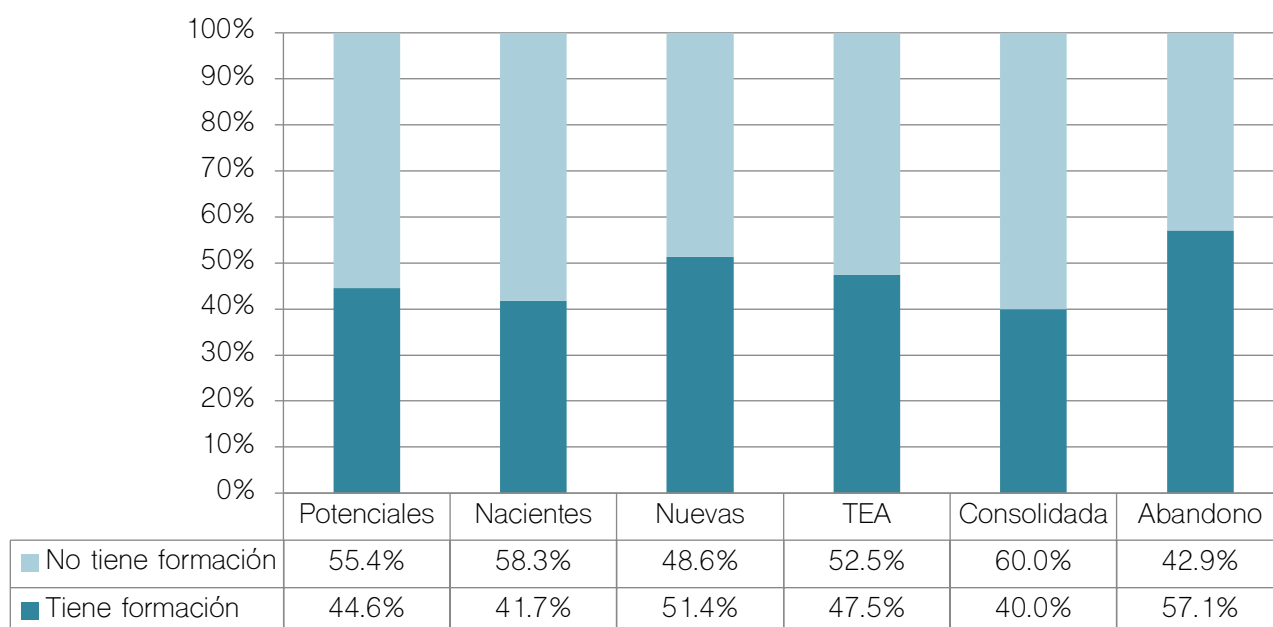
Tabla 4.3. Evolución del TEA según nivel de estudios en Aragón (2014-2019)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sin estudios	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%
Primaria	4,1%	1,8%	2,4%	2,4%	2,5%	5,7%
Secundaria	4,3%	4,8%	3,2%	2,5%	3,3%	3,9%
Superior	4,8%	4,7%	3,4%	6,0%	9,3%	5,9%
Postgrado	15,9%	11,7%	12,1%	11,9%	14,7%	4,3%
TEA Total	4,7%	4,2%	3,3%	3,8%	4,8%	4,9%

#### 4.5. Posesión de formación específica para emprender

El sistema educativo puede proporcionar unos conocimientos generales que hagan que los nuevos negocios creados tengan mayor valor añadido, pero esa formación puede venir completada por una formación específica en materias relacionadas con la creación de empresas. La Figura 4.5 muestra los porcentajes de personas emprendedoras que tienen formación en temas de emprendimiento en las diferentes etapas del proceso emprendedor. En promedio, en torno al 47% de los emprendedores tiene formación en emprendimiento. El colectivo de emprendedores que han abandonado es el que presenta el porcentaje mayor, ya que un 57,1% de los mismos ha recibido formación en emprendimiento, mientras que el porcentaje menor lo tiene el colectivo de emprendedores consolidados, donde únicamente el 40% han recibido este tipo de formación.

Figura 4.5. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2019

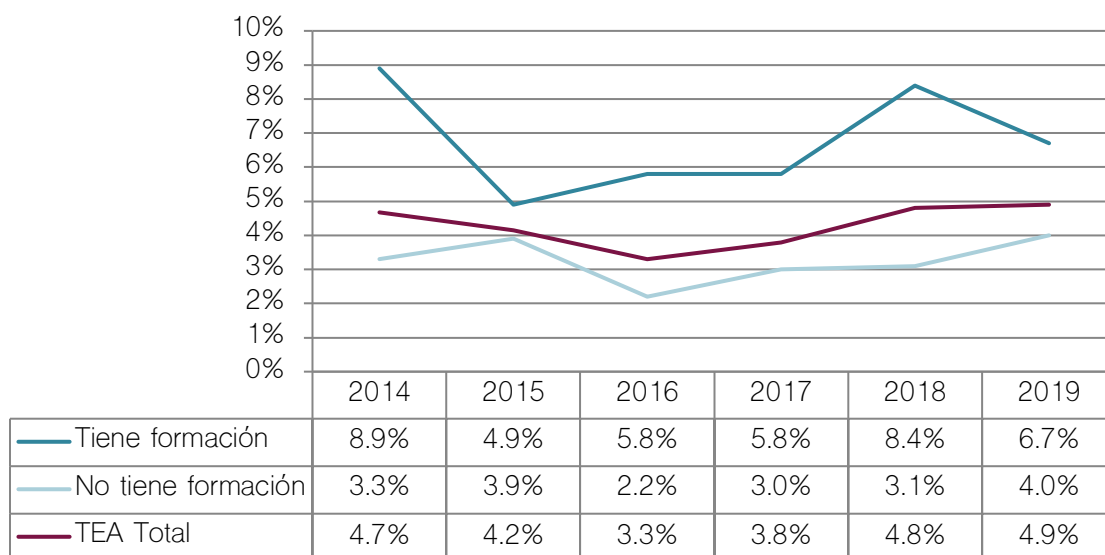


La Figura 4.6 muestra la evolución de esta dimensión a lo largo del tiempo en el colectivo de emprendedores y en aquellos que no lo son. Lo primero que hay que

destacar es que, entre la gente que tiene formación en materias de emprendimiento, la tasa de emprendimiento es más elevada, en torno a 3 puntos porcentuales superior. En definitiva, estas cifras pueden sugerir que recibir formación en materia de emprendimiento hace que las personas tengan más opciones de emprender, aunque tampoco debemos descartar que la relación pueda ir en el sentido opuesto, de modo que las personas interesadas en emprender sean más proclives a formarse en este tipo de materias.

En todo caso, en el año 2019 el TEA para las personas con formación en esta materia alcanza el 6,7%, mientras que para aquellos que no la tienen se sitúa únicamente en el 4%. Esas diferencias son consistentes en el horizonte temporal analizado, aunque a veces se estrechan ligeramente, como en el año 2015 (donde esa diferencia era únicamente de un punto porcentual) y a veces se hacen más grandes, como en el año 2018 (donde superaba los cinco puntos porcentuales).

Figura 4.6. Evolución del TEA de emprendedores según formación específica para emprender (2014-2019)

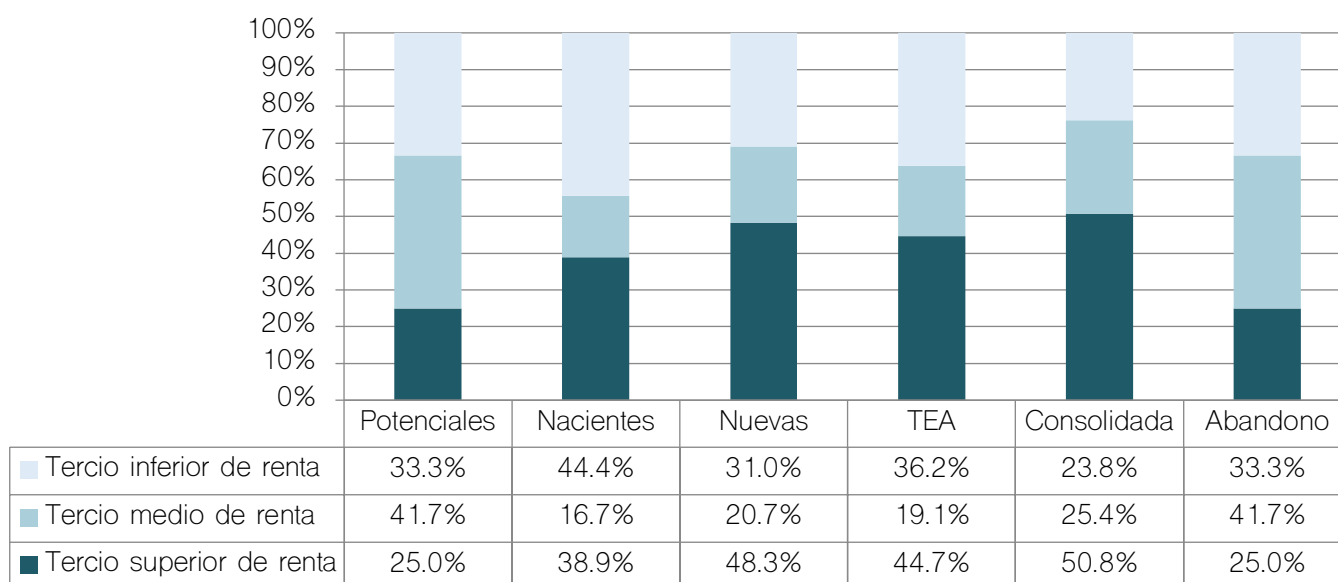


#### 4.6. Nivel de renta

Otro elemento relevante en el perfil socioeconómico del emprendedor es el nivel de renta. La encuesta GEM ofrece información sobre el nivel medio de renta,

preguntando si la persona encuestada se encuentra en el tercio inferior de renta dentro de su población, en el tercio medio o en el tercio superior. La Figura 4.7 muestra la presencia de los diferentes niveles de renta en cada uno de los colectivos del proceso emprendedor. Vemos como en los emprendedores potenciales, el nivel más representativo es el nivel de renta medio, con más de 40% de los encuestados pertenecientes a este grupo, seguido del nivel de renta bajo, con un 33,3%. Sin embargo, en los emprendedores nacientes y nuevos el nivel medio de renta está menos representado que los dos tercios que aparecen en los extremos, lo que indica que los incentivos para emprender son mayores entre las personas con rentas más altas (en las nuevas) o más bajas (en las nacientes). Por otro lado, entre los emprendedores consolidados el nivel más representativo es el tercio superior, que supera el 50%. Finalmente, los abandonos son más frecuentes en individuos con niveles de renta medios, seguidos por aquellos que se sitúan dentro del tercio inferior.

**Figura 4.7. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor en 2019**



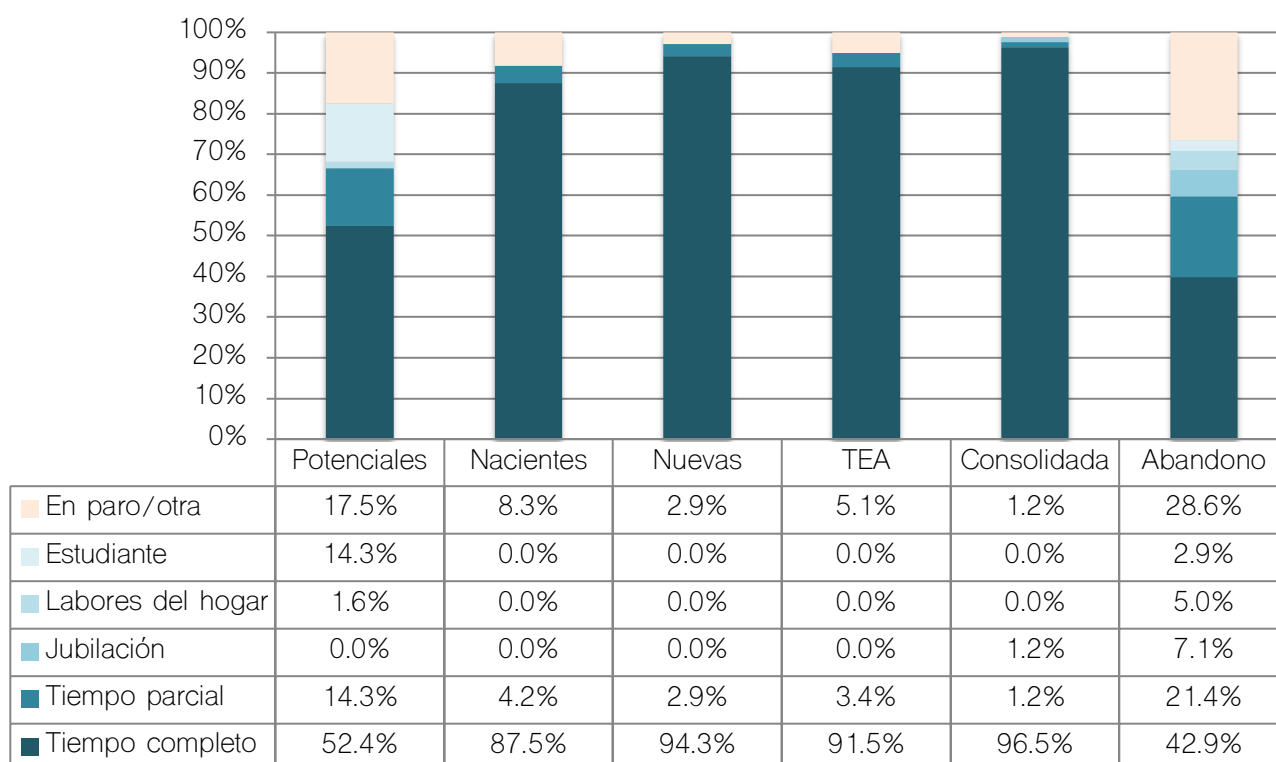
#### 4.7. Situación laboral

La última de las características socioeconómicas analizadas es la situación laboral de las personas encuestadas, distinguiendo si tienen trabajo (parcial o a tiempo

completo) en el momento de realización de la encuesta, si están jubiladas, si son estudiantes, si se dedican a tareas del hogar o están en el paro (Figura 4.8). Muchas de las categorías apenas están presentes en los diferentes colectivos emprendedores. Por ejemplo, los jubilados no tienen representación en ninguno de ellos a excepción de los abandonos, donde aparecen aquellos que han renunciado a su negocio precisamente por alcanzar la edad de jubilación. En el caso de los estudiantes, la situación es casi la opuesta, ya que tienen representación importante en el colectivo de emprendedores potenciales. Los estudiantes rara vez emprenden mientras están estudiando, pero algunos de ellos tienen la ambición de hacerlo una vez que acaben sus estudios.

En el caso de las personas que están en paro, tienen una representación importante en los abandonos (en torno al 30%), al tratarse con frecuencia de un grupo que tal vez ha tenido que dejar el negocio por la falta de éxito, y también en los emprendedores potenciales. Cabe destacar que en el resto de colectivos emprendedores la categoría más mencionada es la del trabajo a tiempo completo. El trabajo parcial únicamente tiene cierta relevancia en los colectivos de emprendedores potenciales y en los abandonos.

Figura 4.8. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor en 2019



#### 4.8. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2019

La Tabla 4.4 presenta una síntesis del perfil socioeconómico de las personas emprendedoras en Aragón en 2019. Ese perfil es ligeramente distinto entre los diferentes colectivos analizados. Por ejemplo, el emprendedor potencial es claramente el más joven mientras que el consolidado es el de más edad. El nivel educativo más habitual entre los consolidados es la educación secundaria, mientras que los emprendedores incipientes tienden más a tener educación superior. Estas diferencias y algunas otras aparecen reflejadas en la siguiente tabla resumen.



Tabla 4.4 Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2019

	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor incipiente (TEA)	Emprendedor consolidado	Emprendedor que ha abandonado
Edad	36,3 años	40,9 años	43,7 años	42,6 años	52 años	52,7 años
Género	H: 61,5% M: 38,5%	H: 62,5% M: 37,5%	H: 40% M: 60%	H: 49,2% M: 50,8%	H: 50,6% M: 49,4%	H: 50% M: 50%
Nivel de estudios predominante	Secundaria	Secundaria	Superior	Superior	Secundaria	Secundaria-Superior
Formación específica para emprender	44,6%	41,7%	51,4%	47,5%	40%	57,1%
Nivel de renta predominante	Tercio inferior	Tercio inferior y superior	Tercio superior	Tercio superior	Tercio superior	Tercio medio
Situación laboral predominante	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo

## CAPÍTULO 5

# LA FINANCIACIÓN DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN ARAGÓN

---

### 5.1. Introducción

El análisis de la disponibilidad de financiación constituye una de las cuestiones más relevantes para el emprendedor aragonés al comenzar su actividad, ya que condiciona la puesta en marcha de su negocio. En este capítulo se analiza el capital semilla necesario para poner en marcha una empresa. Los datos reflejan cómo las necesidades de financiación de las iniciativas incipientes en Aragón son, por lo general, modestas. Una buena proporción de nuestros emprendedores ponen en marcha su negocio con inversiones que no superan los 10.000 euros, si bien es cierto que esta cifra está sujeta a una variabilidad importante.

Los datos también muestran que el papel del inversor informal disminuye en este ejercicio 2019 como fuente de apoyo al emprendimiento. Y que, además, son las mujeres quienes de forma mayoritaria ejercen de inversor privado en negocios ajenos.

Por lo que respecta a los principales impulsores de estas iniciativas, la familia continúa siendo el principal respaldo financiero recibido por buena parte de los nuevos emprendedores, mientras que la presencia de *business angels* no relacionados directamente con el emprendedor sigue siendo muy escasa en nuestra Comunidad, aunque se ha incrementado algo respecto al ejercicio anterior.

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

En la Tabla 5.1 se observa cómo en las iniciativas emprendedoras puestas en marcha en el ejercicio 2019 se produce un incremento sustancial del capital semilla, que pasa de 24.713 euros en 2018 a 488.813 euros en 2019, rompiéndose así la tendencia decreciente de los últimos ejercicios. No obstante, este valor resulta difícilmente interpretable, dado que la media se ve fuertemente condicionada por la existencia de valores extremos (en este caso, una inversión alcanza los 7.000.000 de

euros). En consecuencia, si tenemos en cuenta el valor de la mediana, un indicador mucho más apropiado para evaluar el tamaño habitual de las iniciativas desarrolladas en Aragón, ya que permite evitar los sesgos que causan los valores extremos, se observa que ésta ha disminuido con respecto al año anterior, pasando de 15.000 euros en 2018 a 10.000. Más allá de esta variación puntual, la mediana no se desvía de los valores en torno a los cuales ha oscilado en estos últimos años (entre 10.000 y 20.000 euros). Por otro lado, la moda, o inversión más frecuente, ha disminuido en el ejercicio 2019 y se sitúa en 10.000€, mientras que el año 2018 ascendió a 15.000 y 20.000 euros (variable bimodal, ya que encontrábamos el mismo número de iniciativas en cada cuantía).

**Tabla 5.1. Características y distribución del capital semilla en 2019**

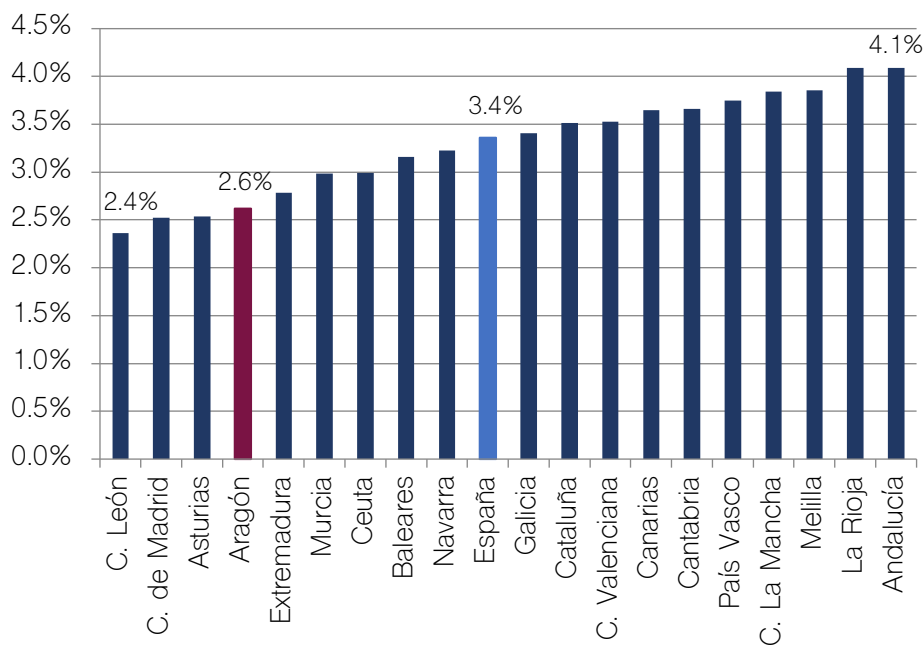
	Capital semilla necesario por start-up (euros)	
	2019	2018
<b>Media</b>	488.813	24.713
<b>Mediana</b>	10.000	15.000
<b>Moda</b>	10.000	15.000 y 20.000
<b>Desv. típica</b>	1.738.474	39.540
<b>Mínimo</b>	0	1.200
<b>Máximo</b>	7.000.000	160.000

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

Para obtener financiación en un proyecto emprendedor es necesario recurrir a diferentes canales, como las entidades financieras, los organismos públicos y los inversores informales (lo que se conoce como *business angels*). Estos últimos constituyen una manifestación del espíritu emprendedor de la región y suelen colaborar normalmente en la gestión de los proyectos.

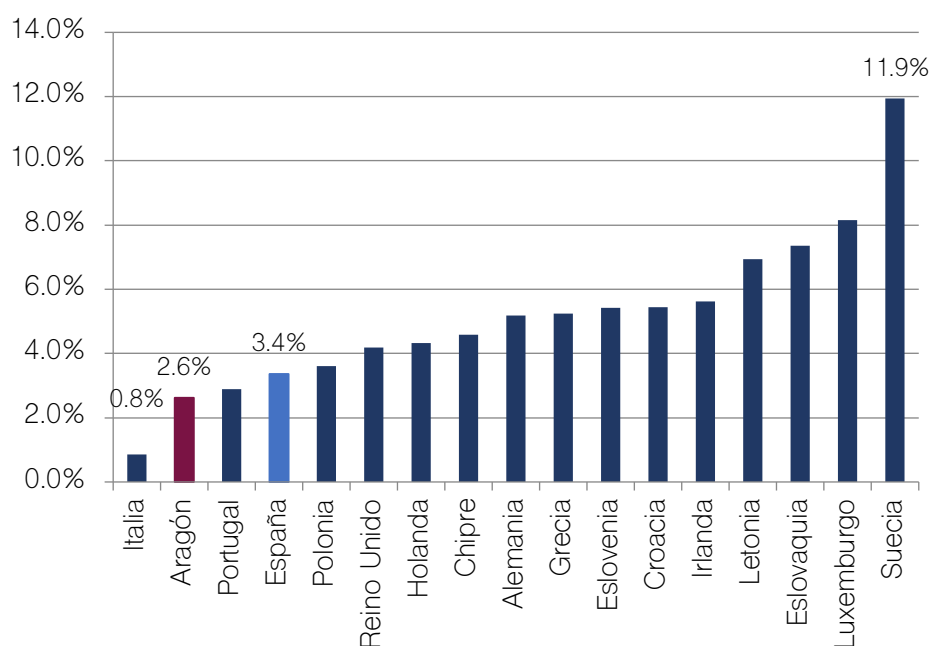
En la Figura 5.1 se observa la importancia del inversor informal en cada una de las regiones españolas, que oscila entre el 2,4% de La Comunidad de León y el 4,1% de Andalucía. Nuestra Comunidad se sitúa en el año 2019 en el 2,6%, por debajo de la media nacional, y en el grupo de regiones con menos participación de este tipo de agentes.

Figura 5.1 Importancia del *inversor informal*: regiones españolas



Si comparamos la situación de Aragón (y España) con el resto de los países de la Unión Europea, observamos cómo el peso de los inversores informales es todavía reducido (ver Figura 5.2). Entre las naciones donde este tipo de fuente de financiación es más importante, destacan países como Suecia, Luxemburgo, y Eslovaquia: en Suecia, casi el 12% de la población actúa como financiador de nuevas iniciativas empresariales. Por el contrario, los países con menos inversores informales son Italia, Portugal, y España.

Figura 5.2 Importancia del *inversor informal*: países UE



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

A continuación, se muestra un resumen de las principales características de los inversores privados en negocios ajenos. En nuestra Comunidad, el perfil de un inversor informal tiene las siguientes características: casi dos terceras partes son mujeres, con una edad media cercana a los 48 años, y viven en un hogar en el que residen, en promedio, 3,1 personas. Además, un 25,6% habita en un entorno rural y el 81,1% se encuentra en situación laboral activa, situándose la renta del 35% de estos inversores en el tercio superior. El 52,1% tiene estudios superiores, y casi el 32% estudios de nivel medio. En cuanto a su perfil emprendedor, el 29,3% tiene formación específica para emprender y el 68% considera que tiene habilidades y experiencia para hacerlo. Si bien es cierto que sólo el 13,5% es emprendedor potencial, el 27% ve buenas oportunidades para invertir, y el 71,3% conoce a alguien que ha puesto en marcha un negocio en los últimos dos años. Adicionalmente, el 22,8% es propietario o participa en una empresa consolidada. Señalar, finalmente, que el 54,6% de estos inversores informales manifiestan no tener miedo al fracaso.

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

Un 36,2% son hombres  
y un 63,8% mujeres

16,0% tiene estudios básicos  
31,9% estudios de nivel medio  
52,1% estudios superiores

Edad media de 47,9 años, con una  
desviación típica de 10,2

Corresponde a un hogar medio  
de 3,1 personas

Situación laboral activa 81,1%  
Otras situaciones 18,9%

El 29,3% tiene formación específica  
para emprender

El 13,5 % es emprendedor  
potencial

El 71,3% conoce a alguien que ha puesto  
en marcha un negocio en los últimos dos  
años

El 22,8% es propietario o participa  
en  
una empresa consolidada

La renta del 35,0 % de los inversores  
se sitúa en el tercio superior

Tiene habilidades y experiencia para  
emprender el 68,0%

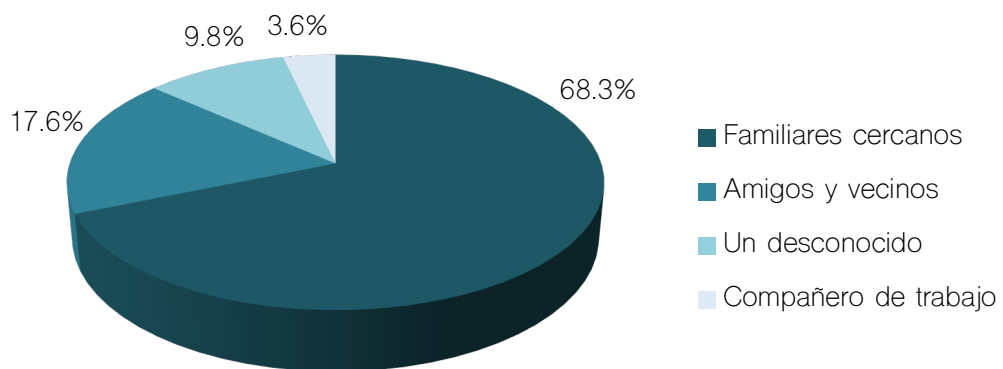
Ve buenas oportunidades para invertir  
el 27,0%

Vive en el entorno rural el 25,6%

El 54,6% no teme al fracaso

Finalmente, la Figura 5.3 proporciona información sobre la relación del inversor privado con el beneficiario de su inversión. Sigue predominando la relación de tipo familiar, ya que representan casi un 70% de los casos. El 17,6% viene de amigos y vecinos y el 9,8% de desconocidos, aunque esta cifra ha aumentado en 2019 en relación con el ejercicio precedente (donde era del 2,3%) y el porcentaje más pequeño, el 3,6%, viene de compañeros de trabajo.

Figura 5.3 Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión



## CAPÍTULO 6

# APTITUDES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN ARAGONESA

---

### 6.1. Introducción

Desde la teoría económica más tradicional se ha explicado que la decisión de emprender viene tomada de una manera totalmente racional. Sin embargo, desde otras disciplinas como la psicología o la sociología se argumenta que las percepciones que tienen los individuos resultan muy importantes en un contexto donde las personas no tienen toda la información disponible. A lo largo de este capítulo se analizarán las percepciones de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender (apartado 6.2), así como su posición en relación con las demás comunidades autónomas de nuestro país (6.3). Del mismo modo, también se analiza la percepción que tiene la sociedad aragonesa sobre la cultura emprendedora existente en nuestra sociedad (apartado 6.4).

Dichas percepciones aparecen desagregadas para el colectivo de personas involucradas en el proceso emprendedor (aquellas que están iniciando un nuevo negocio o ya son propietarias de negocios establecidos) y para el colectivo de personas no involucradas (personas que no están relacionadas con ninguna actividad empresarial).

En todo caso, antes de comenzar con el análisis es importante destacar que la medición de las variables que aparecen en este capítulo ha sufrido un cambio sustancial con respecto a ediciones anteriores del proyecto GEM. Hasta el pasado ejercicio, todas estas variables venían medidas con afirmaciones frente a las cuales los encuestados podían estar de acuerdo o en desacuerdo, haciendo que las respuestas fueran dicotómicas (0-1). Sin embargo, a partir de esta edición se cambia a una escala de Likert de 1 a 5 mediante la cual los encuestados muestran su grado de conformidad o disconformidad con las afirmaciones planteadas. Con el fin de



permitir cierta comparación con los años anteriores, los valores 1 y 2 de la escala de Likert los asimilamos a no estar de acuerdo con la afirmación, mientras el 4 y el 5 los asociamos a estar de acuerdo. Ello nos permite seguir haciendo un análisis de la evolución de estas dimensiones, aunque debemos ser conscientes de que las comparaciones con los ejercicios previos deben hacerse con la máxima precaución.

## **6.2. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender**

Para tomar la decisión de emprender resulta esencial identificar una oportunidad de negocio. Dicha identificación suele ser la primera etapa del proceso emprendedor. Por ello, el proyecto GEM pregunta a los individuos sobre su percepción acerca la existencia de oportunidades de negocio en los próximos seis meses. En la Tabla 6.1. puede verse cómo el 35,3% de la población aragonesa percibe que existirán buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses, un porcentaje que aumenta hasta el 36,8% en el caso de la población involucrada en el proceso emprendedor y que disminuye hasta el 35,1% en el caso de la población no involucrada. Por lo tanto, existe una diferencia de casi dos puntos porcentuales entre ambos colectivos. Las personas que emprenden se caracterizan por un mayor estado de alerta, lo que hace que perciban mayores oportunidades de negocio.

Otra percepción relevante a la hora de emprender tiene que ver con lo preparado que se sienta un individuo. Al margen del nivel de formación que tenga, que también es importante, resulta relevante la percepción que tenga una persona de sus conocimientos y habilidades. Puede ocurrir que alguien no esté objetivamente en condiciones que crear una empresa pero que sí se vea con capacidad suficiente, lo que influirá en que finalmente tome la decisión de emprender. Por este motivo la encuesta GEM pregunta a las personas si perciben que poseen los conocimientos y habilidades para emprender. El 44,1% de la población no involucrada en el proceso de emprender cree que tiene esas habilidades, un porcentaje que aumenta hasta el 83% en el caso de las personas que están involucradas en el proceso. Esa diferencia de prácticamente 40 puntos porcentuales muestra cómo la sensación de tener estos

conocimientos y habilidades parece ser un factor esencial para tomar la decisión de emprender.

Por otra parte, como es sabido, uno de los principales temores relacionados con la creación de una empresa es el miedo al fracaso. El resultado de cualquier actividad empresarial está sujeto a una alta incertidumbre, ya que los ingresos vienen determinados por el nivel de éxito de la nueva empresa. Mientras esos ingresos están sujetos a bastante incertidumbre, la nueva empresa tiene que hacer frente a una serie de costes, lo que hace que el riesgo de perder dinero sea alto. Cuando se le pregunta a la población aragonesa por el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender más de la mitad (el 54,1%) considera que ese miedo al fracaso es un importante obstáculo. Sin embargo, ese porcentaje disminuye hasta el 32,9% en el caso de la población involucrada, mientras que para la población no involucrada en el proceso emprendedor alcanza el 57%. Existe, por lo tanto, una diferencia de cerca de 25 puntos porcentuales entre ambos colectivos. Las personas que emprenden suelen ser precisamente aquellas que superan ese miedo.

Finalmente, también se les pregunta si conocen a otras personas que han emprendido recientemente. Las personas que emprenden necesitan con frecuencia la ayuda de terceros para poner en marcha su negocio. Por ello, resulta vital conocer a otras personas que estén en ese mismo proceso, para que les orienten o les apoyen en diferentes cuestiones del proceso de creación de una empresa. En la población aragonesa, únicamente el 40,6% de las personas conocen a una persona que ha emprendido recientemente. Sin embargo, ese porcentaje aumenta hasta el 57,4% en el caso de la población involucrada y disminuye hasta el 38,3% en el caso de la población que no lo está. Esos casi 20 puntos porcentuales de diferencia muestran que conocer a otros emprendedores resulta importante para crear un negocio.

Tabla 6.1. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender en 2019

	Involucrada en el proceso emprendedor	No involucrada en el proceso emprendedor	Total (involucrada+ no involucrada)
Percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses	36,8%	35,1%	35,3%
Percibe que posee los conocimientos y habilidades para emprender	83,0%	44,1%	48,9%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	32,9%	57,0%	54,1%
Percibe que conoce a otras personas que han emprendido recientemente	57,4%	38,3%	40,6%

Una vez analizadas las cuatro percepciones anteriores para el año 2019, la Tabla 6.2 permite ver la evolución de las mismas a lo largo de los últimos 5 años. En el caso de la percepción de oportunidades para emprender, vemos cómo en el último año se ha producido casi un incremento de 10 puntos porcentuales con respecto a la cifra de 2018 y que es el porcentaje más alto de toda la línea temporal analizada.<sup>2</sup> Esa mejora también se ve ligeramente reflejada en la percepción de poseer los conocimientos y habilidades para emprender, que sube del 48,1% al 48,9% en el último año. En relación con esa percepción, cabe recordar que el dato del año 2018 era ya el más alto de toda la serie analizada. En el caso del miedo al fracaso, aumenta hasta el 54,1% cuando la serie analizada oscilaba entre el 42% y el 46%. Finalmente, también aumenta el porcentaje de encuestados que conocen al menos a una persona que ha emprendido recientemente. El dato más alto de toda la serie lo marcaba el año 2014 con casi un 37% de individuos que conocían a una persona que había emprendido recientemente, habiendo descendido hasta cerca del 30% en los últimos años. En la edición de 2019, este porcentaje aumenta hasta sobrepasar el 40%. En cualquier caso, como hemos precisado, el cambio en la forma de aproximar este concepto implica que la el análisis de esta evolución debe plantearse con precaución.

<sup>2</sup> Insistimos en que la comparación de los datos de 2019 con los de los años previos debe hacerse con la máxima cautela, dado el cambio metodológico producido en la serie.

**Tabla 6.2. Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses	22,5%	24,4%	23,8%	30,9%	26,1%	35,3%
Percibe que posee los conocimientos y habilidades para emprender	47,2%	42,5%	45,8%	40,8%	48,1%	48,9%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	46,6%	42,4%	46,1%	42,3%	42,3%	54,1%
Percibe que conoce a otras personas que han emprendido recientemente	36,7%	32,1%	36,5%	30,9%	30,9%	40,6%

En los últimos años, el informe GEM presenta las diferencias que existen en las percepciones anteriores por género. Tradicionalmente, la investigación en emprendimiento ha mostrado cómo los hombres suelen tener un comportamiento más emprendedor que las mujeres, por lo que el análisis de las percepciones de los dos colectivos puede ayudarnos a explicar estas diferencias.

En relación a la existencia de oportunidades de negocio, la Tabla 6.3 muestra que el porcentaje de hombres que consideran que habrá buenas oportunidades es ligeramente superior al porcentaje de las mujeres, tanto en la población involucrada como en la no involucrada: 8 puntos porcentuales en la población involucrada y 7 puntos en la no involucrada. La población aragonesa masculina muestra una mayor predisposición a ver oportunidades de negocio que la población aragonesa femenina.

Sin embargo, en la percepción de habilidades y conocimientos necesarios para emprender no ocurre lo mismo. En el caso de la población involucrada, las mujeres tienen algo más de confianza en si mismas que los hombres (dos puntos porcentuales de diferencia); y en el caso de la población no involucrada, son los hombres los que tienen mayor confianza en sus habilidades para emprender (en este caso la diferencia supera los 10 puntos).

En el caso del indicador de miedo al fracaso, no se aprecian diferencias entre las mujeres y los hombres involucrados en el proceso emprendedor, mientras que dentro del colectivo de población no involucrada el miedo al fracaso de las mujeres es superior al miedo al fracaso de los hombres.

Finalmente, en el conocimiento de otras personas que han emprendido recientemente, los resultados son similares a lo que ocurría con el indicador de habilidades para emprender. Si nos centramos en la población involucrada, las mujeres emprendedoras conocen a más personas que están emprendiendo, mientras que si nos focalizamos en el colectivo de personas no involucradas en el proceso emprendedor son los hombres los que conocen a más personas emprendedoras.

**Tabla 6.3. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender desde la perspectiva de género en 2019**

	Involucrada en el proceso de emprender			No involucrada en el proceso de emprender		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses	41,0%	33,3%	36,8%	38,8%	31,1%	35,1%
Percibe que posee los conocimientos y habilidades para emprender	81,7%	83,1%	83,0%	49,7%	38,2%	44,1%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	32,9%	32,9%	32,9%	53,3%	60,8%	57,0%
Percibe que conoce a otras personas que han emprendido recientemente	56,3%	58,6%	57,4%	41,9%	34,6%	38,3%

### 6.3. Posicionamiento de Aragón a nivel nacional con respecto a las variables clave relacionadas con los valores y aptitudes para emprender

Una manera de calibrar mejor la magnitud de las percepciones anteriores es ver la situación relativa de Aragón con respecto a otras comunidades autónomas dentro de España. La Figura 6.1 muestra esta posición relativa.

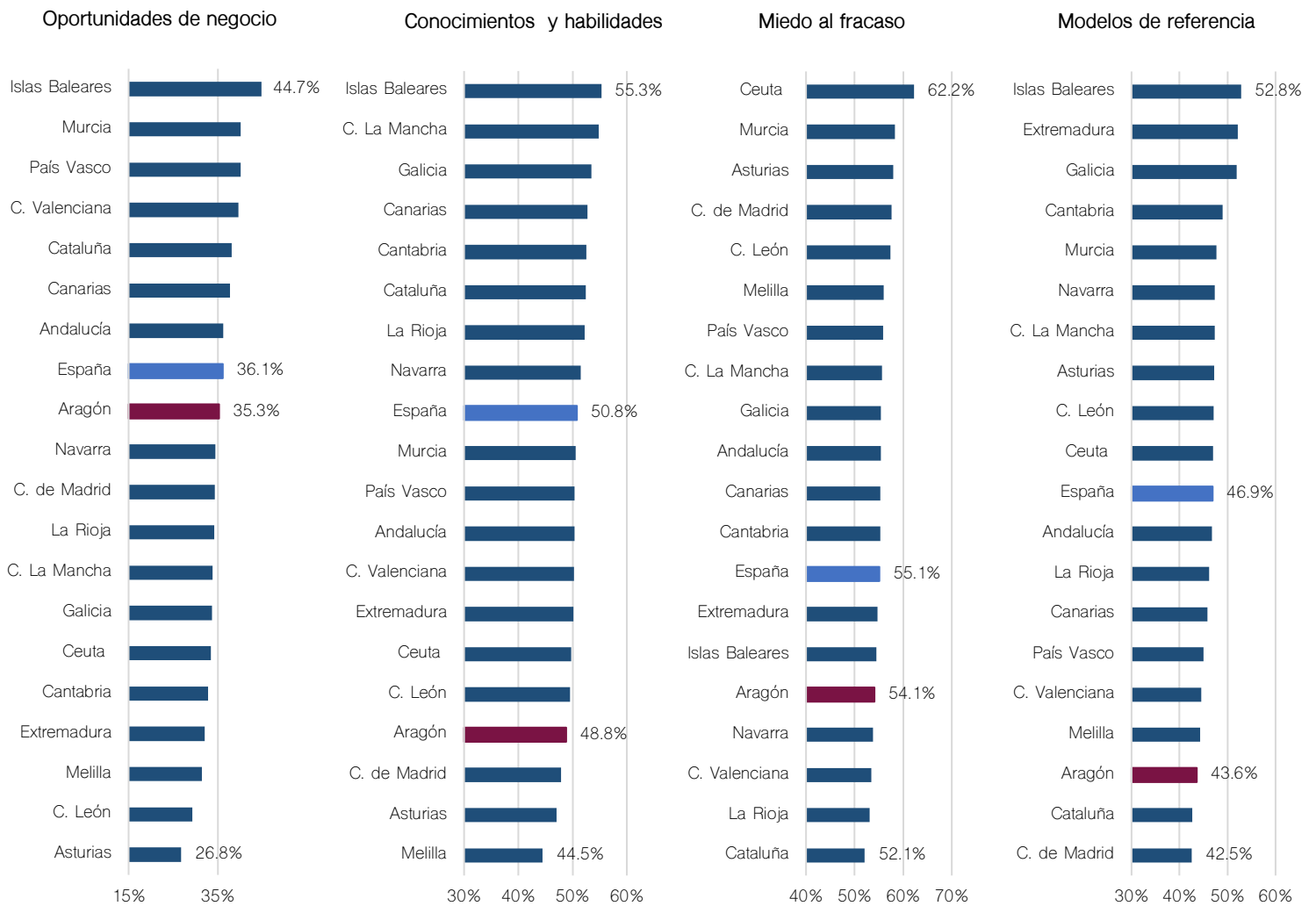
En relación con la percepción de existencia de oportunidades de negocio, Aragón se sitúa, con un 35,3%, prácticamente en la media española, que es del 36,1%. Islas Baleares es, con cierta diferencia, la región española donde la población percibe que hay mejores oportunidades de negocio (un 44,7%), seguida de Murcia y el País Vasco, mientras que Asturias es la que menos oportunidades percibe, con un 26,8%.

En relación con la sensación de tener los conocimientos y habilidades necesarias para emprender, Aragón se encuentra algo por debajo de la media española (48,8% frente a 50,8%). De nuevo Islas Baleares lidera la clasificación, con un 55,3%, seguido de Castilla la Mancha y Galicia. En el lado opuesto tenemos a Melilla, donde únicamente el 44,5% de la población confía en sus conocimientos y habilidades para emprender.

En lo relativo al miedo al fracaso como obstáculo para emprender, Aragón puntúa de nuevo ligeramente por debajo de la media nacional. Sin embargo, en este caso, una puntuación más baja indica un menor obstáculo para emprender, ya que la población tiene menos miedo al fracaso, por lo que la posición de la Comunidad es altamente favorable en esta dimensión. Cataluña lideraría la clasificación, con únicamente un 52,1% de la población percibiendo el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender, seguido de la Rioja, la Comunidad Valenciana, Navarra y Aragón. Por el lado contrario, Ceuta es la región con mayor miedo al fracaso (un 62,2% lo percibe como tal), seguido por Murcia y Asturias.

Finalmente, en relación a los modelos de referencia, Aragón sí que se encuentra entre las regiones de España donde las personas conocen a menos personas que han emprendido en los últimos años: únicamente un 43,6% de los aragoneses conocen a alguien que haya montado recientemente su propio negocio, cifra que está tres puntos porcentuales por debajo de la media española. De nuevo Islas Baleares es la región que mejor puntúa, con casi un 53% de personas que conocen a un emprendedor reciente, seguida por las comunidades de Extremadura y de Galicia. Paradójicamente, la Comunidad de Madrid y Cataluña, dos de las locomotoras económicas de España, son las regiones con peor puntuación en esta dimensión. En cualquier caso, cabe destacar que las diferencias entre regiones no son demasiado muy grandes.

Figura 6.1. Percepción de valores y aptitudes para emprender de la población aragonesa en comparación con la de otras comunidades autónomas



#### 6.4. Percepción de la población aragonesa sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento

Además de las percepciones mencionadas, también resulta muy relevante el contexto cultural en el cual las personas toman decisiones. Existen contextos muy favorables a la actividad emprendedora, donde dichas personas gozan de un alto estatus y consideración social, y otros menos favorables, donde los emprendedores

y la actividad empresarial no goza de ese respaldo social. La encuesta GEM presenta cuatro indicadores que valoran la cultura emprendedora en Aragón.

El primero de ellos es la opinión de la gente sobre la equidad en los estándares de vida de la sociedad. Se le pregunta a la población aragonesa si le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar. La Tabla 6.4 muestra que hasta el 70,2% de la población aragonesa responde afirmativamente a esta cuestión. Sin embargo, existen diferencias significativas en la opinión que tiene la gente involucrada en el proceso emprendedor y la gente que no lo está. Mientras que al 71,3% de la población no involucrada le gustaría que todo mundo tuviese un nivel de vida similar, ese porcentaje se reduce hasta el 62,6% en el caso de la población involucrada en el proceso emprendedor.

También se les pregunta si consideran que poner en marcha una empresa es una buena elección de carrera profesional. El 54% de la población aragonesa considera que así es, aunque ese porcentaje disminuye ligeramente hasta el 52,4% en el caso de la población involucrada. Da la sensación de que las personas emprendedoras ven las dificultades que tiene convertirse en emprendedor y consideran que tampoco es tan buena opción profesional.

En el caso de la pregunta sobre el estatus social de los emprendedores pasa algo parecido. Hasta el 58,8% de la población considera que crear una nueva empresa proporciona un buen estatus social. Sin embargo, ese porcentaje disminuye hasta el 51,6% cuando se le pregunta a la población involucrada en el proceso emprendedor. Tienen una consideración peor los propios emprendedores que la sociedad en general del estatus social que tiene su profesión.

Finalmente, el último de los indicadores de percepciones destinado a medir la cultura es la atención que prestan los medios de comunicación a los emprendedores que tienen éxito. El 55,1% de la población aragonesa considera que los medios de comunicación difunden noticias sobre emprendedores de éxito. Ese porcentaje aumenta hasta el 59,1% en el caso de la población involucrada. Una posible razón a esta discrepancia es que el colectivo de personas emprendedoras presta más atención y tiene más incentivos para fijarse en noticias de este tipo, por lo que



contestan en mayor medida que los medios de comunicación les prestan más atención.

**Tabla 6.4. Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento en 2019**

	Involucrada en el proceso emprendedor	No involucrada en el proceso emprendedor	Total (involucrada+ no involucrada)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	62,6%	71,3%	70,2%
Poner en marcha una empresa es una buena elección de carrera profesional	52,4%	54,3%	54,0%
Triunfar al crear una nueva empresa proporciona un buen estatus social	51,6%	59,8%	58,8%
Los medios de comunicación difunden noticias sobre emprendedores de éxito	59,1%	54,5%	55,1%

Al igual que hacíamos en el apartado sobre percepciones individuales, la Tabla 6.5 muestra la evolución de estos cuatro indicadores en los últimos cinco años. A la pregunta sobre la equidad en los estándares de vida, vemos cómo el indicador muestra una ligera tendencia a la baja en los últimos años. En el año 2015 hasta el 75,4% de la población respondía afirmativamente a esta cuestión, mientras que en el año 2019 tan solo lo hace el 70,2%. Ese descenso ha tenido lugar de forma progresiva en los últimos años. En relación al emprendimiento como buena elección profesional el indicador de 2019 marca el mejor dato de toda la serie temporal con un 54%, lo que supone un aumento de más de cuatro puntos porcentuales en el último año. En cualquier caso, es un dato que había caído durante los ejercicios precedentes, por lo que el aumento de 2019 nos permite recuperar los valores de 2016.

En relación al estatus social de los emprendedores, el dato de este año también es positivo, ya que aumenta 10 puntos porcentuales con respecto al año 2018. Un porcentaje bastante mayor de personas consideran que crear una nueva empresa proporciona un buen estatus social. El indicador relacionado con el grado de difusión

por parte de los medios de comunicación de noticias sobre emprendedores, también aumenta con respecto al del año 2018, siendo en este caso el incremento de tres puntos porcentuales. En los últimos años parece observarse una tendencia creciente en este indicador, lo que sugiere que los medios de comunicación cada vez difunden más noticias sobre emprendedores de éxito.

**Tabla 6.5. Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	72,4%	75,4%	71,5%	71,4%	70,9%	70,2%
Poner en marcha una empresa es una buena elección de carrera profesional	51,7%	52,3%	53,6%	50,4%	49,6%	54,0%
Triunfar al crear una nueva empresa proporciona un buen estatus social	48,9%	45,9%	49,5%	46,7%	48,7%	58,8%
Los medios de comunicación difunden noticias sobre emprendedores de éxito	51,1%	46,9%	50,1%	52,6%	52,2%	55,1%

Al igual que se hacía anteriormente, realizamos un análisis por género de las percepciones relacionadas con la cultura, viendo si existen diferencias significativas entre lo que opinan los dos colectivos (Tabla 6.6). En relación con la equidad en los estándares de vida, los hombres tienen porcentajes ligeramente superiores, tanto en la población involucrada como en la no involucrada. Si vemos el indicador sobre el emprendimiento como opción profesional, las mujeres consideran que es una mejor opción si nos centramos en el colectivo de personas no involucradas, mientras que el resultado es el opuesto si consideramos el colectivo de personas involucradas. En el indicador de estatus social, los hombres perciben que el estatus social de los emprendedores es mejor, tanto en la población involucrada como en la no involucrada. Finalmente, en el indicador que aborda la importancia que conceden los medios de comunicación a las noticias relacionadas con los emprendedores exitosos, las diferencias de género van en sentido opuesto cuando se analizan la población involucrada y la no involucrada. En la involucrada, los hombres consideran con mayor frecuencia que los medios de comunicación difunden noticias sobre emprendedores de éxito; sin embargo, en la población no involucrada son las mujeres las que

consideran que esos medios de comunicación difunden noticias de éxito sobre emprendedores.

**Tabla 6.6. Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento desde la perspectiva de género, 2019**

	Involucrada en el proceso de emprender			No involucrada en el proceso de emprender		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	64,5%	61,3%	62,6%	71,9%	70,5%	71,3%
Poner en marcha una empresa es una buena elección de carrera profesional	53,1%	51,7%	52,4%	53,9%	54,5%	54,3%
Triunfar al crear una nueva empresa proporciona un buen estatus social	54,1%	49,2%	51,6%	63,0%	56,4%	59,8%
Los medios de comunicación difunden noticias sobre emprendedores de éxito	62,1%	56,3%	59,1%	52,8%	56,2%	54,5%

## 6.5. Posicionamiento de Aragón a nivel nacional con respecto a las variables clave relacionadas la cultura y su influencia en el emprendimiento

La Figura 6.2 vuelve a posicionar a Aragón con respecto a otras comunidades autónomas y a la media del país en las percepciones relacionadas con la cultura emprendedora. En el deseo de que toda la población tenga un nivel de vida similar, Aragón puntúa ligeramente por encima de la media, con un 70,2%, aunque está relativamente lejos de las regiones de España que mejor puntúan como Melilla (76,9%) o el País Vasco. En el lado contrario, la Comunidad de Madrid, es la región española con un menor deseo de tener un nivel de vida similar, con un 64,1%.

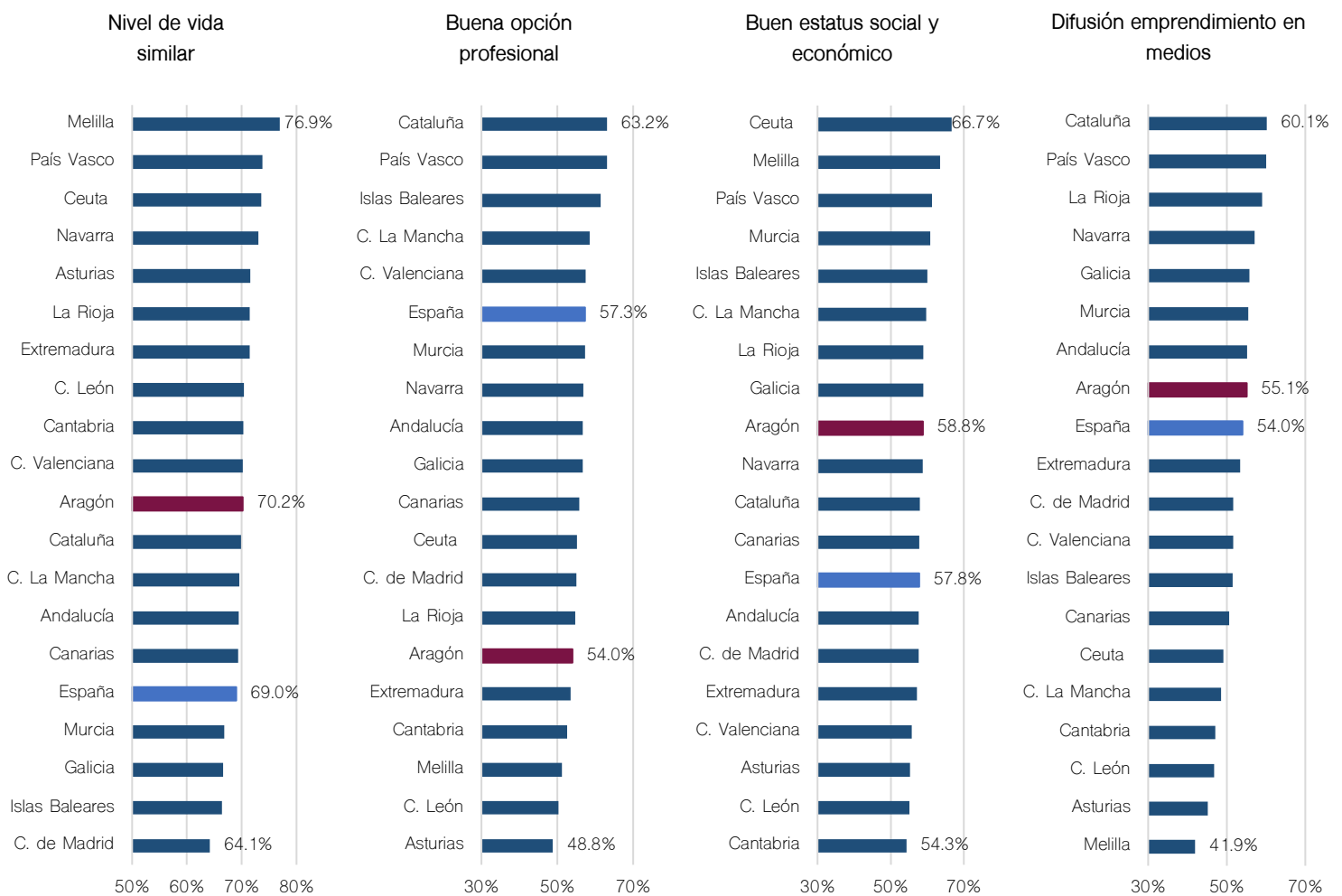
En el indicador que considera el emprendimiento como una buena opción profesional, Aragón se sitúa en la parte baja de España, con un 54% de los aragoneses que consideran que crear una empresa es una buena salida laboral. La media española se sitúa tres puntos porcentuales por encima, con un 57,3%. Cataluña, el País Vasco o las Islas Baleares son las regiones que más alto puntúan en este indicador, con valores por encima del 60%. Por su parte, Asturias y Castilla

y León se encuentran en la cola de esta medida cultural, ya que únicamente un 50% de sus residentes considera que emprender es una buena opción de carrera.

El informe GEM también pregunta por el estatus social y económico de las personas que emprenden. El 57,8% de la población española considera que ese estatus es positivo, mientras que el 58,8% de la población aragonesa tiene esa opinión. Aragón está, por lo tanto, un punto porcentual por encima de la media española, en una posición intermedia dentro de las diferentes regiones. Ceuta, Melilla y el País Vasco son las regiones que mejor puntúan en esta dimensión, mientras que Asturias, Castilla y León y Cantabria son las comunidades autónomas donde un menor porcentaje de personas asigna un estatus positivo a las personas emprendedoras.

Finalmente, en relación a la difusión del emprendimiento en los medios de comunicación, Aragón vuelve a situarse en una posición intermedia, ligeramente por encima de la media española, con un 55,1%. Las comunidades autónomas de Cataluña y el País Vasco vuelven a liderar la clasificación, ya que sus ciudadanos consideran que el emprendimiento goza de mayor visibilidad en los medios, mientras que en las regiones de Melilla, Asturias y Castilla León la visibilidad de los mismos es menor, con porcentajes que apenas superan el 40%.

Figura 6.2. Percepción sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento de la población aragonesa en comparación a la población de otras comunidades autónomas

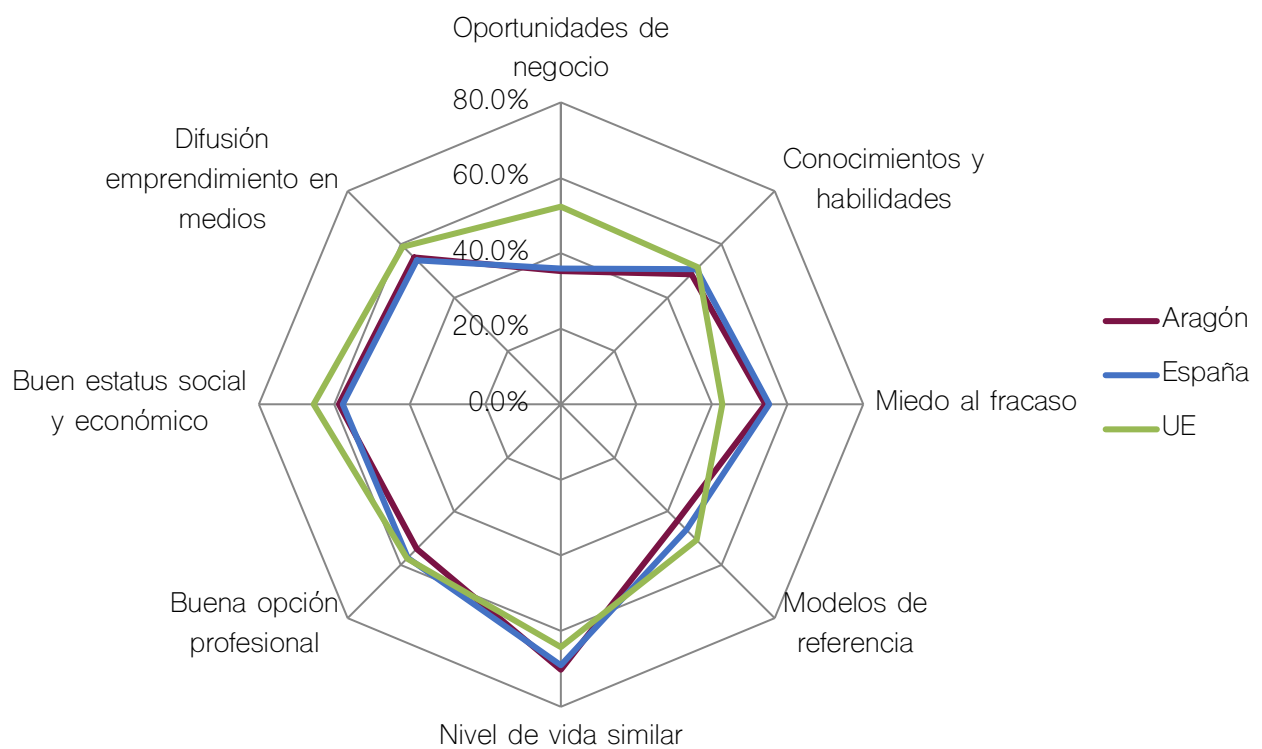


### 6.6. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender

Para terminar este capítulo, la Figura 6.3 presenta la comparación de Aragón con España y los países de la Unión Europea en las ocho percepciones analizadas. Vemos como las líneas de Aragón y de España prácticamente se superponen, lo que indica que la población aragonesa y el conjunto de la población española comparten percepciones en materia de emprendimiento y que las diferencias entre ambas regiones geográficas son pequeñas. La línea relativa a los países de la Unión Europea sí que muestra ciertas diferencias con las dos anteriores.

Para empezar, en la Unión Europea se percibe que las oportunidades de negocio son sustancialmente mayores que las que hay en España y en Aragón. Este factor, como hemos comentado varias veces a lo largo de este capítulo, perjudica la actividad emprendedora de nuestra región. En el miedo al fracaso ocurre precisamente lo contrario, ya que se percibe como un obstáculo sustancialmente mayor en España y en Aragón que en la Unión Europea. Finalmente, en los indicadores de valoración social del emprendimiento, la Unión Europea también muestra un panorama ligeramente más favorable que Aragón y el conjunto de España.

**Figura 6.3. Percepciones, valores, aptitudes y entorno social de los aragoneses respecto al resto de España y de países de la UE**



## CAPÍTULO 7

# ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

---

### 7.1. Introducción

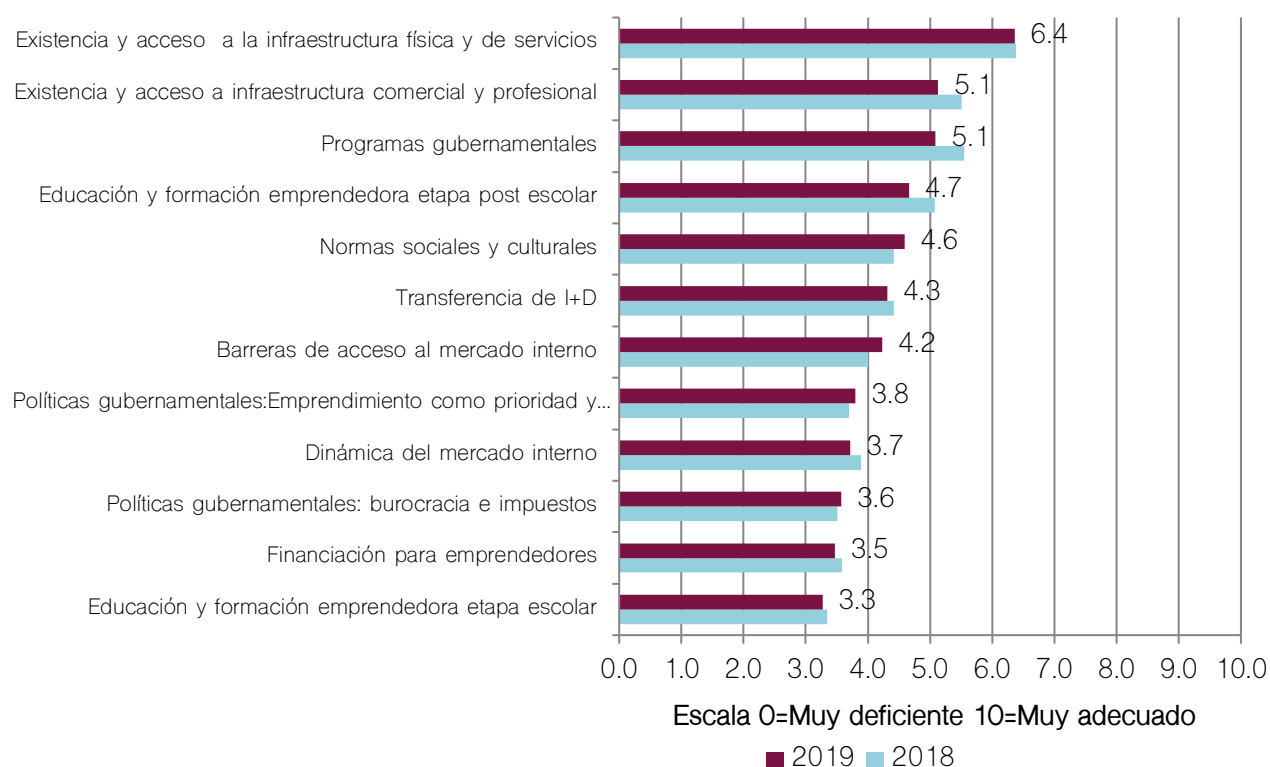
El proyecto GEM se nutre fundamentalmente de dos fuentes de datos al analizar los distintos aspectos del proceso emprendedor: la población adulta de la región, que es aquella con edades comprendidas entre los 18 y los 64 años, y un grupo de individuos elegidos en función de su experiencia y conocimiento acerca de diferentes aspectos del entorno que influyen en dicho proceso de emprendimiento. En los capítulos previos se ha analizado fundamentalmente la información obtenida a partir de las encuestas realizadas a la población adulta respecto al proceso de emprender.

Este capítulo tiene como objetivo profundizar en las principales conclusiones que se obtienen de la información proporcionada por dicho grupo de expertos. En el año 2019, el equipo regional de Aragón ha contado con la participación de un total de 43 expertos, cada uno de los cuales, con independencia de su ámbito de especialización, expresa su opinión acerca de todos los factores analizados. Adicionalmente, también se les solicita que identifiquen cuáles son los principales obstáculos y apoyos al proceso emprendedor, así como que realicen posibles sugerencias para favorecer el desarrollo de la actividad emprendedora.

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

En términos generales, las condiciones específicas del entorno sobre las que han opinado los expertos indican que la situación en Aragón sigue sin ser especialmente favorable para emprender (impresión similar a la que muestran los expertos nacionales). La Figura 7.1 muestra la valoración media que los expertos hacen de estos factores del entorno. De los doce elementos evaluados, solo tres superan el aprobado en la escala propuesta de 1 a 10: los que se refieren a la existencia y acceso a las infraestructuras físicas y de servicios, los relativos a las infraestructuras comerciales y profesionales y los que afectan a los programas gubernamentales. Si atendemos a los datos históricos, estos factores se mantienen de manera estable a lo largo del tiempo.

Figura 7.1. Valoración de los expertos: factores del entorno



En el extremo contrario, aparecen los factores relacionados con las políticas gubernamentales (específicamente aquellas relacionadas con la burocracia e



impuestos), la financiación para los emprendedores y, al igual que viene ocurriendo los últimos años, la educación y formación emprendedora en la etapa escolar, que sigue siendo el factor menos valorado. Se trata, sin duda, de un aspecto especialmente preocupante en una sociedad que debe fomentar desde las etapas educativas más tempranas el espíritu emprendedor ya que, tal como se ha mostrado en los capítulos precedentes, en la medida en que aumentan la formación y conocimientos sobre temas relacionados con el emprendimiento, se incrementa la tasa de apertura de nuevos negocios, a la vez que se mejoran sus tasas de supervivencia. Aunque se han dado algunos pasos en la buena dirección, todavía es largo el camino que queda por recorrer. En este sentido, la reforma del sistema educativo que se está planteando en estos momentos podría constituir una buena oportunidad para profundizar en estas materias dentro de los planes de estudios. Desde un punto de vista positivo, debemos hacer referencia al interés por parte de determinadas empresas, organizaciones e instituciones educativas en relación con los sistemas de formación dual.

### **7.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón**

Los expertos entrevistados también contribuyen al informe GEM a través de preguntas abiertas relacionadas con las condiciones del entorno específico que influyen en la actividad emprendedora. A continuación, se presentan las opiniones de estos expertos relativas a los principales obstáculos que actúan como freno de la actividad emprendedora, los apoyos más importantes que estarían favoreciendo dicha actividad y, por último, las recomendaciones o medidas para mejorar el contexto para emprender en Aragón. La Tabla 7.1 muestra las valoraciones proporcionadas por los expertos cuando son preguntados en relación al origen de los obstáculos a la actividad emprendedora. El principal obstáculo que se menciona parecen ser las políticas gubernamentales desarrolladas (el 54,1% de los encuestados está de acuerdo con esta opinión). El acceso a la financiación se sitúa en segundo lugar (40,5%) y, notablemente por detrás con un reconocimiento por parte del 27% de los

encuestados, aparecen los programas gubernamentales y el acceso a las infraestructuras físicas. Las normas culturales y la educación y formación que se sitúan en los puestos número 5 y 6 respectivamente.

En el polo opuesto, algunos de los elementos que, en este ejercicio, los expertos consideran que menos dificultan la puesta en marcha de las iniciativas empresariales, son la composición percibida de la población, la infraestructura comercial y profesional, la crisis económica o la corrupción.

**Tabla 7.1. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2019**

Obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón, por orden de dificultad en 2019	% sobre el total de respuesta	Ranking del año					
		2019	2018	2017	2016	2015	2014
Políticas gubernamentales	54.1%	1	2	1	1	2	2
Acceso a la financiación	40.5%	2	1	1	1	1	1
Programas gubernamentales	27.0%	3	5	9	7	8	3
Acceso a la infraestructura física	27.0%	3	7	6	7	5	7
Normas sociales y culturales	24.3%	5	3	3	4	3	9
Educación, formación	18.9%	6	4	4	3	4	3
Apertura de mercado, barreras	16.2%	7	7	7	4	6	7
Capacidad emprendedora	8.1%	8	6	9	4	9	9
Costes laborales, acceso y regulación	8.1%	8	12	5	13	11	17
Acceso a la información	8.1%	8	16	9	13	15	17
Estado del mercado laboral	5.4%	11	9	7	17	15	11
Transferencia I+D	5.4%	11	11	13	17	14	5

Clima Económico	5.4%	11	14	14	11	15	11
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	5.4%	11	16	17	13	11	17
Contexto político, institucional y social	2.7%	15	13	17	9	15	13
Internacionalización	2.7%	15	16	17	12	15	17
Composición percibida de la población	0.0%	17	9	9	17	11	13
Infraestructura comercial y profesional	0.0%	17	14	14	9	9	6
Crisis económica	0.0%	17	16	14	13	6	13
Corrupción	0.0%	17	16	17	17	15	13
Otros	0.0%	17	16	17	17	15	17

Una vez examinados los obstáculos, la Tabla 7.2 identifica los principales apoyos a la creación de empresas en Aragón, presentándose la evolución en la ordenación de los mismos desde el año 2014. En ella se pone de manifiesto que los expertos entienden que las principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora son los programas gubernamentales, la infraestructura comercial y profesional, el acceso a infraestructuras físicas, así como el clima económico y de apertura de mercado y las barreras. En el extremo opuesto se sitúan la corrupción, el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas, los costes laborales, el acceso al mercado y la regulación, el contexto político, institucional y social y la transferencia de I+D.

Tabla 7.2. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Aragón, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2019

Apoyos a la actividad emprendedora en Aragón, por orden de importancia en 2019	% sobre el total de respuestas	Ranking del año					
		2019	2018	2017	2016	2015	2014
Programas gubernamentales	43.20%	1	1	1	2	2	1
Infraestructura comercial y profesional	37.80%	2	11	6	4	4	18
Acceso a la infraestructura física	27.00%	3	5	5	1	7	8
Clima económico	21.60%	4	2	6	7	13	15
Apertura de mercado, barreras	21.60%	4	5	15	6	9	18
Educación y formación	16.20%	6	7	2	5	9	9
Estado del mercado laboral	16.20%	6	9	3	2	16	2
Capacidad emprendedora	10.80%	8	2	9	8	9	15
Normas sociales y culturales	8.10%	9	10	3	8	3	4
Políticas gubernamentales	8.10%	9	15	11	8	13	12
Apoyo financiero	5.40%	11	7	9	8	5	5
Crisis económica	5.40%	11	12	12	14	1	9
Internacionalización	5.40%	11	12	12	14	16	9

Acceso a la información	5.40%	11	15	12	13	7	5
Composición percibida de la población	2.70%	15	19	15	16	16	15
Transferencia I+D	0.00%	16	4	15	8	6	3
Contexto político, institucional y social	0.00%	16	12	18	16	13	12
Costes laborales, acceso y regulación	0.00%	16	15	8	16	12	7
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0.00%	16	15	18	16	16	14
Corrupción	0.00%	16	19	18	16	16	18
Otros	0.00%	16	19	18	16	16	18

La Tabla 7.3 recoge la clasificación de los diferentes aspectos a los que hacen referencia los expertos en sus recomendaciones para mejorar el entorno, con el fin de dinamizar el proceso emprendedor en Aragón. Las primeras recomendaciones giran en torno a las políticas gubernamentales, la educación y la formación, los programas gubernamentales o el apoyo financiero. Los expertos encuestados consideran prioritario contar con el apoyo de políticas y programas gubernamentales que impulsen y faciliten las iniciativas emprendedoras, así como el diseño de una educación que cambie los valores y actitudes hacia el proceso emprendedor. También sitúan en un lugar destacado el apoyo financiero, la cultura, las normas sociales y culturales o el acceso a las infraestructuras comerciales y profesionales. En cuanto a las dimensiones que menos consideración tienen por parte de los expertos a la hora de favorecer el proceso emprendedor, cabe citar los relativos a la corrupción, la crisis económica, la composición percibida de la población, el clima

económico, los costes laborales, de acceso al mercado y de regulación y la internacionalización.

**Tabla 7.3. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2019**

Recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón, por orden de importancia en 2019	% sobre el total de respuestas	Ranking del año					
		2019	2018	2017	2016	2015	2014
Políticas gubernamentales	51.40%	1	2	1	1	4	1
Educación y formación	42.90%	2	3	2	2	2	4
Programas gubernamentales	34.30%	3	1	3	3	3	2
Apoyo financiero	31.40%	4	4	4	4	1	3
Normas sociales y culturales	20.00%	5	5	5	4	5	5
Infraestructura comercial y profesional	14.30%	6	6	5	6	12	9
Acceso a la infraestructura física	14.30%	6	7	7	7	10	6
Transferencia I+D	11.40%	8	7	8	8	6	9
Contexto político, institucional y social	11.40%	8	14	15	14	10	17
Estado del mercado laboral	8.60%	10	11	10	11	12	17
Apertura de mercado, barreras	5.70%	11	7	15	14	15	7
Acceso a la información	2.90%	11	14	10	10	6	17

Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	2.90%	11	14	10	11	12	7
Capacidad emprendedora	2.90%	11	14	13	11	15	9
Internacionalización	0.00%	15	10	15	14	15	9
Costes laborales, acceso y regulación	0.00%	15	11	8	8	8	17
Clima económico	0.00%	15	13	15	14	15	9
Composición percibida de la población	0.00%	15	14	13	14	8	9
Crisis económica	0.00%	15	14	15	14	15	9
Corrupción	0.00%	15	14	15	14	15	9
Otros	0.00%	15	14	15	14	15	17

Por último, apuntar que, como hemos indicado anteriormente, la encuesta permite a los expertos destacar aquellos factores del entorno (obstáculos, apoyos y recomendaciones) que consideran significativos para analizar la actividad emprendedora en Aragón. La Tabla 7.4 recoge los argumentos que no se habían mencionado de forma explícita en el cuestionario realizado, aunque es cierto que algunos de estos argumentos están directamente relacionados con dichos factores previos.

Tabla 7.4. Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón

<b>OBSTÁCULOS</b>
1. Falta de financiación
2. Falta de cultura emprendedora
3. Exceso de trámites administrativos
4. Miedo al fracaso
<b>APOYOS</b>
1. Formación en las Universidades
2. Programas de apoyo al emprendimiento
3. Nuevas tecnologías
4. Mejora de la financiación
<b>RECOMENDACIONES</b>
1. Apoyo al I+D
2. Mejora de la financiación
3. Ayudas y subvenciones
4. Fomentar la educación emprendedora

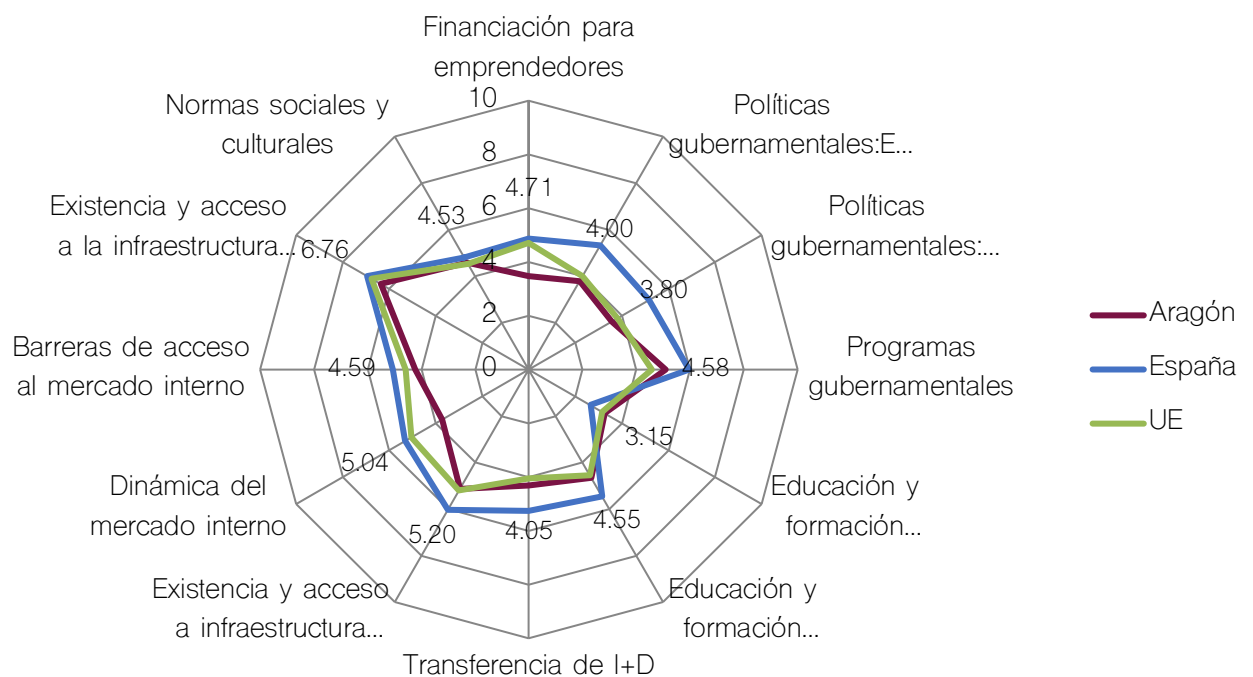
#### 7.4. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno

La Figura 7.2 concluye este capítulo representando la posición relativa de las valoraciones que hacen los expertos aragoneses en relación con sus homólogos en España y en el resto de países GEM de su mismo grupo económico. En relación a la comparación con el resto de España, Aragón presenta unas condiciones medias por debajo del promedio nacional en prácticamente la totalidad de los factores considerados, excepto en formación y educación emprendedora en la etapa escolar.



Respecto a los países GEM del mismo grupo económico, las valoraciones que hacen del entorno los expertos aragoneses se suelen situar, alrededor de la media europea. El acceso a la financiación para emprendedores y la dinámica del mercado interno son los dos factores que difieren más de la posición que presenta la Unión Europea. Sin embargo, Aragón presenta una situación similar a la de los países de la UE cuando se trata de políticas y programas gubernamentales, de educación y formación emprendedora, tanto en la etapa escolar como en la post-escolar, en transferencia de I+D, en acceso a infraestructuras, en barreras de acceso al mercado interno, así como en cuanto a normas sociales y culturales.

Figura 7.2. Posición de Aragón respecto a España y resto de los países GEM de su mismo grupo económico en cuanto al promedio de los factores del entorno valorado por los expertos



## CAPÍTULO 8

### ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LAS ZONAS RURALES

---

#### 8.1. Introducción

El estudio de la actividad emprendedora en las zonas rurales tiene particular importancia en la Comunidad Autónoma de Aragón, a la vista de que el casi el 97% de los municipios se encuentran situados en el ámbito rural y concentran a una cuarta parte de la población aragonesa (Tabla 8.1). El observatorio GEM considera como actividad emprendedora rural la que se lleva a cabo en municipios de hasta 5.000 habitantes, mientras que el emprendimiento urbano es el que tiene lugar en los municipios que superan dicha población. Es importante tener en cuenta que la distribución de la población en zonas rurales varía notablemente entre las tres provincias aragonesas, principalmente debido a la concentración de prácticamente el 50% de la población aragonesa en la capital de la Comunidad. De este modo, el 15,8% de la población de la provincia de Zaragoza reside en la actualidad en zonas rurales, frente al 39,1% de Huesca y el 55,8% de Teruel.

Tabla 8.1. Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2019)

Distribución de...	Zona	Huesca	Zaragoza	Teruel	Aragón
Municipios	Rural	96,5%	95,2%	98,7%	96,7%
	Urbana	3,5%	4,8%	1,3%	3,3%
Población	Rural	39,1%	15,8%	55,8%	23,7%
	Urbana	60,9%	84,2%	44,2%	76,3%

Fuente: Datos obtenidos a partir de la información facilitada por el INE (padrón a 1 de enero de 2019).

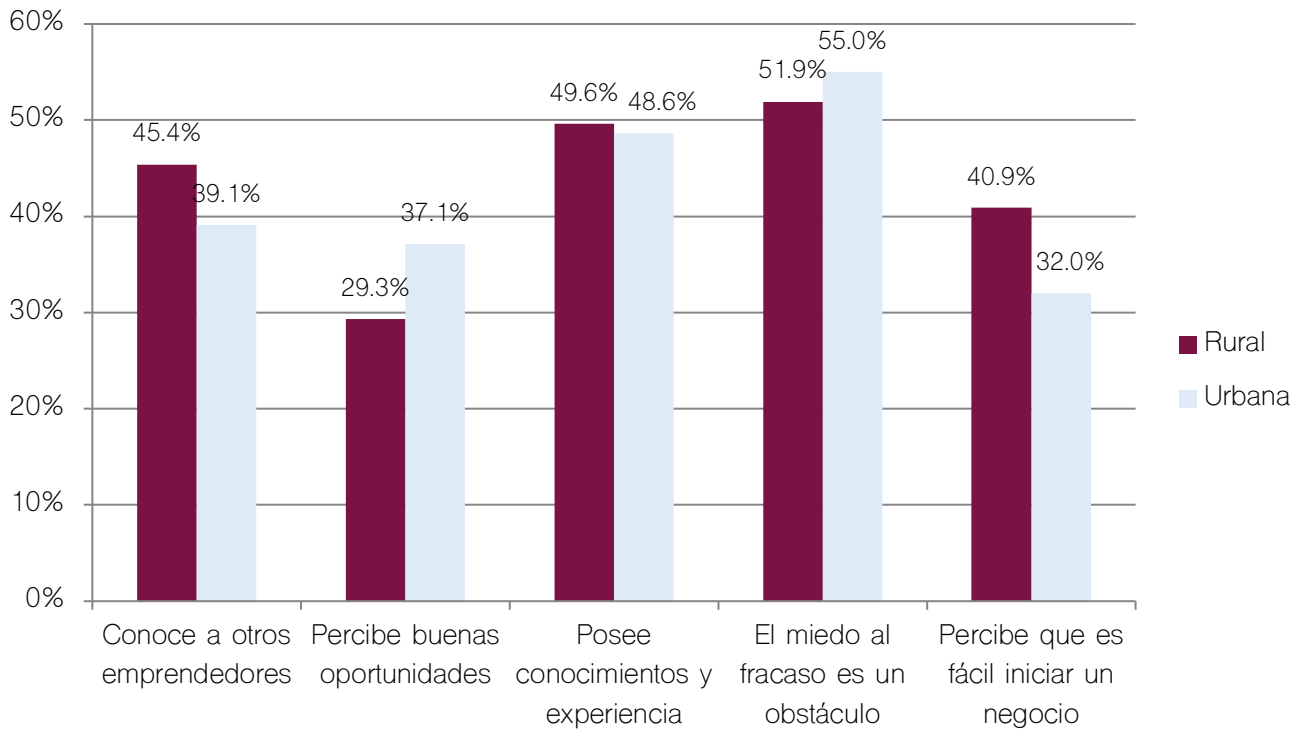
A la vista de la importancia de las zonas rurales, sobre todo en las provincias de Huesca y Teruel, el emprendimiento rural constituye uno de los mecanismos más importantes para evitar la despoblación en numerosos territorios siendo, además, una fuente de oportunidades en múltiples sectores de la economía. La mejora de las infraestructuras físicas y las comunicaciones hacen del ámbito rural un espacio muy competitivo para un gran número de actividades. Fruto de esta reflexión, se han llevado a cabo determinadas iniciativas gubernamentales de fomento de la actividad emprendedora en zonas rurales de Aragón, como el Programa de Emprendimiento Rural Sostenible centrado en cuatro comarcas turolenses o el Programa de Emprendimiento Agroalimentario. En definitiva, el capítulo se aproxima y completa la información en relación con la actividad emprendedora en estos municipios. En primer lugar, se examinan los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras y se comparan con las de las zonas urbanas. A continuación, se examinan las tasas de actividad empresarial en los dos ámbitos.

## **8.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana**

La Figura 8.1 muestra información sobre los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población rural y urbana en 2019. Entre los atributos a los que se concede mayor importancia en el ámbito rural, mencionar que en estos municipios se tiende a conocer a más emprendedores (45,4% frente al 39,1% de los municipios urbanos) y es más fácil iniciar un negocio (40,9% frente al 32%). De igual modo, hay una mayor proporción de habitantes que consideran que tienen los conocimientos y experiencia suficientes, aunque en este caso las diferencias con respecto al entorno urbano son reducidas (49,6% frente al 48,6% de las zonas urbana).

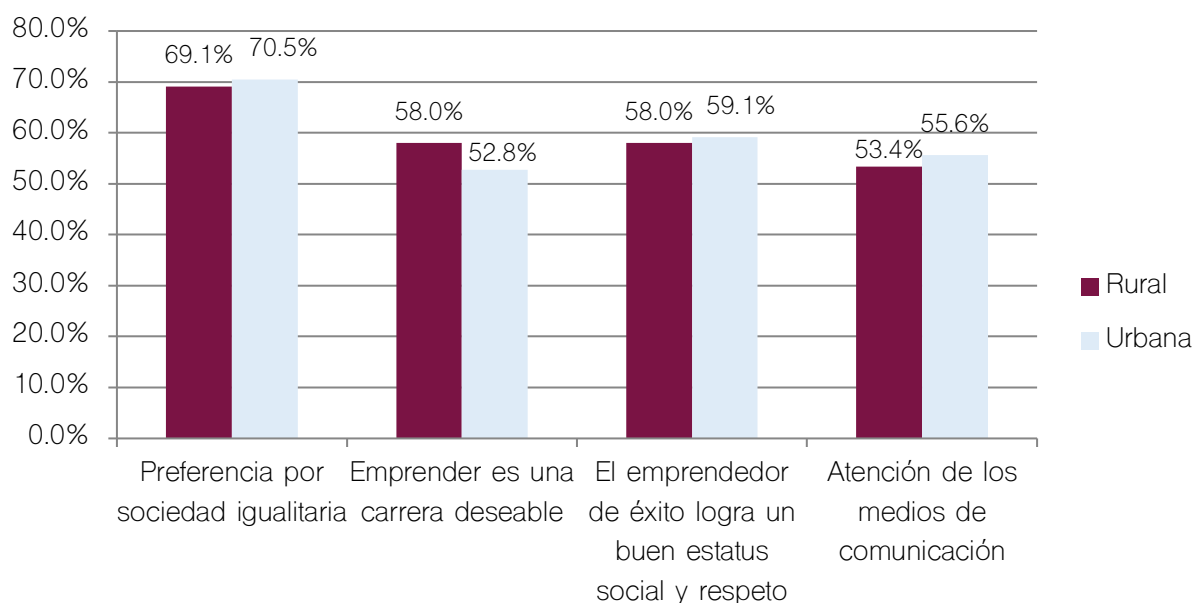
Como contraste, es en los municipios de mayor dimensión donde mejor es la percepción sobre la existencia de buenas oportunidades de negocio (37,1% frente al 29,3%). El miedo al fracaso también es más alto en las zonas urbanas (55% frente al 51,9%).

Figura 8.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana



Por lo que respecta a la valoración social del emprendimiento (Figura 8.2), los indicadores relativos a la preferencia por una sociedad igualitaria (70,5% zona urbana vs 69,1% zona rural), a que el emprendedor de éxito logra un buen estatus social y respeto (59,1% vs 58%) y la atención de los medios de comunicación, son más altos en la zona urbana (55,6% vs 53,4%). Por el contrario, en las zonas rurales se percibe de forma más positiva el emprender como una carrera deseable (58% vs 52,8%), quizá por el énfasis que el Gobierno de Aragón y otras instituciones están haciendo para impulsar y desarrollar las zonas rurales, que están sufriendo en esta región una gran despoblación. En todo caso, debe señalarse que las diferencias son, con la excepción de la respuesta a la pregunta si emprender es una opción de carrera deseable, pequeñas.

Figura 8.2. Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas



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

La Figura 8.3 muestra las tasas de actividad en las distintas etapas del proceso emprendedor (potencial, naciente, nueva, consolidada y abandono), tanto en el ámbito rural como en el urbano. Si bien es cierto que las diferencias se han reducido con respecto a 2018, la población rural se muestra más activa en términos de emprendimiento que la urbana (6,3% frente a un 4,5%), en línea con lo que ha venido ocurriendo en los años previos. Además, es en el entorno rural donde se observa mayor implicación de la población en el proceso emprendedor en su conjunto (22,6% frente al 16,1%), situación que se repite cuando se analiza la población involucrada en la parte activa del mismo: los emprendedores nacientes, nuevos y consolidados suponen un 17,9% de la población total frente al 10,3% en las zonas urbanas. La actividad consolidada de este proceso emprendedor es considerablemente más alta en el entorno rural (11,6%) que en el urbano (5,8%); sin embargo, la actividad potencial es mayor en el entorno urbano (5,8% frente al 4,7%) y los cierres efectivos son mayores en las zonas rurales (1,4% frente al 0,6%). Al analizar la evolución respecto al periodo anterior, se observa un descenso en todas

las actividades, tanto en el entorno rural como en el urbano, excepto en la actividad nueva de las zonas urbanas, que se incrementa ligeramente.

**Figura 8.3. Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2019**

<b>RURAL</b>	<b>Potencial</b>	<b>Naciente</b>	<b>Nueva</b>	<b>Consolidada</b>	<b>Cierres efectivos</b>
	4,7% (7,8%)	3,2% (3,2%)	3,1% (4,8%)	11,6% (13,1%)	
	<b>TEA rural: 6,3% (8,0%)</b>				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 17,9% (21,1%)				
Total población involucrada en el proceso emprendedor: 22,6% (28,9%)					
<b>URBANO</b>	<b>Potencial</b>	<b>Naciente</b>	<b>Nueva</b>	<b>Consolidada</b>	<b>Cierres efectivos</b>
	5,8% (7,7%)	1,6% (1,7%)	2,9% (2,1%)	5,8% (6,1%)	
	<b>TEA urbano: 4,5% (3,8%)</b>				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 10,3% (9,9%)				
Total población involucrada en el proceso emprendedor: 16,1% (17,6%)					

Nota: Entre paréntesis la información correspondiente a 2018.

#### 8.4. A modo de conclusión

A la vista de los datos anteriores, el emprendimiento rural supone una importante contribución social y económica en las zonas rurales, en la medida en que un mayor número de empresas suele estar asociado con un crecimiento tanto de la riqueza como del nivel de empleo. De nuevo, la tasa emprendedora rural en nuestra Comunidad es superior a la urbana, consolidando la estabilidad mostrada en los ejercicios anteriores. Además, la valoración social de la actividad emprendedora es superior en las zonas

urbanas en tres de las cuatro dimensiones consideradas. La excepción es la percepción de que emprender es una carrera deseable, que obtiene valores superiores en el mundo rural. Respecto a los valores, percepciones y actitudes emprendedoras, los emprendedores rurales ofrecen una valoración más positiva en cuatro de los cinco ítems considerados, si tenemos en cuenta el miedo al fracaso como algo positivo. Es en el factor que mide la percepción de buenas oportunidades donde el entorno rural se queda claramente por debajo del urbano.

## CAPÍTULO 9

### EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

---

#### 9.1. Introducción

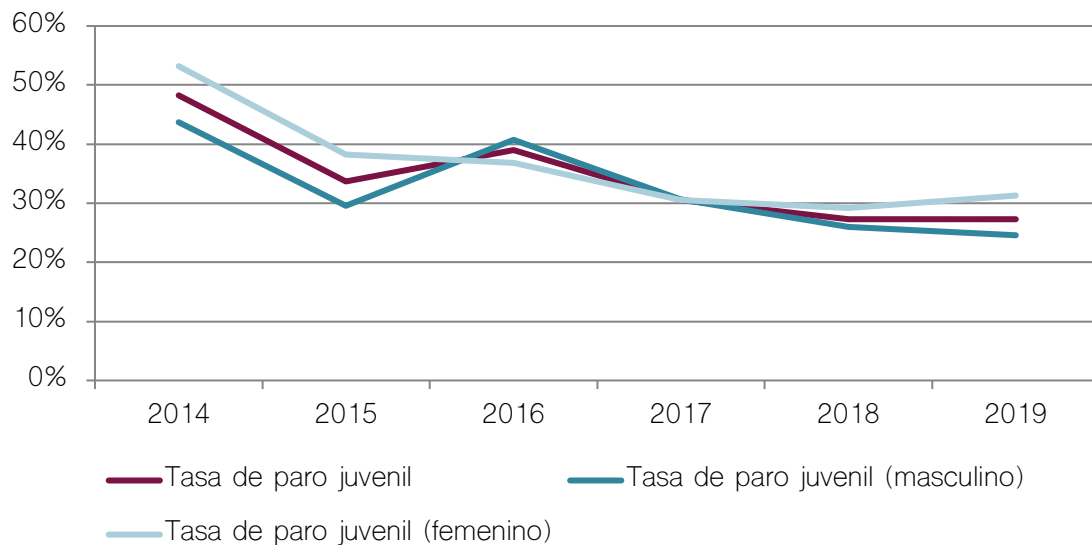
España muestra en los últimos años una mejora en su tasa de desempleo juvenil, teniendo en cuenta los dramáticos datos que hemos venido observando en años previos. El número de jóvenes en paro menores de 25 años bajó en 40.300 personas en 2019, un 8% respecto a 2018, de manera que la cifra total de jóvenes en situación de desempleo se situó en 462.800 al finalizar el año.

La tasa de paro juvenil alcanzó, de este modo, el 30,5% a cierre de 2019, cifra que es tres puntos inferior a la del ejercicio 2018 (33,5%) y 1,1 puntos por debajo de la del tercer trimestre de 2019, cuando el desempleo de los jóvenes menores de 25 años se situó en el 31,6%. Sin embargo, si comparamos estas cifras con las de los países de nuestro entorno, la situación no es demasiado favorable. La tasa de desempleo juvenil promedio en los países de la Unión Europea retrocedió al 14,1% en diciembre de 2019, mientras que en el club de países que comparten la moneda comunitaria se situó en el 15,3%, lo que implica que España prácticamente duplica los valores que presentan la mayoría de las economías europeas.

Si particularizamos para el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón, la figura 9.1 muestra cómo el desempleo entre los menores de 25 años, aunque también muy elevado, se situó a finales de 2019 en un 27,3%, tres puntos por debajo de la media nacional. Se trata de un porcentaje similar al de 2018, lo que supone un estancamiento en la tendencia decreciente observada en los años anteriores (un 30,5% en 2017, un 39% en 2016). En cuanto a la existencia de diferencias por género, el gráfico muestra que la tasa de desempleo femenino es mayor en 2019 (un 31,2% en el caso de las mujeres frente a un 24,5% entre los varones).



Figura 9.1. Evolución de la tasa anual de desempleo en menores de 25 años en Aragón por sexo (%)



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2019)

En este escenario social y económico, en el que conviven varias generaciones, irrumpen con fuerza los nacidos a partir de 1997. Los componentes de este grupo, conocido como generación Z, son más cautos y más felices que la generación *millennial* y se presentan como innovadores, disruptivos, y orientados hacia metas productivas y realistas. De hecho, el 62% de los jóvenes de la generación Z preferiría comenzar sus propias compañías que trabajar para empresas ya establecidas, mientras que sólo el 43% de los recién graduados universitarios (*millennials* jóvenes) piensan igual. Ambas generaciones son una fuerza de trabajo con unos valores completamente diferentes a generaciones anteriores, por lo que resulta cada vez más evidente que el empleo por cuenta ajena no es una respuesta única al capital humano joven que puede contribuir al desarrollo económico de los países. Ante esta realidad, el emprendimiento juvenil se presenta como una opción de vida que cubre las inquietudes de estos jóvenes que quieren ver proyectos completos, que hacen de sus hobbies su profesión, que aprenden de formas distintas y no perciben el liderazgo de autoridad en sus esquemas ni vitales ni profesionales.

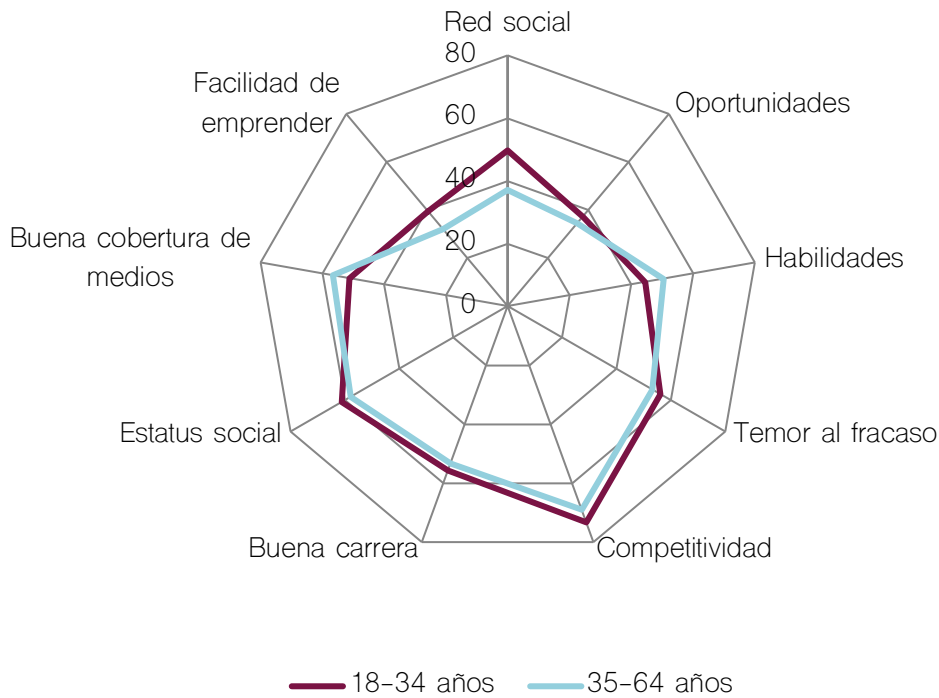
La Comisión Europea, dentro de sus prioridades, ha establecido como foco de atención preferente el hacer frente al desempleo juvenil. Para ello, enfatiza la

importancia del sistema educativo al apostar por proporcionar a los jóvenes competencias de emprendimiento. Esto se materializa en programas como el *Erasmus Young Entrepreneur*. En línea con estos argumentos, este capítulo proporciona una visión general acerca de las percepciones sobre la actividad emprendedora y su puesta en marcha entre los jóvenes aragoneses menores de 35 años, comparándolas con las de los adultos. En primer lugar, se presentan los valores, percepciones y actitudes en este segmento de la población. En segundo lugar, se analiza la tasa de actividad emprendedora y su evolución en el tiempo. Finalmente, se analizan las características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.

## 9.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven

La Figura 9.2 muestra los valores y actitudes de la población joven y adulta con respecto al emprendimiento. Como se puede observar, existen diferencias entre ambos colectivos. En cuanto a la percepción de oportunidades, los jóvenes son algo más positivos que los adultos (37,3% frente al 34,5%), aunque esta percepción empeora respecto al año anterior en ambos colectivos. Los jóvenes también son más positivos que los adultos en su percepción acerca del hecho de que una red social ayuda a desarrollar capacidades emprendedoras (49,7% frente al 37,1%). Igualmente, tienen una percepción más positiva que los adultos en cuanto a la consideración del estatus social que supone ser emprendedor (61,1% de los jóvenes frente al 57,9% de los adultos), en cuanto a competitividad (73,3% vs 69%), en la sensación de que emprender es una buena carrera profesional (55,7% frente 53,3%) y en cuanto a la facilidad que perciben para emprender (39,5% frente al 32%). Sin embargo, los jóvenes tienen una percepción más alta de temor al fracaso (56,2% vs 53,3%), tienen una peor percepción sobre la posesión de las habilidades para emprender (50.5% frente al 44.6%) y sobre el hecho de que en los medios hay buena cobertura en relación con las actividades de emprendimiento (56,6% vs 51,3%).

Figura 9.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven y adulta



### 9.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón

Una vez identificadas las percepciones sobre la actividad emprendedora de nuestros jóvenes, la siguiente cuestión es analizar cómo se materializan éstas en la puesta en marcha de nuevos negocios. En la Tabla 9.1 se observa que la tasa de actividad emprendedora juvenil en Aragón es, en 2019, superior a la adulta tanto en las iniciativas emprendedoras potenciales (10,2% frente al 3,7% de los adultos) como en las nacientes (3,1% vs 1,6%). Sin embargo, son los adultos los que han tenido, en 2019, un mayor protagonismo cuando se trata de iniciativas nuevas (3,0% frente al 2,7%) y consolidadas (9,6% frente al 0,9%). En el lado negativo, los adultos presentan mayores tasas de cierre que los jóvenes (1,0% vs 0,3%). Se trata, en los dos últimos casos, de diferencias que no deben resultar sorprendentes. Debido a su escasa trayectoria vital, son pocos los jóvenes cuyas empresas han tenido la oportunidad de llegar a los tres años y medio de existencia, por lo que el nivel de

consolidación es necesariamente inferior. Análogamente, esta menor trayectoria deriva también en tasas de cierre más reducidas.

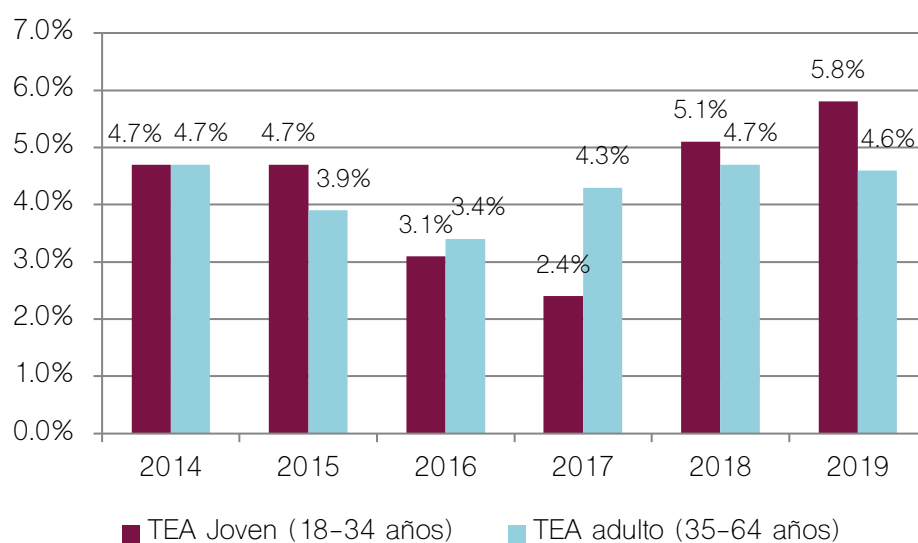
Finalmente, también queremos destacar que el principal indicador utilizado en este informe (TEA) es, en Aragón, superior entre los jóvenes que en los adultos (5,8% frente al 4,6% de los adultos).

**Tabla 9.1. Porcentaje de población de entre 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2019**

	Jóvenes	Adultos
Potenciales	10,2%	3,7%
Nacientes	3,1%	1,6%
Nuevos	2,7%	3,0%
Total Emprendedores (TEA)	5,8%	4,6%
Consolidados	0,9%	9,6%
Cierres	0,3%	1,0%

La Figura 9.3 muestra la evolución en el tiempo de la tasa de actividad emprendedora para jóvenes y adultos. En dicha figura podemos observar cómo el nivel de emprendimiento entre los adultos se ha mantenido ligeramente más estable que en los jóvenes. Si nos centramos en el último trienio, el incremento en los jóvenes ha sido importante, pasando del 2,4% de 2017 al 5,8% de 2019, lo que sitúa la cifra en el valor más alto de los seis últimos años. En un momento de especiales dificultades como el actual, es importante que, tanto desde las Administraciones Públicas como desde la empresa privada, se diseñen los mecanismos necesarios para dar salida a las ideas de negocio de los más jóvenes, en la medida en que estos pueden constituir un pilar importante en la futura recuperación.

Figura 9.3. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2014-2019)



#### 9.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes

La Tabla 9.2 muestra el perfil socioeconómico de los emprendedores más jóvenes. Como se puede observar, éste se corresponde, indistintamente, con un varón o una mujer, con un nivel de estudios medio o superior y una situación laboral activa (a tiempo completo). Los jóvenes han recibido en menor proporción que los adultos formación específica en materias de emprendimiento (únicamente el 36,8%, frente al 52,5% de los adultos) y tienen un nivel de renta relativamente bajo (entre 10.000 y 20.000 euros).

Tabla 9.2. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2019

	Emprendedor joven	Emprendedor adulto
Sexo	H: 50,0% M: 50,0%	H: 48,7% M: 51,3%
Edad	29,2 años	49,2 años
Nivel de estudios mayoritario	Secundaria-Superior	Superior
Formación específica para emprender	36,8%	52,5%
Nivel de renta más frecuente	10.001-20.000	30.001-40.000
Situación laboral	Tiempo completo	Tiempo completo

## CONCLUSIONES

---

Este informe GEM Aragón 2019-2020 finaliza con una síntesis de las principales conclusiones que se derivan del estudio. Como resultado más destacado, señalar que el principal indicador que se utiliza para medir el nivel de emprendimiento en la comunidad, el índice TEA, mejora una décima en relación con el valor observado en el ejercicio precedente, y alcanza una cifra de 4,9. Esto significa que un 4,9% de la población aragonesa en el rango de edad comprendida entre los 16 y los 64 años se encontraba desarrollando en el momento de realización de la encuesta (junio-julio de 2019) un proyecto emprendedor con antigüedad inferior a 42 meses. Esta cifra, aunque apenas varía en relación con la observada en 2018, es claramente superior al 3,8% obtenido en 2017 o al 3,3% de 2016, lo que consolida la tendencia favorable de estos últimos años. En todo caso, las circunstancias especialmente difíciles por las que hemos atravesado a lo largo de los últimos meses deben llevarnos a observar estos datos con cierta cautela, ya que es difícil anticipar la evolución de estas empresas o en qué medida su actividad ha podido verse afectada por la crisis del COVID-19. Más allá de la incertidumbre asociada a unas circunstancias que pueden conllevar un cambio en las reglas de juego y sobre las que difícilmente cabe realizar previsiones fiables, el valor alcanzado en la Comunidad permite recortar las diferencias en relación con el promedio nacional, donde la tasa de emprendimiento descendió hasta el 6,1% en este último año, desde el 6,4% observado en 2018.

Además de este indicador global, el estudio permite distinguir entre dos tipos de iniciativas emprendedoras. Por una parte, lo que se denomina como empresas nacientes, que son aquellas que, aunque ya han dado los primeros pasos en su proceso de puesta en marcha (a través, por ejemplo, de la redacción de un plan de negocio, de la elaboración de prototipos o del diseño de sus productos), todavía no han pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses. Las iniciativas nuevas han superado ya esta fase, aunque todavía no alcanzan los 42 meses de edad. Las empresas nacientes representan en 2019 un 41% del total de

nuevas empresas, porcentaje muy similar al de los dos años precedentes, de modo que el TEA se sitúa en este grupo en el 2,0%, valor idéntico al de 2018. En el caso de las empresas nuevas, el índice alcanza un valor de 2,9 (2,8 en 2018). En definitiva, la distribución de las nuevas empresas entre uno y otro grupo es muy similar a la de los dos años previos. Si se comparan estos valores con los alcanzados en el promedio del país, las diferencias en cuanto a la distribución entre ambos tipos de iniciativas no son especialmente relevantes. Así, el emprendimiento naciente aglutina en España algo más del 39% de las empresas más incipientes (el 2,4% de los españoles gestiona una iniciativa con menos de tres meses de antigüedad), mientras que las empresas nuevas suponen casi el 61% (3,8% de los españoles en el rango de edad considerado).

Aunque el foco principal del informe GEM se pone en las empresas de reciente creación, el proyecto también recopila información sobre las empresas que tienen una antigüedad superior a los tres años y medio. En concreto, un 7,1% de la población residente en la comunidad aragonesa se encontraba gestionando una empresa de estas características. En este caso, el porcentaje se encuentra por encima de la media nacional (6,3%).

En definitiva, aunque el nivel de emprendimiento en Aragón es inferior al de otras comunidades (un análisis de las cifras de la última década muestra que el índice se ha mantenido sistemáticamente entre uno y dos puntos por debajo de la media del país), el emprendimiento consolidado se sitúa por encima. De este modo, si se analiza todo el proceso emprendedor en su conjunto, la posición aragonesa es algo más favorable y las diferencias entre Aragón y el resto de comunidades se reducen sustancialmente: 12,0% de emprendedores en la Comunidad, frente a un promedio nacional del 12,4%. También es reseñable que las tasas de fracaso son tradicionalmente inferiores en la Comunidad: así, en 2019 únicamente un 1,1% de los entrevistados afirmó haber cerrado un negocio en los 12 meses previos a la realización de la encuesta, cifra que se eleva hasta el 1,6% cuando la cuestión se plantea a nivel nacional.

Si combinamos la tasa de emprendimiento a la que hemos hecho referencia (4,9% de la población aragonesa en edad laboral) con la población de la Comunidad en



este rango de edad, resulta un total de casi 40.000 nuevos negocios (cerca de 16.300 nacientes, algo más de 23.300 nuevos), cifra no muy diferente a la de 2018 (apenas 600 nuevas empresas más). Si a esta cifra añadimos las aproximadamente 57.500 empresas ya consolidadas (con una antigüedad superior a los tres años y medio), el número total empresas en la Comunidad supera ligeramente las 97.000 (102.200 en 2018, unas 90.000 en 2017).

El informe GEM también aproxima el número de personas que manifiesta tener intención de iniciar una actividad emprendedora en los próximos tres años (emprendimiento potencial). Este dato es particularmente interesante por cuanto permite aproximar las expectativas de evolución futura en la tasa de creación de nuevos negocios, aunque este indicador debe analizarse con enorme cautela, ya que las intenciones manifestadas al comienzo del verano de 2019 tuvieron lugar en unas circunstancias completamente diferentes de las actuales. En ese momento, el porcentaje de aragoneses que tenían en mente iniciar su negocio en un futuro próximo era del 5,5%, lo que supone aproximadamente 44.000 personas. Esta cifra es inferior a la de 2018, donde las expectativas fueron especialmente optimistas y el emprendimiento potencial se elevó hasta el 7,7%, pero es superior al valor alcanzado en los años precedentes, en los que se situó ligeramente por debajo del 5%. Debemos insistir, en todo caso, en que las decisiones acerca de la apertura de nuevos negocios vendrán fuertemente condicionadas por la evolución del entorno en los próximos meses.

El proyecto GEM, además de estimar el número de nuevas empresas constituidas en una determinada zona geográfica, también proporciona información acerca de los motivos que han llevado a los emprendedores a poner en marcha su negocio. En particular, GEM identifica cuatro posibles motivos para ello: tratar de marcar una diferencia en el mundo, crear riqueza, continuar una tradición familiar o, simplemente, sobrevivir en un contexto complicado, donde las opciones de encontrar un trabajo por cuenta ajena son escasas. La principal razón argumentada en la Comunidad es la creación de riqueza, con un 56,7% de respuestas positivas (un entrevistado puede señalar dos o más causas). En segundo lugar, tratar de marcar una diferencia en el mundo (46,8%). Un 40,8% de los aragoneses han creado su empresa ante las

dificultades para encontrar un empleo adecuado, mientras que algo menos de la cuarta parte (23,8%) lo hace para continuar la tradición familiar. Una comparación de estas cifras con las del resto del país muestra que los tres primeros motivos son algo menos frecuentes en la comunidad (dos o tres puntos porcentuales inferiores), mientras que, en Aragón, es mucho más habitual dedicarse al emprendimiento para mantener la tradición familiar (23,8%, frente al 13,3% del promedio nacional).

A partir de los resultados derivados de esta investigación, también es posible conocer la distribución sectorial de las iniciativas que se llevan a cabo, tanto en Aragón como en el resto de regiones y países que participan en el estudio. Estas iniciativas se agrupan en cuatro categorías, siendo las empresas orientadas al consumo las más habituales (40,4%), si bien es cierto que este porcentaje ha descendido ligeramente en estos últimos años. A continuación, aquellas que proporcionan servicios a otras empresas (28,1%), con una tendencia, en este caso, creciente. Los nuevos negocios en los sectores transformador (17,5%) y extractivo (14,0%) son menos frecuentes, si bien es cierto que se trata de actividades de mayor dimensión y en las que la inversión necesaria para su puesta en marcha es, por lo general, superior. De hecho, al comparar estos valores con los que se observan en las empresas consolidadas, podemos comprobar que estos dos grupos tienen un peso superior en el emprendimiento consolidado (22,4% y 21,2% respectivamente), lo que confirma que se trata de actividades cuya complejidad y necesidad de recursos hace que resulten menos habituales pero, una vez constituidas, su supervivencia es superior. En el caso de las empresas orientadas al consumo o a la prestación de servicios a otras empresas, el patrón observado es el opuesto: se crean más frecuentemente, pero, a su vez, tienen una menor duración en el tiempo, en particular las dedicadas a la prestación de servicios a otras empresas (17,6% del emprendimiento consolidado, frente al ya comentado 28,1% del emprendimiento incipiente).

En relación con la dimensión de las nuevas empresas, apuntar que, en general, tienen un tamaño reducido. Desde el punto de vista del número de promotores, la mayor parte de las iniciativas se ponen en marcha únicamente con uno o dos emprendedores (el promedio es de 1,60). En cuanto al nivel de empleo, algo más de la mitad de los nuevos negocios únicamente ocupan al promotor de la iniciativa

(autoempleo) y uno de cada tres contratan entre uno y cinco empleados. En consecuencia, solo un 12,9% de las nuevas empresas supera los cinco trabajadores. Además, las expectativas de crecimiento de estas nuevas empresas no son especialmente destacadas, ya que, si se analiza la distribución del empleo en los negocios consolidados, las cifras apenas varían en relación con las ya comentadas. Indicar, por último, que el nivel tecnológico de las empresas creadas recientemente (también de las más antiguas) es bajo: casi el 95% reconoce que desarrolla su actividad en un sector de baja intensidad tecnológica, mientras que únicamente el 1,8% indica que la tecnología requerida en su sector de actividad es elevada. Los entrevistados no se muestran mucho más optimistas cuando se les pregunta acerca del grado de innovación que suponen los productos o servicios que lanzan al mercado: casi cuatro de cada cinco (77,8%) indican que su producto no es nada innovador. Algo más del 10% señalan que el producto es nuevo en el área geográfica de residencia del emprendedor y otro 10% considera que el producto constituye una novedad dentro del país. Solo el 1,8% restante entiende que el producto o servicio que ofrecen es nuevo para el mundo. Estos porcentajes son muy similares cuando se pregunta a los encuestados acerca del grado de innovación de proceso que conllevan las nuevas propuestas. Por último, y en relación con el grado de internacionalización de las nuevas empresas, el 80% concentra toda su actividad en los mercados domésticos. Algo más del 10% vende parte de su producción en el exterior, aunque su importancia de la actividad internacional es moderada (menos de un 25% de su volumen de negocio). Sin embargo, el 8,8% restante vende fuera, al menos, un 25% de su producción y podrían, en consecuencia, considerarse como empresas nacidas en un mundo globalizado (*born globals*).

Una vez analizado el ritmo de creación de nuevas empresas en la Comunidad, caracterizadas las mismas, e identificadas las razones que han motivado su constitución, a continuación, se sintetiza brevemente el perfil del emprendedor aragonés. El hecho más reseñable es que, continuando con el resultado que ya se puso de manifiesto en el ejercicio anterior, las mujeres constituyen el grupo predominante dentro de los emprendedores en la Comunidad. Aunque las diferencias son escasas (casi un 51% de emprendedoras), este valor se mantiene en línea con

el 53% observado en el informe del año anterior y diverge del observado en el promedio del país, donde un 51,6% de las nuevas iniciativas emprendedoras son impulsadas por hombres. Más allá de este importante dato, apuntar que la edad media del emprendedor incipiente es de 42,6 años, similar a la del ejercicio previo (42,7 años), que entre ellos predomina la educación superior (los titulados con grado o posgrado representan el 40,7% del total), aunque los emprendedores con educación secundaria constituyen también un grupo importante (32,2%). Indicar, por último, que algo menos de la mitad de estos nuevos emprendedores (47,5%) han recibido algún tipo de formación en materias de emprendimiento.

Otro aspecto que suscita nuestro interés es el concerniente a la financiación del proceso emprendedor. En este sentido, debemos señalar que el volumen de inversión necesario para poner en marcha los nuevos proyectos se mantiene, en general, en niveles modestos, aunque con una dispersión elevada. La media aumenta de modo importante en relación con el año anterior, si bien es cierto que este indicador resulta escasamente representativo ya que se ve fuertemente afectado por la existencia de valores extremos (en particular, uno de los proyectos abordados en 2019 supuso una inversión de 7.000.000 euros). En consecuencia, la mediana de la distribución resulta mucho más representativa. En este sentido, la inversión mediana se sitúa en 10.000 euros, lo que significa que es habitual poner en marcha las nuevas empresas a partir de inversiones modestas. Esta cifra, aunque inferior a la de 2018, se mantiene en línea con la observada en estos últimos años, en los que la inversión mediana se ha situado tradicionalmente entre 10.000 y 20.000 euros.

La puesta en marcha de un nuevo negocio es un proceso complejo y necesita, en todo caso, de la existencia de oportunidades suficientemente atractivas que justifiquen el esfuerzo y el riesgo que se asume con la creación de cualquier empresa. En este sentido, uno de los motivos que más condiciona la creación de nuevos negocios es la identificación de buenas oportunidades para emprender, la posesión de los conocimientos y habilidades suficientes para hacerlo o la posición que adopte el potencial emprendedor ante el fracaso. Un dato relevante que se deriva de nuestros resultados es que la proporción de aragoneses que percibía buenas oportunidades para emprender en el momento de ser encuestados aumenta de forma importante, al pasar del 26,5% del año 2018 al 35,3% de este último año. Además, esta cifra no

es muy diferente entre el colectivo de emprendedores (36,8%) y el de los que no lo son (35,1%). Más allá de este importante dato, casi la mitad de los ciudadanos aragoneses (48,9%) entiende que posee los conocimientos y habilidades necesarios para emprender. Lógicamente, esta proporción es especialmente elevada dentro del colectivo de los emprendedores (83%). El miedo al fracaso es un obstáculo importante para algo más de la mitad de la población (54,1%), aunque este factor es especialmente importante para el colectivo no emprendedor (57,0% en este grupo, 32,9% en los emprendedores).

Tal como se ha señalado en el documento, el informe GEM utiliza como principal fuente de información el resultado obtenido a partir de una encuesta realizada a 1.200 ciudadanos residentes en la Comunidad. No obstante, el estudio también hace uso de información más detallada proporcionada por un reducido número de expertos (43 este último año) que son seleccionados en función de su experiencia y competencia en determinados ámbitos. Estos expertos expresan su opinión en relación con la existencia de oportunidades para emprender en la Comunidad, de la capacidad de la población aragonesa para hacerlo o del reconocimiento social que tienen los empresarios. Los resultados que se derivan su valoración no difieren demasiado de los expresados en los años previos y no resultan especialmente optimistas. Los expertos también se manifiestan acerca de las diferentes condiciones del entorno en el que se lleva a cabo la actividad empresarial. Entre las que reciben una mejor puntuación, mencionar el acceso a las infraestructuras (tanto las físicas y de servicios como la infraestructura comercial y profesional), así como los programas gubernamentales, y la educación y la formación en la etapa post escolar. Entre los factores peor valorados se mantienen los apuntados en los años anteriores: la educación y formación emprendedora en la educación escolar, la financiación disponible para emprender o las políticas gubernamentales, en especial todo lo relacionado con la burocracia y los impuestos. También se solicita a los expertos que realicen algunas recomendaciones que puedan estimular el proceso emprendedor. En este sentido, los factores citados con mayor frecuencia están directamente vinculados a los obstáculos apuntados: estos expertos entienden que deben apoyarse más las inversiones en I+D, mejorarse la financiación, incrementar las ayudas y

subvenciones disponibles para poner en marcha nuevas empresas o fomentar la educación en el ámbito del emprendimiento.

Un aspecto importante que caracteriza a nuestra comunidad y que la diferencia de otras regiones en nuestro país es el elevado porcentaje de población que reside en núcleos rurales (un 56% en el caso de Teruel, casi un 40% en Huesca). En consecuencia, es importante caracterizar el emprendimiento que se lleva a cabo en el ámbito rural con el fin de evaluar si presenta características similares al que se desarrolla en entornos más urbanos. Los resultados obtenidos muestran que los residentes en entornos rurales perciben en mayor medida que es más fácil iniciar un negocio (40,9% frente al 32,0% en las ciudades), tienen menos miedo al fracaso (tres puntos porcentuales menos que en entornos urbanos) y conocen con mayor frecuencia a otros emprendedores (lo que, indirectamente, puede suponer un estímulo para emprender). Sin embargo, en los municipios de más de 5.000 habitantes la percepción de buenas oportunidades para emprender es superior (37,1% frente al 29,3%). En relación con la tasa de creación de nuevos negocios, el emprendimiento rural, como ha venido siendo habitual en los últimos años, es superior al urbano, de modo que el índice TEA se sitúa en estos municipios en el 6,3%, mientras que en los más grandes se reduce hasta el 4,5%. También es superior el emprendimiento consolidado (11,6%), que casi duplica al urbano (5,8%), aunque este año es algo inferior la proporción de ciudadanos residentes en entornos rurales que manifiesta tener intención de crear su propia empresa en un futuro próximo.

Por último, el estudio también analiza las tasas de emprendimiento entre los más jóvenes. Es bien sabido que una de las principales preocupaciones de la sociedad, tanto española como aragonesa, es la alta tasa de desempleo juvenil, por lo que cualquier iniciativa que permita mejorar la información y oportunidades disponibles acerca de este colectivo facilitará el diseño de políticas específicas orientadas hacia el mismo, lo que probablemente permitirá mejorar su situación. En este sentido, los datos disponibles ponen de manifiesto que los valores y actitudes de los jóvenes (entendiendo como tales a aquellos aragoneses con edad inferior a 35 años) con respecto al emprendimiento no difieren, en lo sustancial, de los observados en la población adulta. En cuanto a los niveles de actividad empresarial, son superiores en los jóvenes cuando se analizan las iniciativas emprendedoras potenciales (10,2%

frente al 3,7% de los adultos) y las nacientes (3,1% vs 1,6%). Sin embargo, son algo inferiores los indicadores de emprendimiento nuevo (2,7% en los jóvenes, 3,0% en los adultos) y, lógicamente, es claramente inferior al emprendimiento consolidado (0,9% frente al 9,6%). En relación con el índice TEA, este es algo más de un punto superior en los jóvenes (5,8%, frente a un 4,6% en los adultos).

Para concluir, señalar que este informe GEM Aragón 2019-2020, enmarcado dentro del proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), supone un referente cada vez más consolidado 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, Fundación Emprender en Aragón, Instituto Aragonés de Fomento, Cámaras de Comercio, etc.), con el fin de dotar de la mayor eficacia a las distintas actuaciones.

En este sentido, una de las principales actuaciones que se lleva a cabo en la Comunidad Aragonesa es el Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED), impulsado desde la Dirección General de Industria, PYMES, Comercio y Artesanía del Gobierno de Aragón y gestionado por las Cámaras de Comercio. Dicho programa tiene precisamente como principal objetivo el disminuir la vulnerabilidad de las empresas en sus primeros años de vida e incrementar la tasa de supervivencia de las mismas. El programa se pone en marcha en el año 2001 en la provincia de Huesca, y se extiende en 2004 a Teruel y Zaragoza. Durante los casi veinte años de vigencia del programa se han atendido más de 15.000 propuestas, aproximadamente un tercio de las cuales se han convertido en nuevas empresas. Y lo que es más importante, una buena parte de los proyectos descartados se han desestimado sin llegar a ponerse en marcha, normalmente por entender que la propuesta no resultaba viable. Si pensamos solo en términos de indicadores como el TEA, este tipo de iniciativas tiene un efecto negativo en la tasa de emprendimiento, al desanimar a algunos emprendedores a poner en marcha su proyecto, lo que en último término redundaría en un menor valor del indicador. Sin embargo, un menor número de empresas creadas podría verse compensado por la mayor calidad de las mismas,

con la consiguiente reducción en el número de abandonos y un mayor volumen de emprendimiento consolidado.

Aunque la información proporcionada por el observatorio GEM no permite extraer conclusiones al respecto, es cierto que en estos últimos años se ha generalizado en la sociedad un interés por elevar sin más las tasas de emprendimiento, pero más importante todavía es que las empresas creadas pervivan en el tiempo. Debemos tener en cuenta que cada nuevo proyecto empresarial implica a personas que comprometen su ilusión, su esfuerzo y, con frecuencia, la mayor parte de su patrimonio en el mismo, por lo que no debemos subestimar las consecuencias del fracaso de estos proyectos. En línea con este argumento, es evidente que los poderes públicos deben apoyar la creación de nuevas iniciativas, pero también lo es que los esfuerzos deberán orientarse hacia aquellas actividades con mayores probabilidades de éxito, fundamentalmente por dos motivos. Por una parte, en la medida en que los recursos disponibles son siempre limitados, una asignación eficiente de los mismos permitirá incrementar el número de iniciativas atendidas, con el consiguiente efecto en el bienestar social. Por otra, el fracaso empresarial tiene implicaciones, en ocasiones muy importantes, desde el punto de vista personal, por lo que la identificación anticipada de dichos fracasos tendrá igualmente efectos positivos sobre la sociedad.

Otro aspecto a tener en cuenta es que promover el emprendimiento debe llevar asociado el apoyo de estas iniciativas, no solo en la fase de constitución o creación, sino también en los primeros años de vida de la empresa, con el fin de favorecer su consolidación y, en la medida de lo posible, su crecimiento. Aunque el índice TEA es algo más bajo en Aragón, la información recogida en este documento ha puesto de manifiesto que la tasa de abandonos ha sido tradicionalmente inferior, mientras que la supervivencia de las empresas aragonesas suele ser más elevada. Es importante destacar que la mayoría de las empresas creadas a través del PAED lo han sido en pequeños núcleos de población (del total de proyectos puestos en marcha, más de la mitad se han desarrollado en la provincia de Huesca y algo más de la cuarta parte en Teruel, mientras que Zaragoza apenas representa el 20% del total), con el consiguiente efecto positivo desde el punto de vista del emprendimiento rural, aspecto que, según se ha puesto de manifiesto en este informe, resulta de



especial relevancia para la Comunidad. Si a los proyectos de emprendimiento en el ámbito rural que supone el programa PAED le añadimos los proyectos de emprendedores puestos en marcha a través del Servicio de Creación de Empresas y Emprendimiento del Instituto Aragonés de Fomento (PAE), la configuración de las tasas de emprendimiento por provincias queda prácticamente idéntica a la distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia que aparece reflejada en el informe GEM.

Un primer análisis realizado durante los años 2014 y 2016 sobre la tasa de supervivencia de las empresas creadas a través de los servicios de apoyo al emprendedor del Instituto Aragonés de Fomento, para el periodo 2008-2015, muestra más de 20 puntos de diferencia en positivo, al quinto año de existencia de la empresa, para aquellas iniciativas que han recibido el apoyo de estos servicios (66,7% frente al 42% de supervivencia media en España, según datos del DIRCE -INE). Este análisis se ha ampliado durante este año 2020, estudiando las empresas creadas en el Punto de Asesoramiento al Emprendedor (PAE) del Instituto Aragonés de Fomento en el periodo 2013-2019. En esta ocasión, la supervivencia de las empresas creadas en 2013 a los 5 años se sitúa en el 79,35%. En este estudio, el porcentaje de supervivencia medio decrece con el paso de los años: el 90,25% de las empresas permanecen activas transcurridos dos años desde la fecha de creación; transcurridos 4 años, el porcentaje se reduce hasta el 80,27%. Por el contrario, la tasa de mortalidad decrece ya que con el paso de los años las empresas adquieren un cierto grado de madurez y consolidación en el mercado que ayuda a que estas empresas permanezcan activas.

Para terminar, hemos de señalar que resulta en todo caso conveniente hacer una puntualización en relación con los resultados que aquí se presentan. Los efectos de la mayoría de las medidas adoptadas desde los poderes públicos para mejorar el espíritu emprendedor tardan un tiempo en ofrecer resultados perceptibles. En consecuencia, hemos de ser prudentes a la hora de extraer conclusiones directas de una determinada decisión y su evaluación debe, en todo caso, realizarse una vez transcurrido un tiempo suficiente desde su implantación. Así pues, debe valorarse muy positivamente el interés mostrado por el Gobierno de Aragón, a través de su

Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial, por analizar la evolución de la actividad emprendedora a lo largo de estos años, ya que de este modo es posible disponer de una serie histórica que puede resultar de gran valor a la hora de analizar las consecuencias de las decisiones adoptadas.

Y, en concreto, es de distinguir la labor llevada a cabo por la Fundación Emprender en Aragón, organismo integrado por las principales entidades que prestan servicios de apoyo al emprendedor en la Comunidad Autónoma de Aragón y cuyo Patronato está formado por el Instituto Aragonés de Fomento, CEOE Zaragoza, CEOE Aragón, Instituto Aragonés de Empleo, Asociación de Jóvenes Empresarios, Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio, Universidad de Zaragoza, Universidad San Jorge, Fundación Caja de la Inmaculada, Fundación Bancaria Ibercaja, Instituto Aragonés de la Juventud, Instituto Aragonés de la Mujer, Fundación Parque Científico Tecnológico Aula Dei, Fundación Caja Rural de Aragón Bantierra, UPTA Aragón, Ayuntamiento de Zaragoza, Red Aragonesa de Desarrollo Rural, Instituto Tecnológico de Aragón y Asociación Aragonesa de Mujeres Empresarias y Profesionales.

Gracias a su enfoque estratégico “Aragón Emprendedor” ha conseguido aunar las políticas destinadas al fomento de la actividad del colectivo emprendedor a nivel regional, posicionándose como el canal único del emprendimiento aragonés, desarrollando iniciativas como el Concurso IDEA, la Semana del Emprendimiento, el portal único de emprendimiento [www.aragonemprendedor.com](http://www.aragonemprendedor.com), la Red Aragonesa de Centros de Emprendimiento (Red ARCE), la Cátedra Emprender de la Universidad de Zaragoza, el Premio Caixa Emprendedor XXI, el encuentro sobre Emprendimiento, Economía y Sociedad, así como en otras actuaciones en las que participa la Fundación.

Así pues, el Gobierno de Aragón, a través de iniciativas como la Fundación Emprender en Aragón, consigue coordinar una gran cantidad de servicios de calidad a los emprendedores en todo el territorio aragonés, integrando a las entidades colaboradoras, favoreciendo su vertebración y contribuyendo al fomento y consolidación de la actividad económica.

Desde el año 2019, Aragón cuenta con la Ley 7/2019, de 29 de marzo, de apoyo y fomento del emprendimiento y del trabajo autónomo en Aragón. Una Ley que tiene

el objeto de promover el cambio, la renovación y el impulso del modelo productivo aragonés, basado en el emprendimiento y trabajo autónomo, como uno de los motores del desarrollo socioeconómico de Aragón.

Para ello la ley contempla:

- El establecimiento de sectores prioritarios de actuación e instrumentos financieros para el desarrollo del emprendimiento y trabajo autónomo.
- Facilitar los trámites administrativos y reducir de manera progresiva las cargas burocráticas y normativas.
- Prestar asesoramiento, formación y acompañamiento a cualquier persona emprendedora que quiera poner en marcha una idea para que su proyecto se consolide, crezca y genere nuevos empleos de calidad.

Entidades como el Instituto Aragonés de Fomento y la Fundación Emprender en Aragón son las organizaciones en las que la Ley se apoya para instrumentar sus propuestas y programas.