

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2013 ARAGÓN

Realizan



Universidad
Zaragoza



Patrocinan



FUNDACIÓN
EMPRENDER
EN ARAGÓN



GOBIERNO
DE ARAGON

Departamento de Industria
e Innovación



EQUIPO REGIONAL

GEM-ARAGÓN

INSTITUCIÓN

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

MIEMBROS

Lucio Fuentelsaz Lamata
(Director GEM-Aragón)

Cristina Bernad Morcate

Elisabet Garrido Martínez

Jaime Gómez Villascuerna

Consuelo González Gil

Juan P. Maícas López

Raquel Orcos Sánchez

Raquel Ortega Lapiedra

Sergio Palomas Doña

PATROCINADORES

Gobierno de Aragón.

Departamento de Industria
e Innovación

Fundación Emprender en Aragón

Edita: Universidad de Zaragoza

Depósito legal:

Imprime: INO Reproducciones

RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2013

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-Cise Red Española de Equipos Regionales GEM	Ricardo Hernández <i>(Director GEM España)</i> Federico Gutiérrez-Solana <i>(Director de Cise)</i> Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González <i>(Equipo Dirección Técnica GEM- España)</i> Manuel Redondo e Inés Rueda <i>(Administración)</i> Antonio Fernández <i>(Web máster)</i> Red Española de Equipos Regionales GEM	Banco Santander UCEIF-Cise Red Española de Equipos Regionales GEM Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro <i>(Director GEM-Andalucía)</i> Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Junta de Andalucía Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata <i>(Director GEM-Aragón)</i> Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación Universidad de Zaragoza Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino <i>(Directora GEM-Canarias)</i> Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Cantabria	Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada <i>(Directora GEM-Cantabria)</i> Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	José Manuel López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Lidia Sánchez Ruiz Ana María Serrano Bedía Francisco M. Somohano Rodríguez	
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Guallarte <i>(Director GEM-Cataluña)</i> Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
	Universitat Autònoma de Barcelona	Teresa Obis	
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín <i>(Director GEM-Castilla y León)</i> Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Iberdrola Universidad de León
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno <i>(Director GEM-Castilla-La Mancha)</i> Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras <i>(Director GEM-C. Valenciana)</i> Ignacio Mira Solves <i>(Director técnico)</i> Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA) Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón <i>(Directora GEM-Extremadura)</i> J. Carlos Díaz Casero <i>(Director Técnico)</i> M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Antonio Fernández Portillo José Nicolás Montero Jaramillo Raúl Rodríguez Preciado	Gobierno de Extremadura Universidad de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Hoy. Diario de Extremadura El Periódico de Extremadura Philip Morris Spain, S.L. Palicrisa Caja Rural de Extremadura Imedexsa Caja Duero La Caixa Gestyona, S.L. Grupo Ros Multimedia Garrigues Cofex Cetiex Diputación de Badajoz Fundación Cáceres Capital Fundación Cívica Fundecyt-Parque Científico y Tecnológico de Extremadura Fundación Universidad Sociedad
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Araceli de Lucas Sanz <i>(Directora GEM-Galicia)</i> Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana Vázquez Eibes	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
	Instituto Gallego de Promoción Económica (Igapel)	Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández	Instituto Gallego de Promoción Económica (Igapel)
	Universidad de Santiago de Compostela	Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Nuria Calvo Babío María Bobillo Varela Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez M ^a Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Universidad de Santiago de Compostela (USC)

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)	<i>Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid)</i> Begoña Santos Urda <i>(Coordinadora)</i>	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)
	Universidad Autónoma de Madrid	Esperanza Valdés Lías <i>(Coordinadora)</i> Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón <i>(Directores GEM-Murcia)</i> Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Universidades Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Crecemos con Europa Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart <i>(Director GEM-Navarra)</i> Martín Larraza Kintana	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)
	Universitat Autònoma de Barcelona	Victor Martín Sánchez	
País Vasco	Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad y Deusto Business School	Iñaki Peña y Maribel Guerrero <i>(Directores GEM-País Vasco)</i> Eissa Alrumaithi José L. González-Pernía	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad del País Vasco	Ana Blanco María Saiz Jon Hoyos	
	Mondragón Unibertsitatea	Nerea González Saioa Arando	
	Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano	

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende"	Iñaki Ortega Chacón <i>(Director GEM-Madrid Ciudad)</i> Esther Caurín Arribas <i>(Coordinadora)</i>	Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emprende"
	Ayuntamiento de Madrid	Iván Soto San Andrés	Ayuntamiento de Madrid
	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)		
	Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López <i>(Director Técnico GEM-Madrid)</i> Begoña Santos Urda <i>(Coordinadora)</i> Esperanza Valdés Lías <i>(Coordinadora)</i> Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó <i>(Director gerente)</i> Joaquín Vallés <i>(Dirección y coordinación técnica)</i>	Equipos de la Red GEM España

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla La Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM Madrid



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



ÍNDICE DE CONTENIDOS

El proyecto GEM Aragón 2013.....	19
I. Introducción	19
II. Modelo teórico GEM	19
III. El proceso emprendedor según el proyecto GEM	22
IV. Metodología	23
V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2012-2013.....	26

CAPÍTULO 1

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Aragón	29
1.1. Introducción	31
1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa	32
1.3. Evolución de la actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa	35
1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa	36
1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional 2013	42
1.6. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional GEM	45
1.7. Potencial emprendedor	51

CAPÍTULO 2

Tipos de comportamiento emprendedor.....	55
2.1. Introducción	57
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor.....	58
2.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional	60
2.4. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad	66

CAPÍTULO 3

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor	69
3.1. Introducción	71
3.2. Registro empresarial	71
3.3. Sector general de actividad en que operan las iniciativas empreendedoras aragonesas	72

3.4. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras aragonesas	74
3.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas y empresas consolidadas	75
3.6. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	77
3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y en las consolidadas.....	80
3.8. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y en las consolidadas.....	82
3.9. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	83
3.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	85
3.11. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	87

CAPÍTULO 4

Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés.....	89
4.1. Introducción	91
4.2. Sexo	91
4.3. Edad.....	92
4.4. Nivel de estudios.....	93
4.5. Posesión de formación específica para emprender	93
4.6. Nivel de renta anual.....	94
4.7. Tamaño del hogar (hábitat).....	95
4.8. Situación laboral	95
4.9. Origen	96
4.10. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2013	97

CAPÍTULO 5

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

CAPÍTULO 6	
Actividad emprendedora en función del género	107
6.1. Introducción	109
6.2. La actividad emprendedora femenina en Aragón en el contexto nacional e internacional	109
6.3. Características de la actividad emprendedora femenina en comparación con la masculina	113
6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora aragonesa	115
6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora	116
6.6. El estado del entorno para la actividad emprendedora femenina	119

CAPÍTULO 7	
Actitudes, motivación y capacidad para emprender en la población aragonesa	121
7.1. Introducción	123
7.2. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón	124
7.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender	126
7.4. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	128
7.5. La opinión de los expertos GEM Aragón acerca de las actitudes frente al emprendimiento	132

CAPÍTULO 8	
Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	135
8.1. Introducción	137
8.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	137
8.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón	140
8.4. Situación de Aragón respecto a su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno	144

CAPÍTULO 9	
Actividad emprendedora en las zonas rurales de Aragón	147
9.1. Introducción	149
9.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana	150
9.3. Principales indicadores del proceso emprendedor en el ámbito rural y en el urbano	151
9.4. Conclusiones.....	153
CAPÍTULO 10	
El proceso emprendedor de los jóvenes	155
10.1. Introducción	157
10.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven	158
10.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón.....	159
10.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.....	161
CONCLUSIONES	163

ÍNDICE DE FIGURAS

0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento	21
0.2. El proceso emprendedor según el proyecto GEM	22
1.1. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2008-2013. Evolución ...	33
1.2. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2008-2013. Evolución (%).....	35
1.3. Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2008-2013.....	37
1.4. Tasa de Actividades Abandonadas en Aragón y España. 2008-2013.....	39
1.5. Evolución de la Tasa de Actividades Consolidadas y Abandonadas, 2008-2013.....	39
1.6. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población entre 18 y 64 años	41
1.7. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas.....	42
1.8. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE	43
1.9. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2013 clasificados en función de su grupo económico	44
1.10. Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas	45
1.11. Actividad empresarial consolidada en la OCDE	46
1.12. Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2013, clasificados en función de su grupo económico	47
1.13. Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas.....	48
1.14. Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE.....	49
1.15. Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2013 clasificados en función de su grupo económico	50
1.16. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española.....	52
1.17. Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE	52
1.18. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2013 clasificados en función de su grupo económico	53
2.1. Motivación principal para las iniciativas emprendedoras.....	58

2.2. Evolución de la distribución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación	59
2.3. Motivos para emprender: comparación regiones españolas.....	60
2.4. Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas	61
2.5. Motivos para emprender: comparación OCDE	62
2.6. Necesidad como motivo para emprender: comparación OCDE ...	63
2.7. Motivos para emprender: comparación conjunto países GEM ...	64
2.8. Necesidad como motivo para emprender: comparación conjunto países GEM.....	65
2.9. Evolución de la distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender	66
3.1. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2008-2013) ...	72
3.2. Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2008-2013)	73
3.3. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal	76
3.4. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal	77
3.5. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados esperado a cinco años vista	78
3.6. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista y su evolución temporal.....	78
3.7. Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con las regiones españolas.....	79
3.8. Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con los países de la OCDE	80
3.9. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal.....	81
3.10. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal.....	81
3.11. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal.....	82
3.12. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal	83

3.13. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal.....	84
3.14. Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal.....	84
3.15. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal.....	85
3.16. Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal.....	86
3.17. Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal.....	87
3.18. Distribución de las empresas en fase consolidada según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal.....	88
5.1. Importancia del inversor informal: regiones españolas	103
5.2. Importancia del inversor informal: países OCDE	104
5.3. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión	106
6.1. Actividad emprendedora incipiente (naciente y nueva) en función del género a nivel regional	110
6.2. Actividad emprendedora incipiente (naciente y nueva) en función del género en la OCDE	111
6.3. Ratio de actividad femenina sobre masculina a nivel regional ...	112
6.4. Ratio de actividad femenina sobre masculina en la OCDE	112
7.1. Comparación regional del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región	124
7.2. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades (Aragón y países de la OCDE) ...	125
7.3. Percepción de los expertos en relación con la existencia de oportunidades para emprender a nivel nacional.....	129
7.4. Percepción de los expertos en relación con la existencia de oportunidades para emprender: países de la OCDE	130
7.5. Percepción de los expertos en relación con la existencia de conocimientos y habilidades a nivel nacional.....	130
7.6. Percepción de los expertos en relación con la existencia de conocimientos y habilidades: países de la OCDE	131
7.7. Percepción de los expertos en relación con el apoyo social a la figura del emprendedor a nivel nacional	131

7.8. Percepción de los expertos en relación con el apoyo social a la figura del emprendedor: países de la OCDE	132
8.1. Valoración de los expertos: factores del entorno	138
8.2. Posición de Aragón respecto a España y resto de los países GEM de su mismo grupo económico en cuanto al estado promedio de los factores del entorno valoradas por los expertos	145
9.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana	150
9.2. Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas	151
9.3. Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor	152
9.4. Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia.....	153
10.1. Evolución de la tasa de desempleo en menores de 25 años en Aragón	157
10.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven y adulta	159
10.3. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2008-2013).....	160
11.1. Comparativa de la media de supervivencia de empresas creadas bajo metodología PAED, con la medida de supervivencia de empresas creadas estudiadas por el INE, en el período 2006-2010	173
11.2. Supervivencia empresas 2008-2012 a través del servicio de apoyo a emprendedores del Instituto Aragonés de Fomento	173

ÍNDICE DE TABLAS

0.1. Distribución de los expertos por áreas de interés.....	24
0.2. Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón	25
0.3. Distribución de las entrevistas por sexo, edad, ámbito y provincia	25
1.1. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en Aragón, 2013.....	32
1.2. Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2013	33
1.3. Estimación del número de emprendedores incipientes.....	34
1.4. Comparación del número estimado de iniciativas empreendedoras de los años 2008-2013 en función de la fase en la que se hallan.....	36
1.5. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2013 y su comparación con el período 2008-2013	37
1.6. Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a Julio de 2013 y su comparación con el período 2008-2013.....	38
1.7. Estimación del número de emprendedores potenciales en 2013 y comparación con el período 2008-2013	51
2.1. Iniciativas emprendedoras según clase y motivación	59
3.1. Registro empresarial	72
3.2. Número de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas	74
4.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor	92
4.2. Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años)	92
4.3. Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (%).....	92
4.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)	93
4.5. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)	94
4.6. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (%).....	95
4.7. Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (media)	95
4.8. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor (%)	96
4.9. Origen según la fase del proceso emprendedor	96
4.10. Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2013.....	97

5.1.	Características y distribución del capital semilla en 2013.....	102
6.1.	Tipo de iniciativas en fase emprendedora en función del género	113
6.2.	Número de propietarios en función del género.....	113
6.3.	Número de empleados actual de las iniciativas empreendedoras masculinas y femeninas.....	114
6.4.	Número de empleados esperados en 5 años de las actividades emprendedoras masculinas y femeninas ...	114
6.5.	Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población aragonesa no empresaria de 18-64 años en función del género	117
6.6.	Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población aragonesa de empresarios en función del género	118
6.7.	Opinión media de los expertos aragoneses acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora.....	119
6.8.	Posición de Aragón frente al resto de comunidades autónomas y países de la UE respecto al contexto en que se desarrolla el emprendimiento femenino en 2013	120
7.1.	Valoración media de los expertos acerca de un conjunto de afirmaciones sobre la existencia de oportunidades para emprender en Aragón	126
7.2.	Entorno social: la motivación para emprender en la población aragonesa (porcentaje de respuestas afirmativas, 2013).....	127
7.3.	Evaluación media de expertos aragoneses sobre factores que influyen en la motivación para emprender	127
7.4.	Evaluación media de expertos aragoneses sobre la capacidad que tiene nuestra población para emprender	128
7.5.	Valoraciones de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales.....	133
8.1.	Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno.....	140
8.2.	Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón según la valoración de los expertos consultados.....	141
8.3.	Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora en Aragón, según la valoración de los expertos consultados...	142
8.4.	Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor	143
8.5.	Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón	144
9.1.	Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2013)	149
10.1.	Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor	159
10.2.	Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2013.....	161

EL PROYECTO GEM ARAGON 2013

I. Introducción

Por sexto año consecutivo, Aragón participa en la elaboración del informe sobre el estudio y análisis de la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma a partir de los datos proporcionados por el observatorio anual *Global Entrepreneurship Monitor* (más conocido como proyecto GEM).

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

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

II. El modelo teórico GEM

Bajo el principio de que la prosperidad de una economía depende en gran medida de su dinámica emprendedora, GEM aporta una medida armonizada, comparable y periódica tanto de las personas que emprenden como de las fases del emprendimiento y el contexto en el que des-

arrollan su actividad. En tal sentido, los cuatro principales objetivos del proyecto GEM pueden resumirse en los siguientes puntos:

- 1) La elaboración de un **índice de actividad emprendedora**, distinguiendo entre el desarrollo de iniciativas empresariales (iniciativas en fase embrionaria, entendidas como aquellas que se están poniendo en marcha y que aún no han pagado salarios ni generado beneficios) y las nuevas empresas (iniciativas que se hallan en fase de consolidación, con menos de 42 meses de actividad).
- 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, las políticas y programas gubernamentales o el apoyo a la actividad emprendedora femenina, 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 y las minorías étnicas en el fenómeno emprendedor o la importancia de la actividad emprendedora en las zonas rurales. Las encuestas a la población adulta y a los expertos de cada país, que se utilizan como principal fuente de información del proyecto, se renuevan parcialmente todos los años y siempre se preparan para recoger evidencias sobre los temas más actuales relacionados con la creación empresarial.

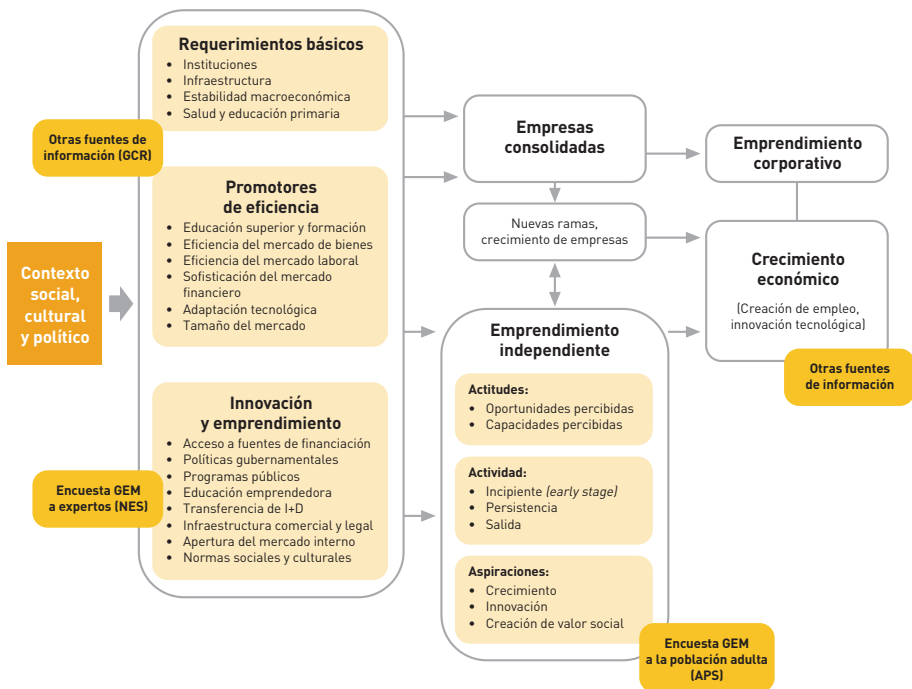
Con el fin de cumplir con los anteriores objetivos de información, el observatorio GEM desarrolla su actividad en base a los fundamentos del modelo teórico recogido en la Figura 0.1 y que se ido perfeccionando en los últimos años en el seno del Consorcio. En dicho modelo se integran aspectos vinculados con el contexto cultural, político y social y se relacionan con el efecto que tienen sobre el emprendimiento. La figura incluye los grupos de factores que determinan el estatus de desarrollo y competitividad de los países participantes según *The Global Competitiveness Report 2012-2013*.¹ El primer grupo incluye a aquellas naciones

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

menos desarrolladas y que basan su economía en los recursos productivos (y que reciben la denominación de economías impulsadas por los factores), mientras que las que han completado el ciclo de los requerimientos básicos se hallan inmersas en el segundo estadio (economías impulsadas por la eficiencia), en el que el impulso económico se logra a través de una mayor oferta y acceso a la educación y formación superior, una mayor eficiencia de los mercados de bienes y trabajo, una sofisticación del mercado financiero y la rapidez de adaptación tecnológica, adecuando las variables económicas al tamaño del mercado. Los países desarrollados son los que han completado o están próximos a completar los ciclos de desarrollo de los requerimientos básicos y de los promotores de eficiencia y basan el avance de sus economías en la innovación y emprendimiento de calidad (economías impulsadas por la innovación). Como se observará en capítulos posteriores de este informe, esta clasificación de las distintas economías según su motor de desarrollo ayudará a comprender mejor y relativizar las tasas de actividad emprendedora que se producen dentro de las mismas.

Figura 0.1.

Contexto institucional y relación con el emprendimiento



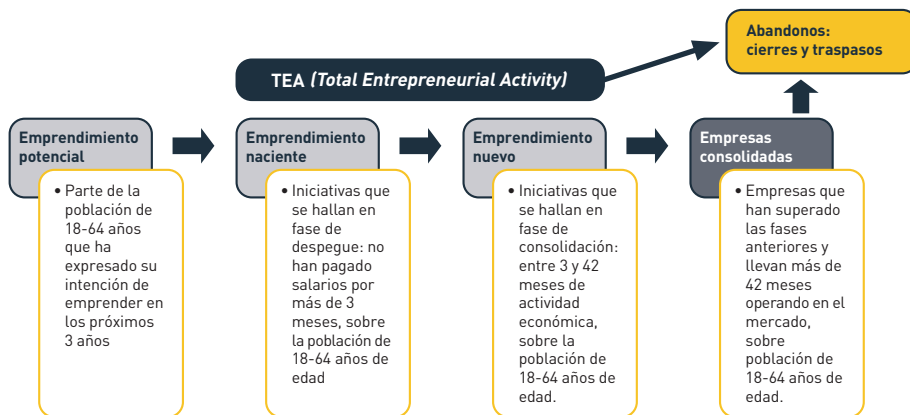
Fuente: GEM Global Report (Kelley, Bosma y Amorós, 2011)

III. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM

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

Figura 0.2.

El proceso emprendedor según el proyecto GEM



Fuente: Informe Nacional GEM 2013

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

Por consiguiente, téngase presente que el registro oficial de empresas, representado por el DIRCE en España, proporciona el número de altas habidas cada año, mientras que GEM informa del porcentaje de inicia-

tivas de entre 0 y 42 meses de actividad captadas en la población de 18 a 64 años, conceptos y cifras que no son comparables de forma directa.

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

IV. Metodología

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

- **Variables secundarias (VS)**, recopiladas en los organismos más prestigiosos en temas relacionados con la demografía, desarrollo económico, mercado laboral, innovación, competitividad y cuantas variables se consideran relevantes para establecer relaciones de causalidad y de otro tipo con las variables propias del proyecto. La recopilación trata siempre de buscar los datos más actualizados junto con las series temporales necesarias.
- **Encuesta a los expertos en el entorno para emprender (NES)**. Sirve para valorar el estado de las principales variables que influyen en el proceso emprendedor y que pueden condicionar su magnitud y características. Cada región selecciona una muestra representativa de expertos en financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales. La encuesta se realiza entre los meses de mayo y junio. En el presente informe se utilizan las opiniones de 40 expertos. La Tabla 0.1 muestra la distribución de estos expertos entre las distintas áreas de interés identificadas.

² GEM Aragón 2013 utiliza como única fuente de datos poblacionales de la Comunidad el INE.

Tabla 0.1.

Distribución de expertos por área de interés	
Apoyo financiero	4
Políticas gubernamentales	4
Programas gubernamentales	5
Educación y formación emprendedora	4
Transferencia de I+D	5
Infraestructura comercial y profesional	5
Apertura del mercado interno	4
Acceso a infraestructura física	5
Normas sociales y culturales	4
TOTAL	40

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

En el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón se han realizado un total de 2.000 encuestas en la edición de 2013, con las características que se describen en la Tabla 0.2.

Tabla 0.2.

Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón	
Universo	Población residente en Aragón de 18 a 64 años
Población objetivo	857.105 personas
Muestra	2.000 personas
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcionales a la población de la Comunidad Autónoma.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral a priori (+/-) (1)	± 2,19%
Nivel de confianza	95,5%
Periodo encuestación	Mayo-Julio 2013
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Codificación y base de datos	Instituto Opinòmetre

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

Tabla 0.3.

Distribución de las entrevistas por sexo, edad, ámbito y provincia										
Provincia	Sexo		Edad					Ámbito		Total
	Hombres	Mujeres	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano	
Huesca	180	160	37	78	83	81	61	140	200	340
Teruel	113	102	27	46	52	52	38	125	90	215
Zaragoza	731	714	158	337	368	326	256	246	1.199	1.445
Total	1.024	976	222	461	503	459	335	511	1.489	2.000

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 2013, que recoge aspectos tales como la magnitud de las partes que integran el proceso emprendedor, el perfil del emprendedor, la motivación para emprender, las actitudes de la población ante el emprendimiento, las características de las iniciativas emprendedoras, la financiación del

emprendimiento naciente, el emprendimiento rural y urbano, el emprendimiento corporativo y la comparación regional e internacional de la actividad emprendedora desarrollada en Aragón.

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

V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2012-2013

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 2012 y 2013.

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

	Aragón		España	
	2013	2012	2013	2012
TEA, tasa de iniciativas de hasta 42 meses sobre población 18-64 años				
TEA total	4,2%	4,6%	5,2%	5,7%
Distribución del TEA, tomado como 100%	2013	2012	2013	2012
TEA por necesidad	29,8%	29,2%	29,2%	25,6%
TEA por oportunidad	64,3%	69,6%	66,8%	72,3%
TEA por otro motivo	6,0%	1,2%	4,0%	2,1%
TEA del sector extractivo	7,2%	5,3%	3,5%	3,8%
TEA del sector transformador	15,2%	22,9%	14,9%	18,4%
TEA del sector de servicios a empresas	27,4%	19,3%	28,0%	25,7%
TEA del sector orientado al consumo	49,8%	52,5%	53,6%	52,2%
TEA sin empleados	47,8%	65,2%	52,2%	57,1%
TEA de 1-5 empleados	41,2%	25,6%	39,6%	36,4%
TEA de 6-19 empleados	11,0%	6,1%	5,1%	5,7%
TEA de 20 y más empleados	0,0%	3,1%	3,1%	0,8%
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	13,1%	8,9%	14,7%	19,2%
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	26,2%	13,6%	11,2%	13,5%
TEA iniciativas que utilizan tecnología de menos de un año	8,3%	4,5%	12,0%	12,5%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	29,8%	19,3%	27,2%	25,5%
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	3,6%	0,0%	0,1%	0,1%
TEA iniciativas de emprendedores extranjeros	6,0%	3,3%	8,4%	8,6%

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

	Aragón		España	
	2013	2012	2013	2012
Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población				
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	28,2%	29,0%	30,8%	31,1%
Percibe buenas oportunidades para emprender	14,4%	15,6%	16,0%	13,9%
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	47,1%	50,4%	48,4%	50,4%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	50,2%	51,3%	47,7%	53,0%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	7,8%	11,6%	9,3%	12,0%
Ha actuado como inversor informal o <i>Business Angel</i>	2,3%	3,7%	3,2%	3,8%
Valoración media de expertos de las condiciones de entorno (entre 1 y 5)				
Financiación para emprendedores	2,25	2,10	1,79	2,06
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,59	3,03	2,34	2,68
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,25	2,48	2,01	2,60
Programas gubernamentales	3,03	3,00	3,05	2,79
Educación y formación emprendedora en etapa escolar	1,91	1,81	1,37	1,53
Educación y formación emprendedora en etapa post escolar	2,73	2,66	2,25	2,34
Transferencia de I+D	2,78	2,69	2,19	2,34
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,24	3,09	2,53	3,05
Dinámica del mercado interno	2,94	2,68	2,14	2,79
Barreras de acceso al mercado interno (de menos a más favorable)	2,62	2,65	2,28	2,46
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,92	3,88	3,91	3,98
Normas sociales y culturales	2,41	2,64	2,11	2,35
Apoyo al emprendimiento femenino	3,24	3,25	2,91	3,13
Apoyo al emprendimiento con alto potencial de crecimiento	3,11	3,05	2,72	2,92
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	3,30	3,33	2,86	2,79
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,58	3,79	3,97	3,47
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	2,87	3,01	2,61	2,52



CAPÍTULO I
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN

1.1. Introducción

El primer capítulo del informe GEM Aragón 2013 analiza la propensión a la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma. Este aspecto es importante para entender la dinámica emprendedora desde dos perspectivas. Por una parte, y tomando como referencia una lógica temporal, analizar esta variable a lo largo de los seis años que lleva desarrollándose el proyecto nos permite observar la evolución en el tiempo del comportamiento emprendedor de la sociedad aragonesa así como, en su caso, analizar la efectividad de las medidas adoptadas desde los diferentes órganos reguladores y valorar el impacto de los factores adversos que han presidido el escenario económico durante este periodo. Por otra, adoptando una perspectiva transversal, el estudio nos permite comparar la situación de la Comunidad con las demás regiones españolas, así como con los demás países que participan en el proyecto GEM. Esta posibilidad de establecer puntos de comparación con otras comunidades autónomas y con otros países confiere un valor añadido a este tipo de iniciativas.

El capítulo comienza ofreciendo información detallada sobre la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés), que se define como el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) que declara estar involucrada en una actividad emprendedora. El TEA se descompone en iniciativas nacientes y nuevas. Se denominan **iniciativas nacientes** aquellas actividades que tienen como objetivo poner en marcha un negocio pero que aún se encuentran 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 ha pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses. Las **iniciativas nuevas** son 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.

Un dato relevante es la supervivencia de estas iniciativas en fase de establecimiento y consolidación. En estas primeras etapas la fragilidad de las empresas es mayor, lo que se traduce en que su tasa de supervivencia es inferior a la que se observa en el caso de empresas ya establecidas. Por este motivo, el informe también analiza el abandono de iniciativas emprendedoras y las causas de éste. Finalmente, se utiliza la serie histórica de datos y la situación de otras regiones y países que

participan en el proyecto GEM para analizar la evolución de estos indicadores, así 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

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

La Tabla 1.1 muestra que el TEA para Aragón durante 2013 fue del 4,2%. Descomponiendo este dato por tipo de iniciativa se observa que aquellas denominadas iniciativas *nacientes* representan más de la mitad de actividades emprendedoras, con un 2,6% de población adulta involucrada. Las actividades *nuevas*, por su parte, implican al 1,7% de la población adulta aragonesa.

Tabla 1.1.

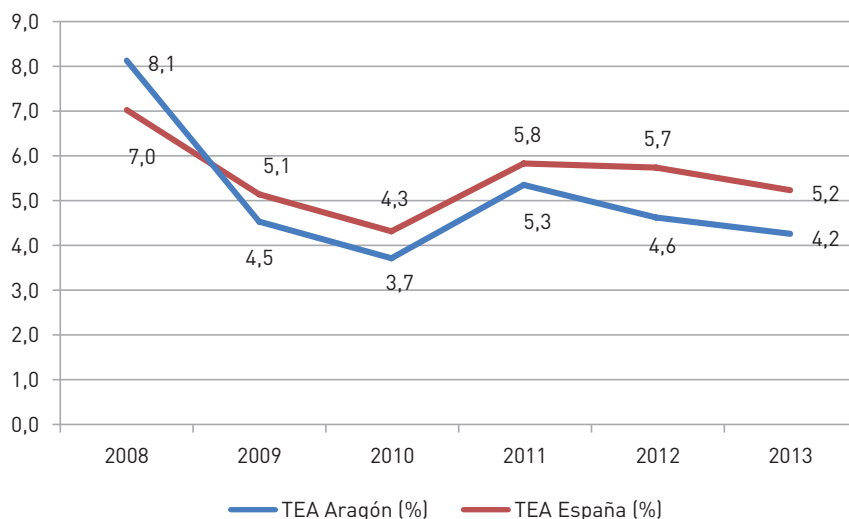
Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2013. Descomposición

TEA ARAGÓN 2013 [% sobre la población entre 18 y 64 años] 4,22%	% de iniciativas nacientes 2,57%
	% de iniciativas nuevas 1,66%

La Figura 1.1 muestra la evolución del TEA desde 2008 y su comparación con el dato para España. Salvo en 2008, año en el que la celebración de la Exposición Internacional de Zaragoza pudo suponer un aumento notable en la creación de empresas, el TEA de Aragón se sitúa en toda la serie algo por debajo de la media nacional. El perfil que sigue el TEA es el mismo que para el conjunto de España: disminución acusada entre 2008 y 2010, con una mejoría notable en 2011 y una leve disminución en 2012 y 2013.

Figura 1.1.

Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2008-2013. Evolución



Con la información que se desprende del análisis anterior es posible estimar el número de iniciativas emprendedoras existentes en Aragón en el año 2013. Para ello, tomamos como dato la población con edades comprendidas entre los 18 y los 64 años a 1 de enero de 2013 (842.790) y los porcentajes indicados anteriormente en relación a 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 17.114 y 26.134, mientras que el número de iniciativas *nuevas* se situaría entre 11.034 y 16.849. Teniendo en cuenta de forma conjunta ambos tipos de iniciativas, se estima que el número de iniciativas emprendedoras en Aragón está en torno a 35.600. La tabla 1.2 muestra un estado resumen de esta información.

Tabla 1.2.

Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2013

Ejercicio	Tipo de iniciativas	Estimación puntual	Estimación por intervalo	
			Extremo inferior	Extremo superior
2013	Nacientes	21.660	17.114	26.134
	Nuevas	13.990	11.034	16.849
	TOTAL	35.650	28.148	42.983

Cabe señalar que estas cifras no se pueden comparar directamente con la información ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística en el Di-

rectorio Central de Empresas (DIRCE). El informe GEM mide la actividad emprendedora –concepto que difiere del registro anual empresarial–, distinguiendo entre actividades que se estaban poniendo en marcha (nacientes) y actividades en fase de consolidación de hasta tres años y medio de vida (nuevas), incluyendo todos los sectores y el autoempleo. Por esa razón, los datos GEM pueden estar incluyendo iniciativas no registradas todavía en el DIRCE al cierre de la presente edición del informe GEM, y actividades registradas en años anteriores, ya que se abarca un horizonte temporal que se extiende hasta tres años y medio.

La Tabla 1.2. muestra el número de iniciativas emprendedoras dentro de cada categoría. Sin embargo, también resulta de interés el número de emprendedores que participan en dichas actividades. Ambas cifras difieren, ya que una iniciativa involucra frecuentemente a varios emprendedores. Particularmente, el número medio de propietarios de iniciativas en 2013 es de 1,9, lo que confirma el aumento en esta cifra que se observa en los últimos años (en el capítulo 4 se profundiza en este aspecto). La Tabla 1.3 proporciona los datos sobre número de emprendedores incipientes.

Tabla 1.3.

Estimación del número de emprendedores incipientes			
	2013	2012	Variación
Emprendedores nacientes	45.702	31.463	+45,3%
Emprendedores nuevos	22.133	38.653	-36.1%
Total emprendedores incipientes	67.835	70.116	-3,3%

En 2013 en torno a 67.800 personas eran propietarias de una actividad con menos de 3 años y medio de antigüedad, lo que supone un retroceso del 3,3% respecto al año anterior. Este dato confirma la tendencia decreciente que ya se observaba en 2012. Cabe señalar, como aclaración, que un individuo deja de considerarse emprendedor cuando abandona su actividad, o cuando esta supera los 42 meses, computándose a partir de ese momento como iniciativa consolidada. En cuanto al tipo de emprendedores, algo más de dos tercios de los propietarios lo son de iniciativas *nacientes* y menos de un tercio lo son de iniciativas *nuevas*. Comparando con el año anterior, el número de emprendedores *nacientes* aumenta notablemente en 2013, mientras que el de emprendedores *nuevos* se reduce. En cuanto a la distribución por número de propietarios, el 51,2% de iniciativas emprendedoras tenía un propietario, el 28,6% tenía dos, el 10,7% tres propietarios y el 9,5% restante tenía cuatro propietarios o más. En el caso de iniciativas *nacientes*, el 39,2% tenía un único propietario, el 35,2% dos propietarios, el 13,7% tres y el 11,7% cuatro o más. En el caso de las iniciativas *nuevas* los porcentajes son del 70,7%, 17,5%, 5,9% y 5,8% respectivamente.

La actividad emprendedora aragonesa en 2013, medida sobre la población con edad comprendida entre los 18 y los 64 años, se ha reducido ligeramente con respecto a 2012. El índice de actividad emprendedora ha pasado del 4,6% al 4,2%, lo que continúa con la tendencia decreciente observada en el periodo anterior. El número de iniciativas nacientes ha aumentado en 5.889, mientras que el número de iniciativas nuevas ha caído en 9.323. En términos de personas involucradas en actividades emprendedoras, en 2013 hay 2.281 emprendedores menos que en 2012.

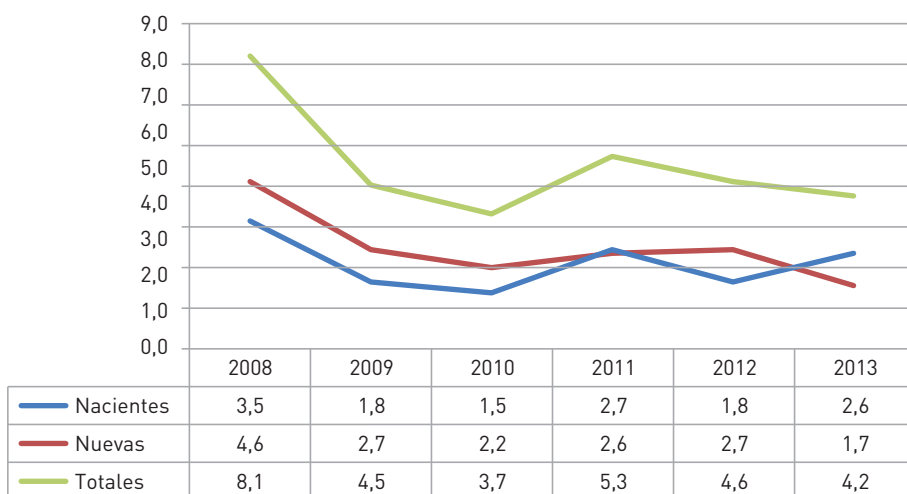
La tasa de actividad emprendedora se ha reducido por la fuerte caída en iniciativas *nuevas* (entre 3 y 42 meses), mientras que las iniciativas nacientes han conseguido compensar parcialmente esta caída.

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

Si nos centramos en la evolución del TEA para Aragón en los últimos seis años, periodo en el que se ha realizado el informe GEM para nuestra Comunidad, observamos cómo entre 2008 y 2010 se aprecia una reducción acusada en la tasa de actividad emprendedora, que cayó del 8,1% en 2008 a menos de la mitad en 2010 (3,7%). Esta caída afecta tanto a las iniciativas *nacientes* (del 3,5% al 1,8%) como a las *nuevas* (del 4,6% al 2,2%). En todo caso, la tendencia decreciente se revierte en 2011, año en el que se atisba cierta recuperación con un aumento en la tasa de

Figura 1.2.

Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2008-2013. Evolución (%)



actividad emprendedora, propiciado fundamentalmente por el fuerte aumento de iniciativas *nacientes*. En los siguientes años el TEA ha mostrado una tendencia descendente, aunque de manera menos acusada que durante el periodo 2008-2010. Es destacable que en 2013 se ha producido un considerable aumento en el porcentaje de individuos involucrados en iniciativas *nacientes*, lo que tal vez podría apuntar hacia un cambio de tendencia, que deberá verse refrendado en 2014.

La Tabla 1.4 presenta un estado resumen de la evolución desde el año 2008 hasta el 2013 del número de iniciativas *nacientes* y *nuevas*, así como del conjunto de iniciativas emprendedoras. Hasta el 2011 la evolución es similar para *nacientes* y *nuevas*: reducción entre 2008 y 2010 y aparente recuperación en 2011. Sin embargo, en 2012 y en 2013 la evolución de ambos tipos de iniciativas difiere. En el caso del año 2012, se produce un incremento de las iniciativas *nuevas*, acompañado de una reducción de las *nacientes*. Sin embargo, el número de iniciativas *nacientes* aumenta notablemente en 2013, mientras que se observa una acusada reducción en el número de iniciativas *nuevas*. El saldo entre estos dos movimientos es ligeramente negativo. El resultado es el previamente discutido, esto es, en 2013 se corrobora un descenso en el número de iniciativas emprendedoras.

Tabla 1.4.

Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2008-2013, en función de la fase en la que se hallan

Fase	Estimaciones puntuales					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Naciente	28.272	15.223	12.983	22.476	15.771	21.660
Nueva	37.157	22.835	19.041	21.643	23.313	13.990
TOTAL (0-42 meses)	65.429	38.058	32.024	44.119	39.084	35.556
Fase	Tasa de variación					
	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2008-13
Naciente	-46,2%	-14,7%	+73,1%	-29,8%	+37,3%	-23,4%
Nueva	-38,5%	-16,6%	+13,7%	+7,7%	-40,0%	-62,3%
TOTAL (0-42 meses)	-41,8%	-15,9%	+37,8%	-11,4%	-9,00%	-45,6%

1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa

El informe GEM también recoge información sobre actividades que han superado los tres años y medio de actividad y que, por lo tanto, se pueden considerar ya consolidadas. En el caso de Aragón, en 2013 un 9,9% de los individuos encuestados declara estar involucrado en una iniciativa *consolidada*. Aplicando los mismos criterios que en apartados anterior-

res, este dato indica que en la Comunidad el total de empresas que han superado los tres años y medio de existencia es de 83.377. La Tabla 1.5 muestra la evolución del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas *consolidadas* y el número total de éstas entre 2008 y 2013. Hasta 2011 se observa un aumento sostenido en el número de este tipo de iniciativas. Sin embargo, esta tendencia se rompe en 2012, cuando se observa un acusado descenso, mientras en 2013 vuelve a experimentarse un retroceso, aunque más leve.

Tabla 1.5.

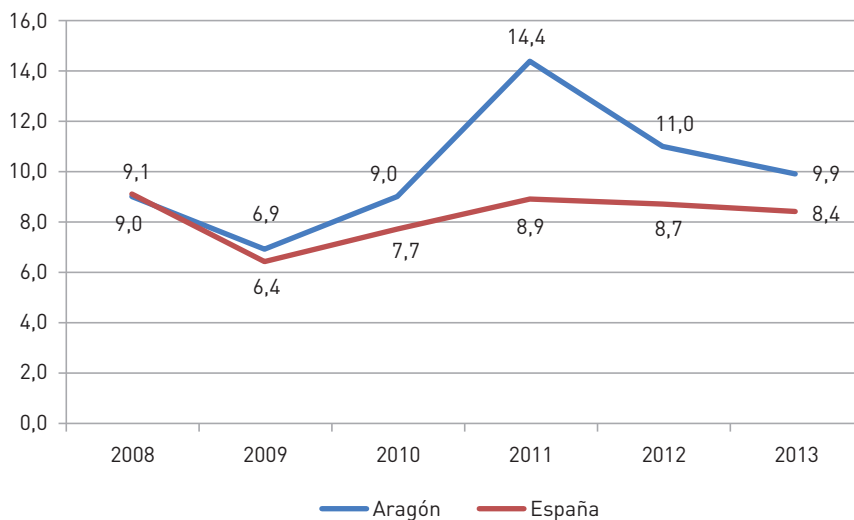
Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2013 y su comparación con el período 2008-2013

	Número de iniciativas	% de individuos involucrados
2013	83.377	9,9
2012	94.282	11,0
2011	119.870	14,4
2010	77.895	9,0
2009	58.356	6,9
2008	72.698	9,0

La Figura 1.3 compara el porcentaje de adultos involucrados en iniciativas *consolidadas* en Aragón con el de España. Desde 2008, este porcentaje es en Aragón más elevado que en el resto de España. La diferencia máxima se observa en 2011, cuando el dato de Aragón era 5,5

Figura 1.3.

Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2008-2013



puntos superior. En 2013 la comunidad sigue comparando favorablemente, aunque la diferencia se reduce con la media nacional a 1,5 puntos (9,9% frente al 8,4%). Del análisis de la serie sí que parece consolidarse la idea de que, con carácter general, Aragón es una región más emprendedora, ya que la proporción de empresas *consolidadas* es superior al promedio del país.

Un dato que puede analizarse de forma complementaria a la consolidación de actividades es su abandono. En 2013, un 1,4% declaró haber abandonado una actividad el año anterior (Tabla 1.6). Este porcentaje indica, traducido a números absolutos, que en torno a 11.454 iniciativas emprendedoras fueron abandonadas. Las cifras son similares a las observadas para el ejercicio anterior.

Tabla 1.6.

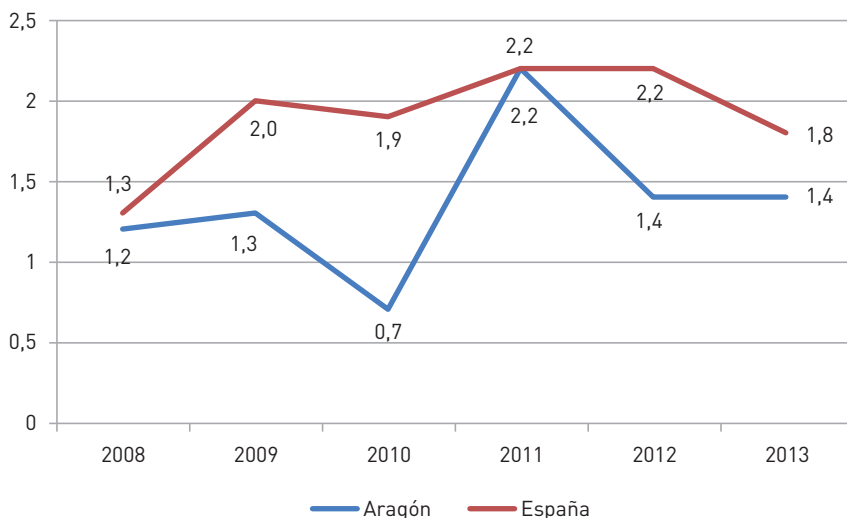
Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a Julio de 2013 y su comparación con el período 2008-2013

	Número de iniciativas	% de individuos que abandonan
2013	11.454	1,4
2012	11.999	1,4
2011	18.313	2,2
2010	6.058	0,7
2009	10.994	1,3
2008	9.693	1,2

En Aragón se observa una tasa de abandono inferior a la media del conjunto del país (Figura 1.4). Para 2013, la cifra está 0,4 puntos por debajo de la de España (1,4% frente a 1,8%). Esta tendencia se mantiene constante para todo el periodo analizado excepto para el 2011, año en el que España y Aragón puntúan en los mismos términos en relación a su tasa de abandono.

Figura 1.4.

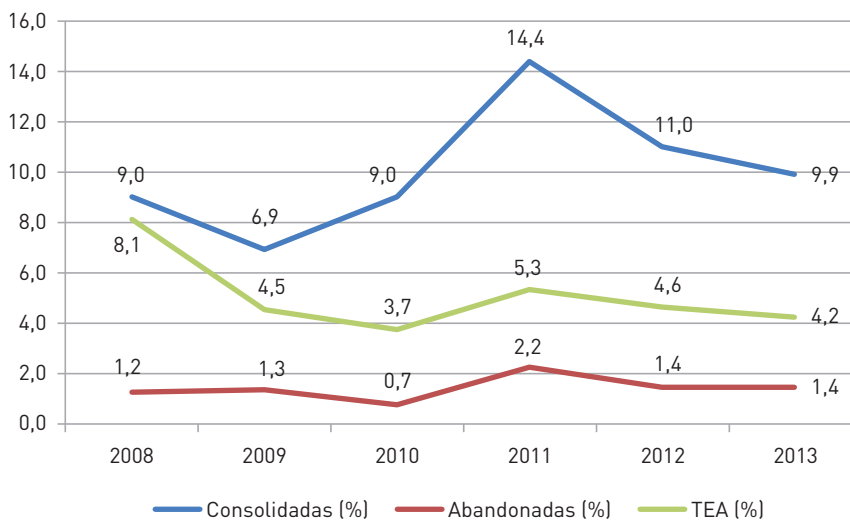
Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2008-2013



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.

Figura 1.5.

Evolución de la tasa de actividades consolidadas y abandonadas con respecto al TEA. 2008-2013

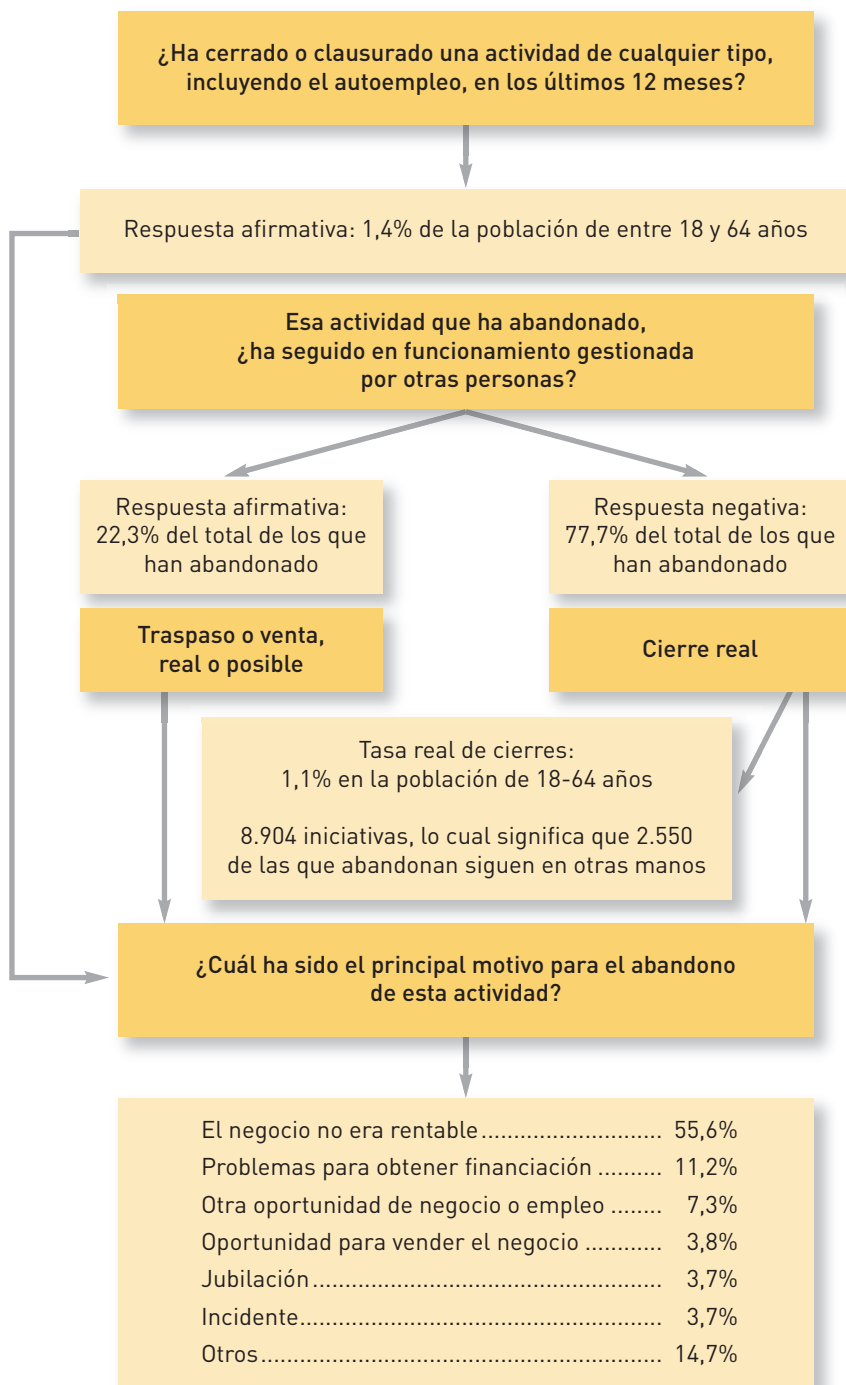


Un detalle que conviene enfatizar en este punto es que no toda actividad abandonada por un empresario desaparece, ya que esta puede continuar, aunque en manos de distintos propietarios. En relación a este supuesto, en 2013 sólo el 77,7% de iniciativas abandonadas cerró definitivamente, continuando el 22,3% su actividad 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 1,1%. En términos absolutos esto implica que de las 11.454 iniciativas abandonadas en 2013, 8.904 supusieron un cese real de actividades, mientras que las 2.550 restantes continuaron bajo una nueva dirección. En el conjunto del país, la tasa de abandono efectivo en 2013 es también algo superior a la aragonesa y asciende hasta el 1,4%.

Los motivos por los que se abandona una iniciativa son varios, 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 (55,6%), lo que podría asimilarse al fracaso de la misma. El segundo motivo es el haber tenido problemas para encontrar financiación (11,2% de los abandonos), seguido por la oportunidad de encontrar empleo o iniciar una actividad diferente (7,3%) y la oportunidad de vender (3,8%).

Figura 1.6.

Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población en con edad entre 18 y 64 años (2013)



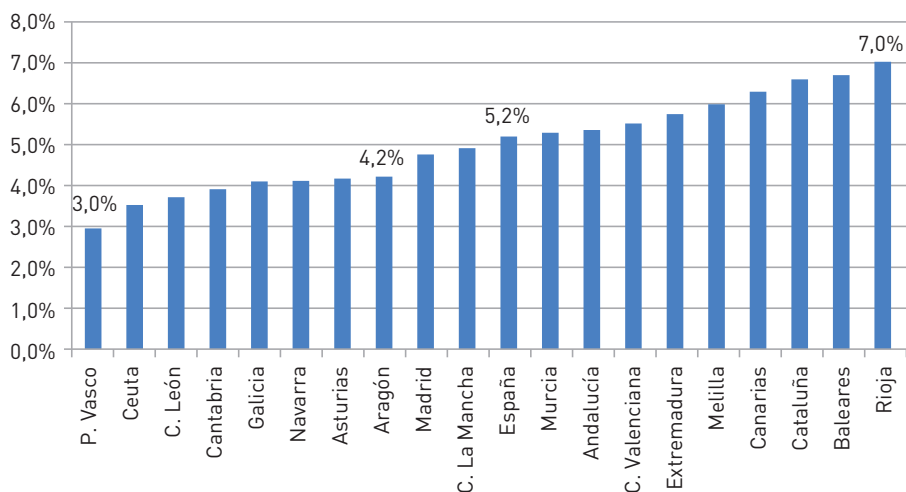
1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

En los apartados anteriores del informe se ha ofrecido una comparación de los diferentes indicadores de la actividad emprendedora española a lo largo de los seis años en los que se ha llevado a cabo el proyecto. En los siguientes apartados se trata de proporcionar una imagen más clara de estos indicadores poniéndolos en contexto nacional e internacional. Particularmente, se comparan los datos de Aragón con los del resto de regiones españolas y con los datos de los demás países que participan en el proyecto GEM internacional.

La Figura 1.7 compara la tasa de actividad emprendedora de Aragón con la del resto de regiones españolas, así como para el promedio del país. En el gráfico se observa que el TEA de Aragón (4,2%) se encuentra por debajo de la media nacional (5,2%). Comparado con las demás regiones, Aragón ocupa una posición relativamente intermedia. En el extremo superior destacan La Rioja (7,0%), Baleares (6,7%) y Cataluña (6,6%), mientras que País Vasco (3,0%), Ceuta (3,5%) y Castilla León (3,7%) presentan los valores más bajos.

Figura 1.7.

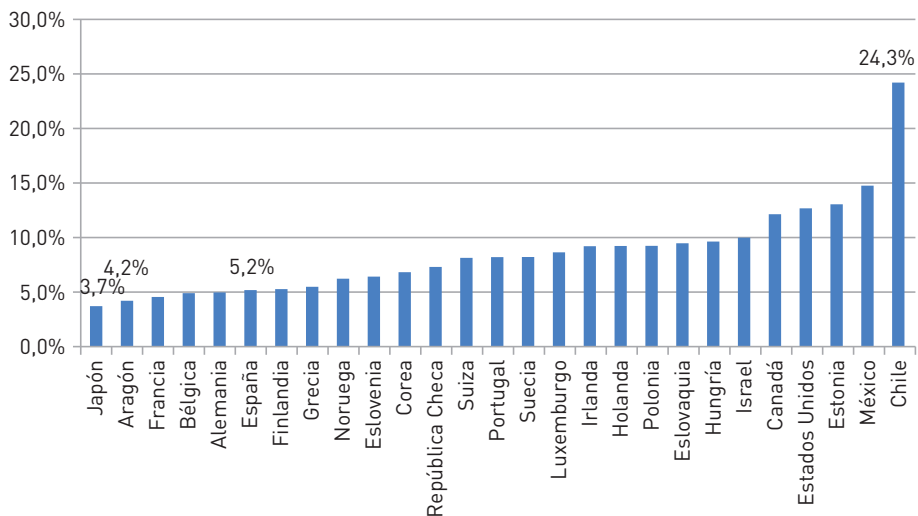
Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas



Comparando con los países de la OCDE que participan en el proyecto GEM (Figura 1.8.) se observa que Aragón se encuentra entre los países que presentan un menor TEA, por delante sólo de Japón (3,7%) y detrás de Francia (4,6%). Cabe destacar, no obstante, que en esta comparación existe una gran dispersión entre los extremos, como muestran los elevados valores de Chile (24,3%) o incluso México (14,8%).

Figura 1.8.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE



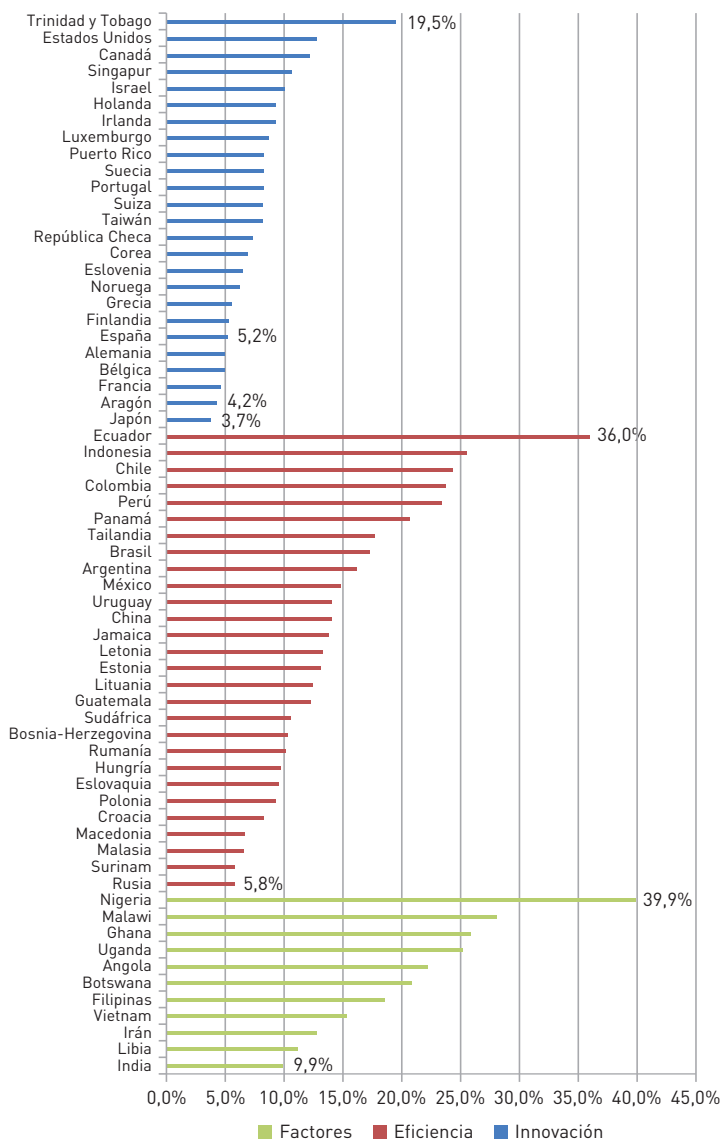
La Figura 1.9 es la última de las que establece comparaciones en términos de iniciativas emprendedoras. Antes de comenzar con el análisis de esta figura es preciso realizar una aclaración de naturaleza metodológica, que permitirá una mejor interpretación de la propia figura. El informe GEM proporciona los resultados de la actividad emprendedora en los países participantes agrupados en tres categorías: (i) economías impulsadas por los factores de producción, (ii) impulsadas por su eficiencia e (iii) impulsadas por la innovación. Dentro de la primera se encontrarían los países menos desarrollados, la segunda categoría la componen aquellos países que están en una etapa intermedia, mientras que la tercera se corresponde con los más desarrollados. Para realizar esta clasificación se toma como punto de referencia el Índice de Competitividad Mundial elaborado por el *World Economic Forum*.³

Los países en vías de desarrollo (i.e., economías impulsadas por los factores de producción) suelen tener valores del TEA más elevados. Esto se debe, entre otros factores, al predominio de actividades cuyo origen está en la necesidad, a diferencia de países más desarrollados (i.e., economías impulsadas por la innovación) donde predomina más la oportunidad. Así, destacan los elevados valores de Nigeria o Malawi, con un 39,9% y un 28,1% respectivamente de población adulta involucrada en iniciativas emprendedoras. Como ilustración, el país de este grupo con menor TEA (la India, con 9,9%) ocuparía una teórica sexta posición entre los veinticinco países más desarrollados.

³ Un análisis más detallado de esta clasificación puede verse en el informe GEM España 2013.

Figura 1.9.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2013 clasificados en función de su grupo económico



El segundo grupo de países, economías impulsadas por la eficiencia, presenta en conjunto valores para el TEA ligeramente por debajo de los valores medios ofrecidos por el grupo anterior, pero todavía superiores a los de los países más desarrollados. Destaca aquí Ecuador (36,0%), seguido de Indonesia (25,5%) y Chile (24,3%). Finalmente, entre los países desarrollados, destacan Canadá, Estados Unidos y Trinidad y To-

bago, con valores por encima del 12%. Aragón, que se ubicaría en este grupo, ocupa un puesto rezagado de la clasificación, aunque por delante de economías como la de Japón y en guarismos muy similares a los presentados por Francia, Bélgica o Alemania.

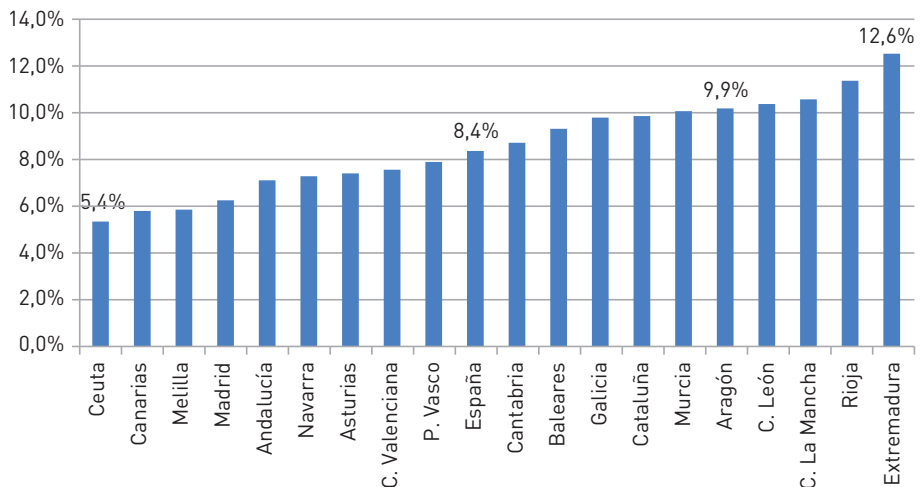
1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional GEM

El proyecto GEM internacional también recaba información para todos los países participantes sobre el 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 compara la tasa de iniciativas *consolidadas* en las regiones españolas. En el gráfico se observa que Aragón se sitúa en la séptima posición, superando la tasa promedio a nivel nacional de iniciativas *consolidados* (8,4%). Los valores ofrecidos por nuestra Comunidad se separan de los mostrados por las comunidades que ocupan los últimos lugares de esta clasificación: Ceuta (5,4%), Canarias (5,8%) y Melilla (5,9%). En el extremo opuesto, destacan La Rioja y Extremadura, con valores de 11,4% y 12,6% respectivamente.

Figura 1.10.

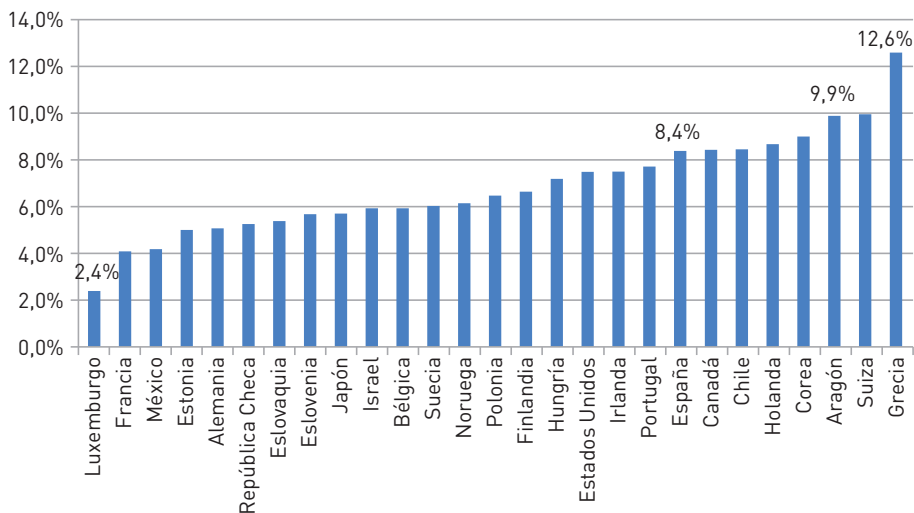
Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas



Comparando con los países de la OCDE que participan en el proyecto GEM (Figura 1.11) Aragón ocupa la tercera posición, sólo por detrás de Grecia (12,6%) y Suiza (10,0%). Esto confirma la elevada posición que la Comunidad ocupa en los últimos años cuando de iniciativas *consolidadas* hablamos. Los países con menor tasa de actividades *consolidadas* dentro del marco de la OCDE son Luxemburgo, Francia y México, que muestran cifras por debajo del 5%.

Figura 1.11.

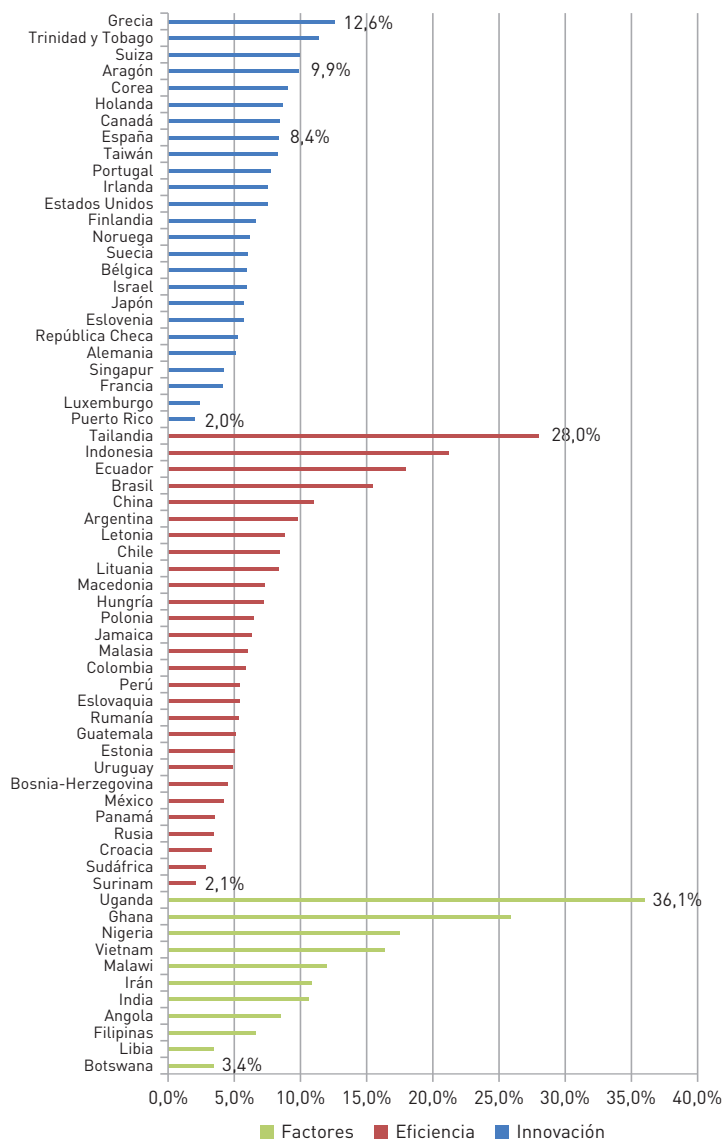
Actividad empresarial consolidada en la OCDE



Finalmente, al comparar con el conjunto de países participantes en el proyecto GEM, Aragón ocupa la cuarta posición entre las economías más desarrolladas, y la decimosexta al comparar con el conjunto total de países (Figura 1.12). A la cabeza de iniciativas *consolidadas* entre los países desarrollados se encuentra Grecia. Entre los países cuya economía se basa en la eficiencia destaca Tailandia (28%), mientras que Uganda lo hace entre las economías basadas en los factores productivos (36,1%). En la cola de los tres grupos sobresalen Puerto Rico (2,0%), Surinam (2,1%) y Botswana (3,4%).

Figura 1.12.

Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2013, clasificados en función de su grupo económico



Este apartado concluye con el análisis del porcentaje de adultos que han abandonado una iniciativa en el último año. Como se ha discutido anteriormente, no todos los abandonos suponen el cese definitivo de la actividad. Una parte importante de ellos se produce debido al traspaso de la actividad a otro propietario o grupo de propietarios. En consecuencia, en este apartado comparamos lo que hemos denominado anteriormente

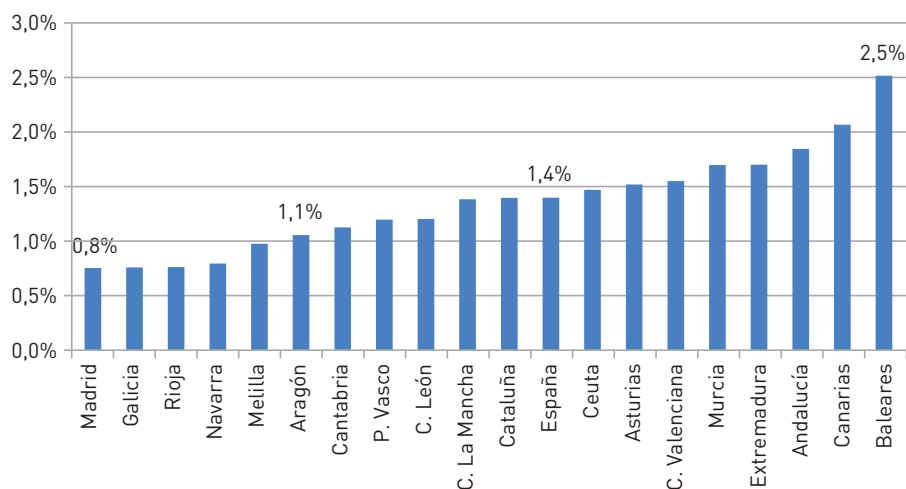
como tasa de cierre efectivo. A modo de ejemplo, en el caso de Aragón se considera el 1,1% de ceses efectivos y no el 1,4% de abandonos.

En la Figura 1.13 se observa que la tasa de ceses efectivos en Aragón se sitúa en el tercio inferior, tres décimas por encima del nivel más bajo (Madrid, La Rioja y Galicia, las tres con un valor de 0,8%). Además, la Comunidad se encuentra por debajo de la media nacional (1,4%) y queda lejos de los mayores valores entre las regiones españolas: Baleares (2,5%) y Canarias (2,1%).

Como conclusión de lo anterior cabe destacar que Aragón se ha caracterizado en los últimos años por guarismos comparativamente altos en 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 un poco 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.

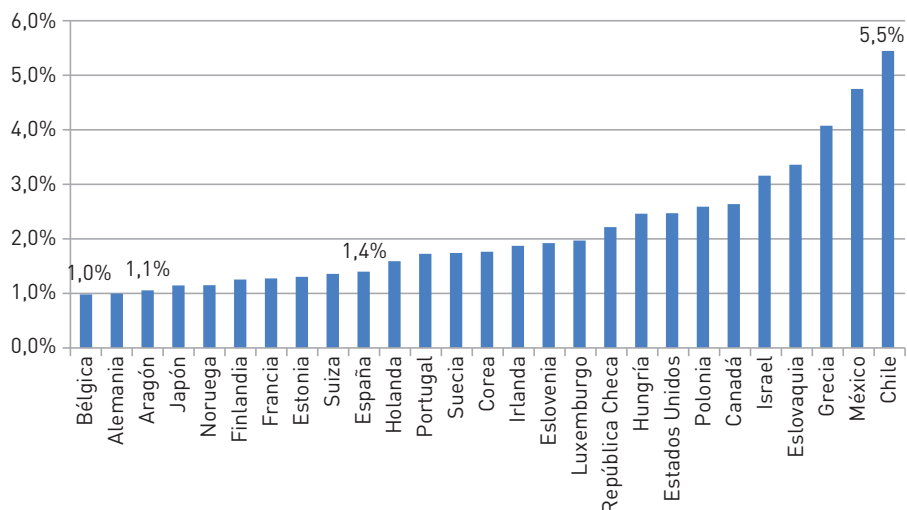
Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas



La comparación entre el conjunto de los países pertenecientes a la OCDE puede observarse en la Figura 1.14. Las mayores tasas de cese efectivo se dan en Grecia (4,1%), México (4,8%) y Chile (5,5%), posiciones que han venido ocupando sistemáticamente en los últimos años en esta clasificación. Aragón, por el contrario, se encuentra en el extremo inferior, sólo superado por Bélgica y Alemania. Con carácter general, se observa que esta clasificación es muy persistente, presentando cambios poco significativos con el transcurso del tiempo.

Figura 1.14.

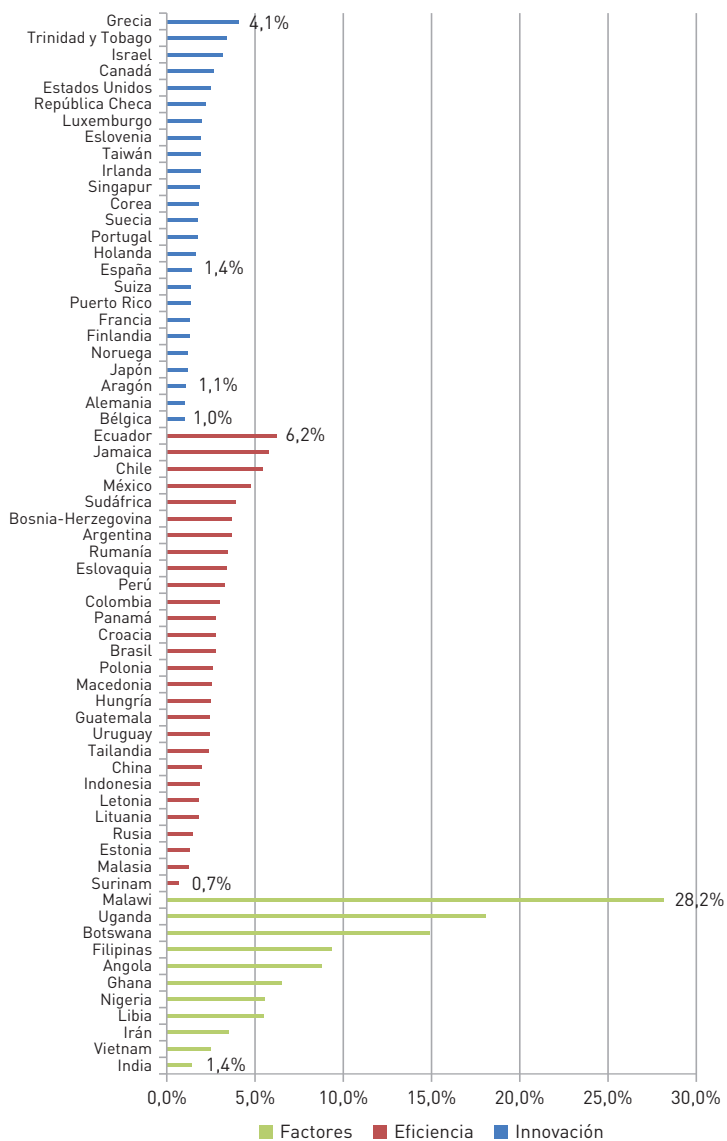
Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE



Este apartado concluye con la comparación de las tasas de cierre efectivo en el conjunto de países del proyecto GEM (Figura 1.15). De entre todos, sólo tres muestran tasas efectivas de abandono iguales o inferiores al 1,0%: Surinam, Bélgica y Alemania. Aragón vuelve a ocupar posiciones de privilegio en esta clasificación. Entre las economías más desarrolladas Aragón mantiene la tercera posición, lejos de los valores de Grecia (4,1%) y Trinidad y Tobago (3,4%). Entre las economías basadas en la eficiencia destacan Ecuador como valor alto (6,2%) y Surinam como valor bajo (0,7%). Finalmente, entre las economías basadas en factores productivos, el mayor y menor valor lo tienen Malawi (28,2%) y la India (1,4%), respectivamente.

Figura 1.15.

Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2013, clasificados en función de su grupo económico



1.7. Potencial emprendedor

El último apartado de este primer capítulo concluye analizando el potencial emprendedor de la región aragonesa, 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 1.7 resume el potencial emprendedor registrado para Aragón en el horizonte temporal para el que se dispone de información. Así, en 2013 un 7,8% de la población adulta declara tener intención de iniciar una actividad a corto o medio plazo. Este valor es muy similar al que se observó al comienzo del proyecto GEM en la comunidad en 2008. Sin embargo, a lo largo de estos seis años la tasa de potencial emprendedor ha fluctuado notablemente, con un valor mínimo del 3,8% en 2009 y un máximo de 11,6% en 2012. Cabe destacar la volatilidad de este indicador, presumiblemente muy sensible a variaciones en el ambiente económico percibido. La tasa de emprendimiento potencial sitúa a la comunidad punto y medio por debajo de la media nacional (9,3%).

Aplicando este porcentaje 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 torno a 65.510.

Tabla 1.7.

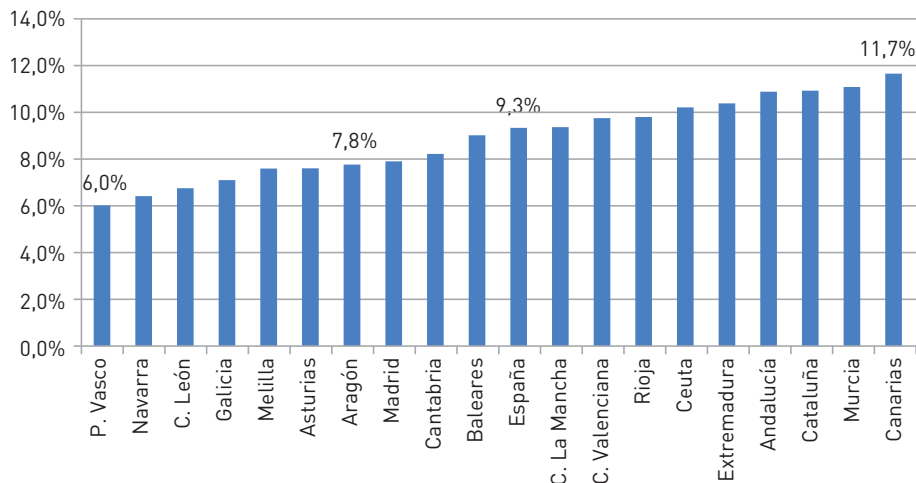
Estimación del número de emprendedores potenciales en 2013 y comparación con el período 2008-2013

	Número de emprendedores potenciales	% sobre población entre 18 y 64 años
2013	65.510	7,8
2012	99.424	11,6
2011	57.438	7,0
2010	39.813	4,6
2009	32.138	3,8
2008	62.197	7,7

La Figura 1.16 muestra una comparación del potencial emprendedor de las diferentes regiones españolas. Canarias y Murcia se sitúan en cabeza con un potencial emprendedor del 11,7% y 11,1% respectivamente. En el extremo opuesto se encuentran País Vasco, Navarra y Castilla y León con valores por debajo del 7%.

Figura 1.16.

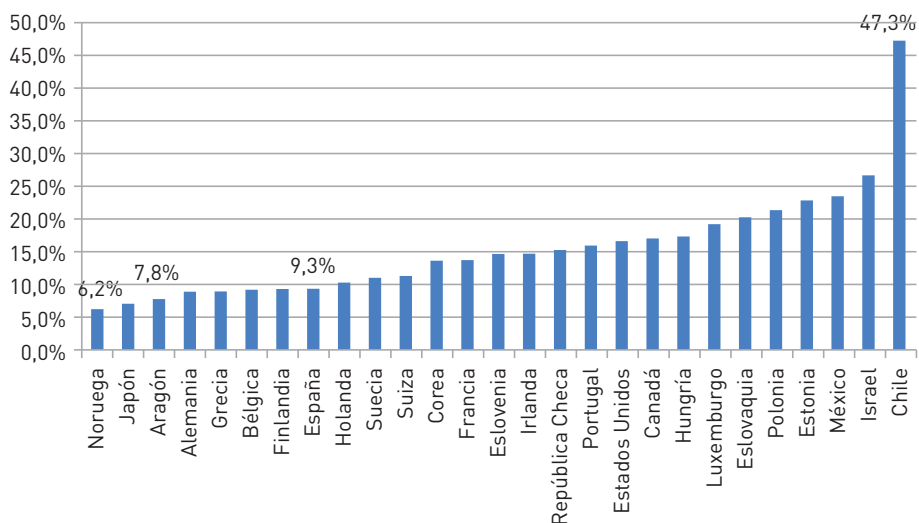
Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española



La Figura 1.17 realiza una comparación entre los diferentes países miembros de la OCDE que participan en el proyecto GEM. La tasa de potencial emprendedor de Aragón sitúa a la comunidad en el bloque de países de la OCDE que presentan valores más modestos, junto a Noruega (6,2%), Japón (7,1%), Alemania y Grecia (ambos con un 8,9%). En el extremo superior sobresalen Chile e Israel, con tasas superiores al 25% (en el caso de Chile un 47,3%).

Figura 1.17.

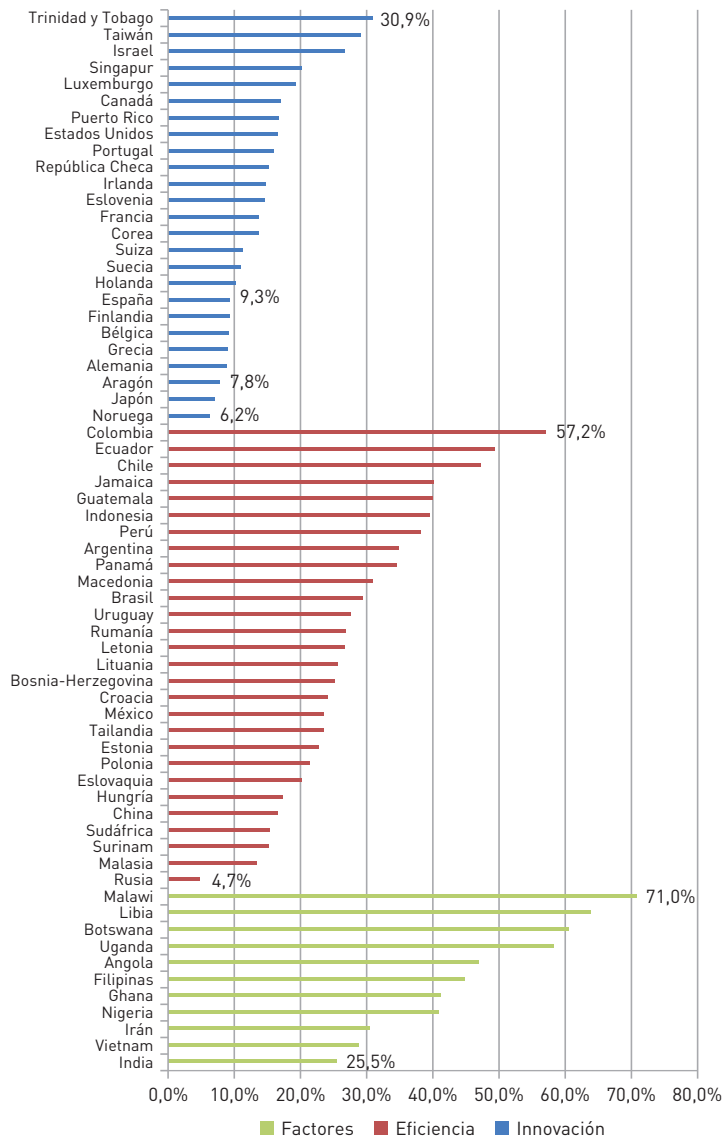
Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE



Finalmente, comparado con el conjunto de países GEM (Figura 1.18), la tasa de potencial emprendedor aragonesa se sitúa de nuevo en puestos rezagados del panel, junto a países como Rusia, Noruega y Japón. Al comparar con diferentes niveles de desarrollo, parece apuntarse cierta relación inversa entre el nivel de desarrollo y las tasas de potencial emprendedor. Particularmente, se observa que entre las economías más

Figura 1.18.

Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2013, clasificados en función de su grupo económico



desarrolladas, por lo general el potencial emprendedor es menor. No obstante, esta relación resulta más compleja de lo que puede parecer a primera vista, ya que en el potencial emprendedor pueden llegar a confundirse aspectos de percepción de oportunidad, más relacionado con un clima económico favorable, y necesidad de encontrar una fuente de ingresos, que resulta frecuente en entornos económicos adversos (la interacción entre necesidad y oportunidad se analiza en el capítulo 2).



CAPÍTULO 2

TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

2.1. Introducción

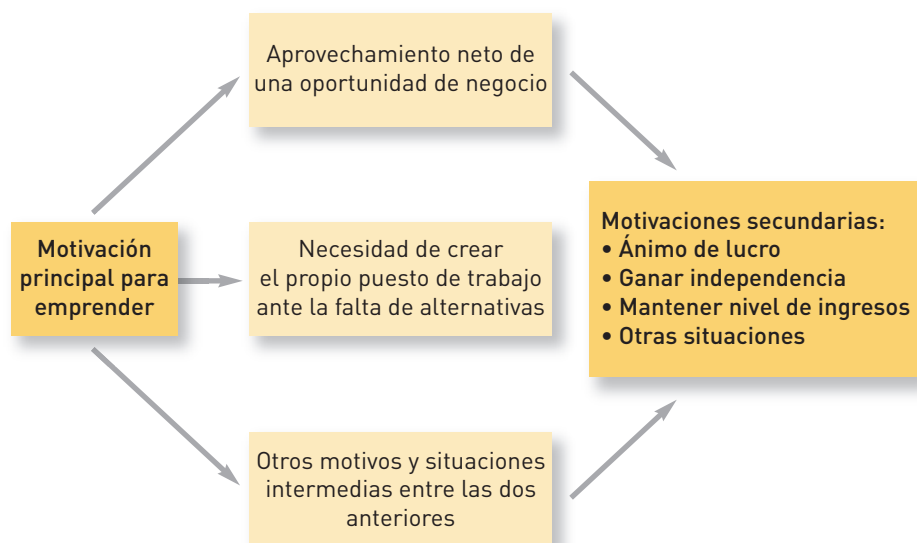
El capítulo 1 trata de ofrecer una imagen general del comportamiento emprendedor en la Comunidad Autónoma de Aragón a través de indicadores como la intención de comenzar una actividad, las actividades en proceso de desarrollo y consolidación, las actividades ya consolidadas y el abandono de actividades. La principal conclusión que se puede extraer de ese primer capítulo es que, aunque la tasa de emprendimiento en Aragón se sitúa ligeramente por debajo de la media nacional para 2013, sí que existe una alta persistencia de las iniciativas emprendedoras en nuestra Comunidad, que se manifiesta a través de un elevado nivel de consolidación y un reducido nivel de abandono efectivo.

En el capítulo 2 se analizan con detalle las motivaciones de los emprendedores que han puesto en marcha alguna iniciativa en la Comunidad. Como se discute al final del capítulo anterior, existe una relación compleja entre entorno económico y potencial emprendedor. Un entorno favorable puede generar oportunidades atractivas para iniciar una nueva actividad, pero reduce la necesidad de llevarla a cabo, en la medida en que pueden existir alternativas de empleo más atractivas. Por el lado contrario, un clima económico adverso aumenta la necesidad de buscar una fuente de ingresos, pero al mismo tiempo reduce el potencial interés de las oportunidades existentes. Esta diferencia es crucial ya que las iniciativas que responden a la detección de una oportunidad a priori deberían tener una mayor probabilidad de éxito. Por el contrario, la creación de una actividad empresarial como respuesta a la necesidad de encontrar fuentes de ingresos, puede dar lugar a actividades menos estables y con pocas expectativas de consolidación. En un entorno económico de crisis como el que se viene experimentando en los últimos años, estas precisiones pueden ayudar a entender muchos de los análisis que se muestran en este informe.

En el Proyecto GEM se distinguen fundamentalmente tres tipos de motivaciones para comenzar una actividad: detección y aprovechamiento de una oportunidad, respuesta a una necesidad y situaciones en las que se mezclan ambas motivaciones. La figura 2.1 resume este planteamiento. Entre los emprendedores por oportunidad se distinguirá, a su vez, entre el emprendimiento para aumentar ingresos, el emprendimiento para mantener ingresos y el emprendimiento para ganar autonomía.

Figura 2.1.

Motivación principal para las iniciativas emprendedoras



2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

En la Tabla 2.1 se muestra la descomposición de las iniciativas emprendedoras según su motivación, tanto para el conjunto de iniciativas emprendedoras, como para las iniciativas nacientes o nuevas por separado.

Para el conjunto de iniciativas emprendedoras se observa un patrón similar al de años anteriores, esto es, los emprendedores que aseguran verse motivados por la detección de una oportunidad total o parcial doblan a los emprendedores que tratan exclusivamente de satisfacer una necesidad (64,3% frente a 29,8%). Un análisis que puede resultar de interés pasa por centrarnos en las iniciativas nacientes y nuevas por separado, lo que nos permite observar algunas diferencias. Por ejemplo, en el caso de los emprendedores nacientes, un 74,6% indica que su motivación responde a la detección de una oportunidad (total, o parcial), frente a un 23,5% que aseguran emprender por necesidad. En el caso de los emprendedores nuevos, sigue predominando la oportunidad total o parcial (50% de casos), pero la necesidad tiene una mayor importancia relativa que en el caso de los emprendedores nacientes, siendo la principal motivación en el 38,2% de los casos. Una posible explicación para este patrón distinto entre iniciativas nacientes y nuevas podría ser que los emprendedores nuevos, aquellos cuya actividad se ha iniciado en los últimos 42 meses, han emprendido en un contexto económico más desfavorable donde la oportunidad puede haber perdido preeminencia. El hecho de que el componente oportunidad suba enteros entre los em-

prendedores nacientes puede estar mostrando un cambio de tendencia y el reconocimiento de que el entorno comienza a ofrecer mejores oportunidades de negocio.

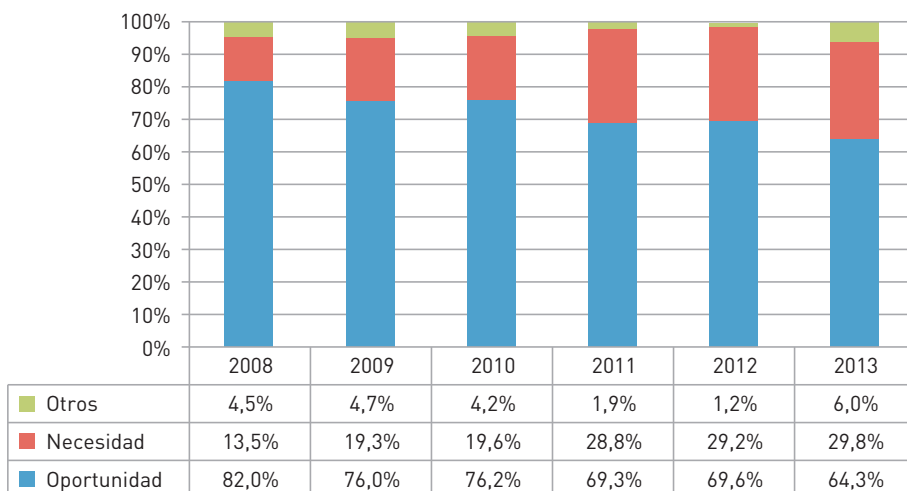
Tabla 2.1.

Motivo de su creación	Naciente		Nueva		TEA	
	Sobre población adulta	Sobre Nacientes	Sobre población adulta	Sobre Nuevas	Sobre población adulta	Sobre TEA
Oportunidad pura	1,0%	37,3%	0,6%	35,3%	1,5%	35,7%
Oportunidad en parte	1,0%	37,3%	0,3%	14,7%	1,2%	28,6%
Necesidad	0,6%	23,5%	0,7%	38,2%	1,3%	29,8%
Otros motivos	0,1%	2,0%	0,2%	11,8%	0,3%	6,0%
Total	2,6%	100,0%	1,7%	100,0%	4,2%	100,0%

La Figura 2.2 muestra la evolución de la motivación para emprender entre 2008 y 2013. Como se ha indicado, la detección de una oportunidad ha sido en 2013 la motivación fundamental para casi dos tercios de los emprendedores. Sin embargo, el gráfico muestra una tendencia creciente en la necesidad como motivación para emprender y la reducción paulatina del emprendimiento por oportunidad. Así, entre 2008 y 2013 el emprendimiento por oportunidad ha caído del 82,0% al 64,3% de las

Figura 2.2.

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



iniciativas, mientras que la necesidad ha experimentado un fuerte ascenso, pasando del 13,5% al 29,8% de los casos. No obstante, un análisis más contemporáneo de las iniciativas nacientes y nuevas parece indicar que se ha detenido el crecimiento relativo del emprendimiento por necesidad, circunstancia a la que sería conveniente prestar una atención especial en el próximo ejercicio.

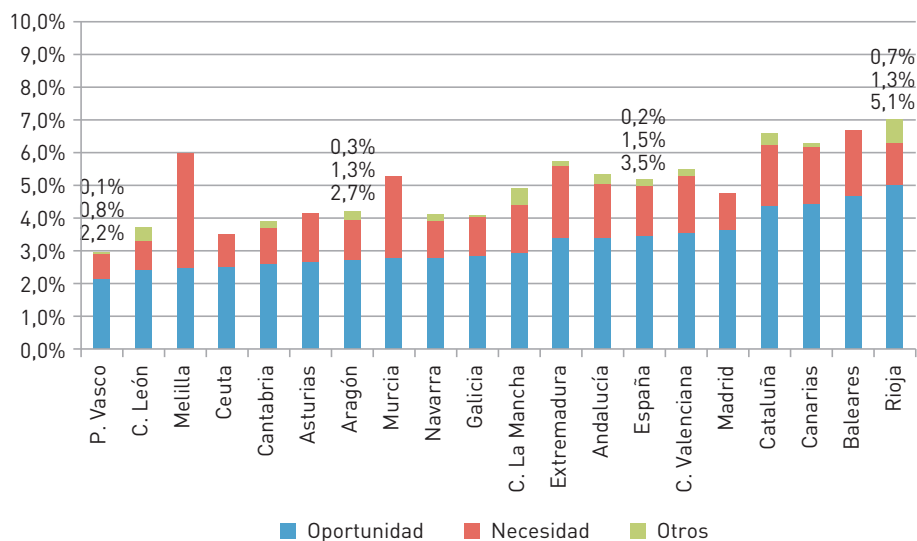
2.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional

En la Figura 2.3 se compara la motivación para el emprendimiento de Aragón con la del resto de regiones españolas dividiendo el TEA en tres grupos: TEA por oportunidad, TEA por necesidad y TEA por otros motivos. En la figura, las regiones se ordenan en función de su TEA por oportunidad de menor a mayor.

Aragón, con un 2,7%, se sitúa en la zona media del grupo de regiones en términos de la población adulta involucrada en actividades emprendedoras resultantes de la detección de una oportunidad, aunque más próximo a los valores rezagados de la clasificación que a los que ocupan las primeras posiciones. En los extremos se encuentran el País Vasco, donde sólo un 2,2% de la población declara haber iniciado una actividad al haber detectado una oportunidad, y La Rioja, donde este porcentaje es del 5,1%.

Figura 2.3.

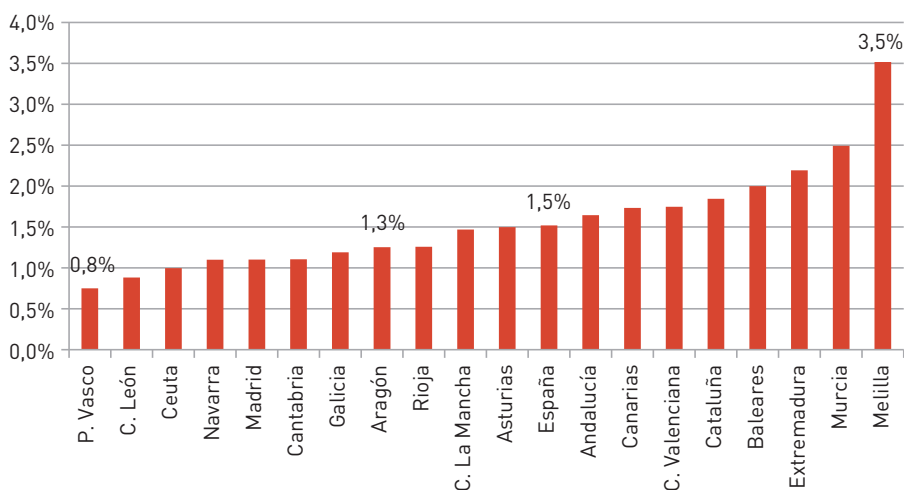
Motivos para emprender: comparación regiones españolas



La Figura 2.4 completa la comparación entre regiones españolas. En este caso, la ordenación responde al TEA por necesidad. Aragón ocupa de nuevo una posición intermedia, con un 1,3% de adultos implicados en iniciativas emprendedoras motivadas por una necesidad. Este valor se encuentra por encima del mínimo entre regiones españolas (País Vasco, con un 0,8%) y lejos del 3,5% observado en Melilla.

Figura 2.4.

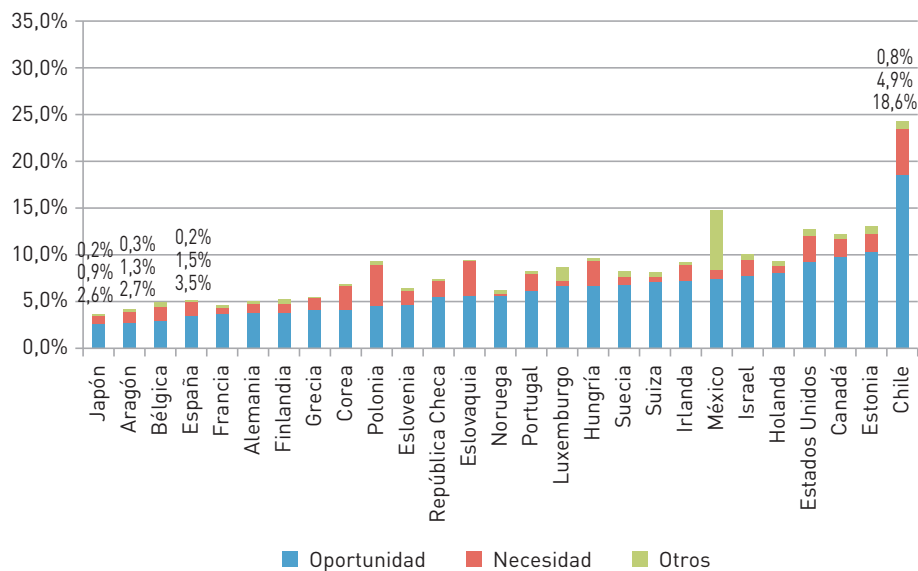
Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones



En la Figura 2.5 se compara la composición del TEA por oportunidad de Aragón con el resto de países del proyecto GEM que pertenecen a la OCDE, nuevamente ordenado en función del TEA por oportunidad. Al igual que ocurría en el TEA acumulado (es decir, sin distinguir motivo), en el caso del TEA por oportunidad Aragón se sitúa en el penúltimo puesto, sólo por delante de Japón, con un 2,6%. Cabe destacar, por una parte, que el valor para Aragón, aun siendo más bajo, muestra un valor similar al de la gran mayoría de países representados en la Figura 2.5. Por otra parte, la ordenación por TEA por oportunidad está muy correlacionada con la que surge de ordenar los países por el TEA sin distinguir motivos. Así, la baja posición de Aragón resulta no tanto de un porcentaje bajo de iniciativas resultantes de la detección de una oportunidad, como por el hecho de que el TEA global es bajo para el periodo analizado.

Figura 2.5.

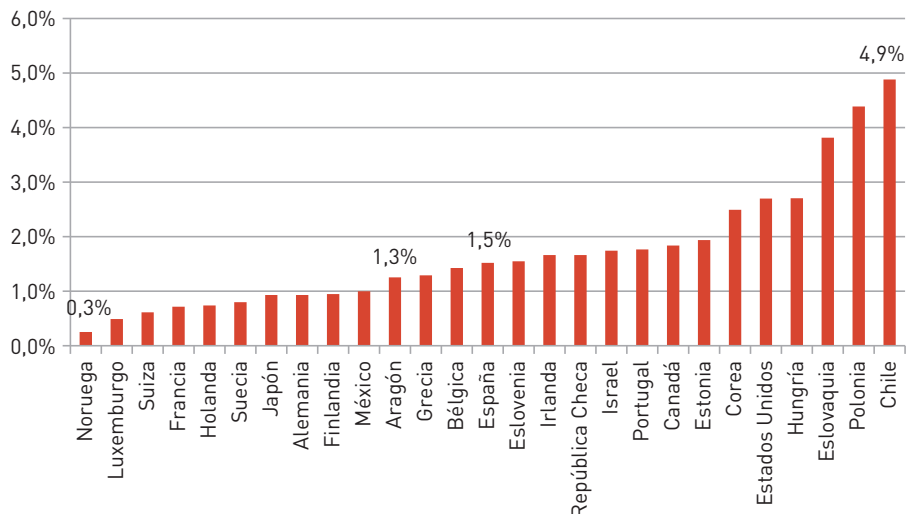
Motivos para emprender: comparación OCDE



Como en el caso de la comparación interregional, analizamos también la ordenación que resulta del TEA por necesidad. La Figura 2.6 nos muestra este análisis. Como viene siendo habitual en los últimos años, Aragón ocupa una posición intermedia. Por la parte baja de este ranking destacan Noruega y Luxemburgo (0,3% y 0,5% respectivamente), mientras que entre los países con mayor TEA por necesidad sobresalen Chile (4,9%), Polonia (4,4%) y Eslovaquia (3,8%).

Figura 2.6.

Necesidad como motivo para emprender: comparación OCDE



Finalmente, comparamos la motivación para emprender de Aragón con la del conjunto total de países que participan en el proyecto GEM. Al igual que en el capítulo anterior, para proceder a esta comparación se clasifica a los países en tres grupos que reflejan el nivel de desarrollo de cada país (economías impulsadas por los factores productivos, por la eficiencia y por la innovación, que se corresponden habitualmente con un nivel de desarrollo bajo, medio y alto respectivamente). La figura 2.7 presenta este ejercicio ordenando los países dentro de cada grupo por su TEA por oportunidad, mientras que la Figura 2.8 ordena por el TEA por necesidad.

Entre los países desarrollados, Aragón ocupa una posición rezagada en el TEA por oportunidad (Figura 2.7). A nivel global destaca Zambia, con un 29,4%. Por otra parte, si comparamos a Aragón con el resto de países GEM en función del TEA por necesidad (Figura 2.8), la Comunidad continúa ocupando una posición intermedia entre los países más desarrollados.

Figura 2.7.

Motivos para emprender: comparación conjunto países GEM

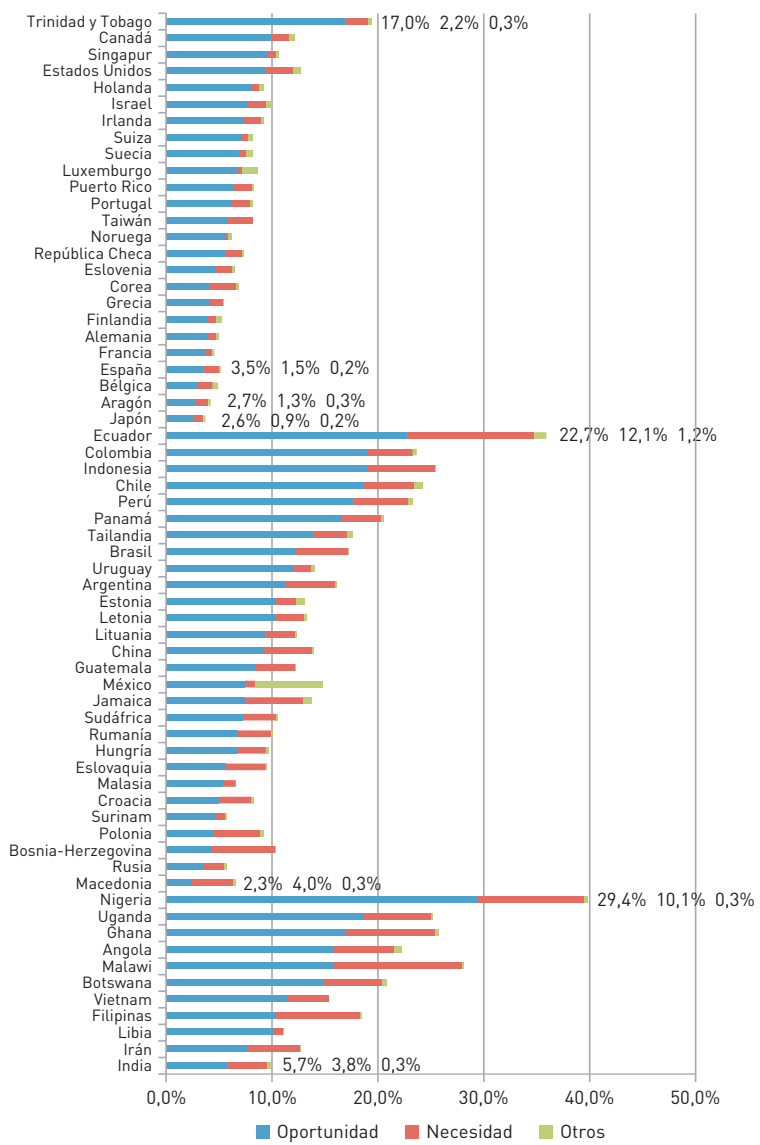
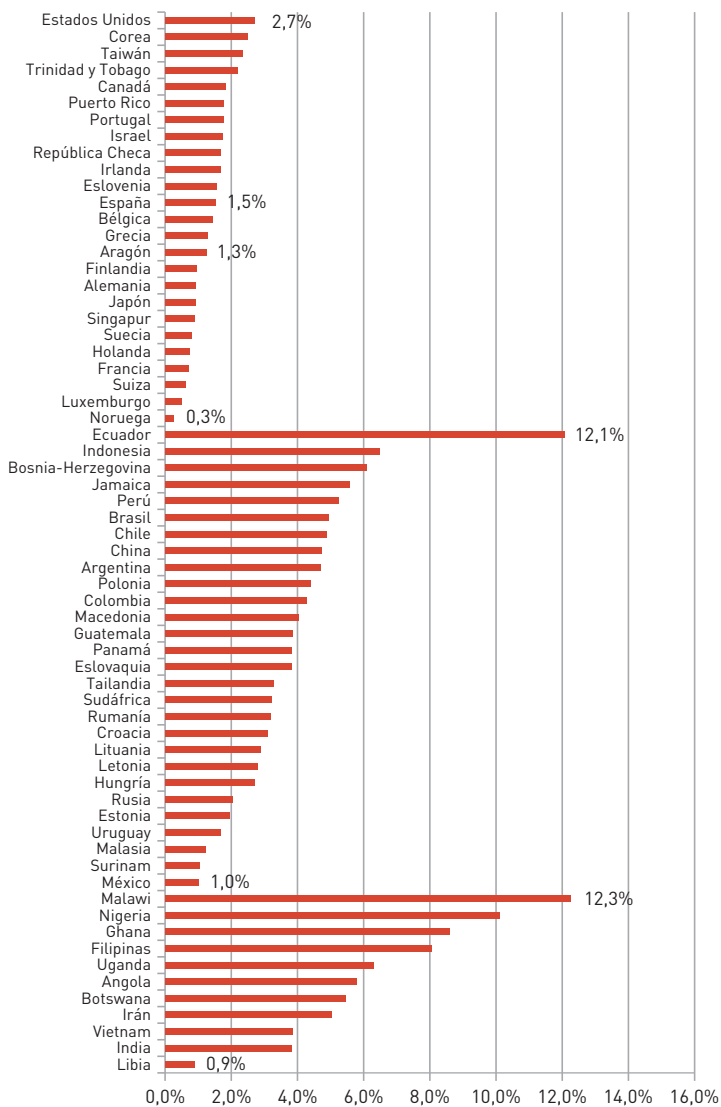


Figura 2.8:

Necesidad como motivo para emprender: comparación conjunto países GEM

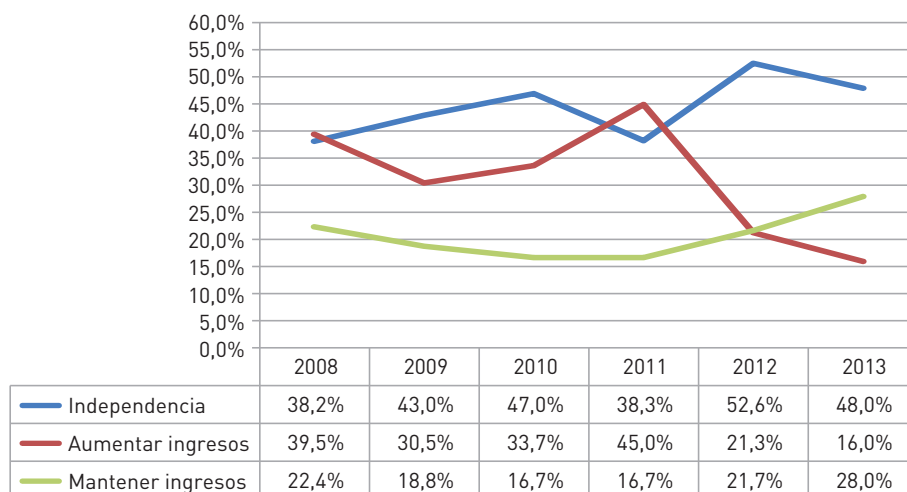


2.4. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad

Este capítulo concluye analizando las razones que subyacen en la creación de empresas que declaran surgir como resultado de la identificación de una oportunidad. Particularmente, se muestra qué iniciativas surgen con la intención de conseguir independencia y autonomía, con la intención de aumentar los ingresos económicos y con la intención de mantener o salvaguardar la economía personal. La Figura 2.9 muestra la descomposición del TEA por oportunidad en estas tres razones para el periodo 2008-2013.

Figura 2.9.

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



En 2013, casi la mitad de los emprendedores por oportunidad afirmaban basarse en la posibilidad de aumentar su independencia, seguidos por los que querían mantener sus ingresos (28,0%), mientras que eran minoría los que buscan aumentar sus ingresos (16%). Analizando estas cifras en conjunto, se observan notables variaciones año a año, sin que ningún motivo ocupe siempre la misma posición entre las razones para emprender por oportunidad. Es de destacar que con la llegada de la crisis los emprendedores por oportunidad son *menos exigentes*, de manera que en estos últimos años aumenta sustancialmente la proporción de los mismos que se plantea como meta simplemente mantener su nivel de ingresos, reduciéndose de manera importantes los que sólo emprenden en la medida en que anticipan una mejora en su situación económica futura.

Como viene siendo la tónica habitual en los últimos años, el TEA por oportunidad de Aragón se sitúa en niveles medios entre las regiones españolas. Algo similar ocurre con el TEA por necesidad.

En cuanto al emprendimiento por oportunidad, la motivación de aumentar los ingresos cae en 2013 hasta su valor más bajo de la serie, mientras que la oportunidad de mantener los ingresos aumenta notablemente. Sin embargo, la oportunidad de ganar independencia sigue siendo la razón predominante para emprender.



CAPÍTULO 3

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

3.1. Introducción

Uno de los objetivos del informe GEM es caracterizar las iniciativas que se desarrollan en cada uno de los países o regiones que participan en el proyecto. Para ello, se analizan los diferentes tipos de negocio teniendo en cuenta una amplia gama de variables. En particular, en el estudio correspondiente al año 2013 se han tenido en cuenta las siguientes dimensiones, que serán objeto de análisis a lo largo de este capítulo:

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

3.2. Iniciativas inscritas en el registro mercantil

GEM Aragón identifica el porcentaje de iniciativas emprendedoras que se dan de alta en el registro mercantil. Esta información es importante para valorar la proporción de actividad en fase emprendedora y consolidada que está inscrita en dicho registro. El resultado de esta consulta se plasma en la Tabla 3.1. En ella se puede observar como la mayor parte de la actividad naciente (58,0%) todavía no está registrada, hecho que obedece a que sus promotores están en la fase de puesta en marcha: diseñando el producto o servicio, realizando el plan de negocio, buscando ubicación, financiación, etc. En el caso de la actividad nueva, el registro recoge un 93,9% de las actividades, mientras que el 6,1% restante no aparece inscrito. En el caso de la fase consolidada, el registro abarca el 92,2% de los casos, quedando un 7,8% sin inscribir.

Tabla 3.1.

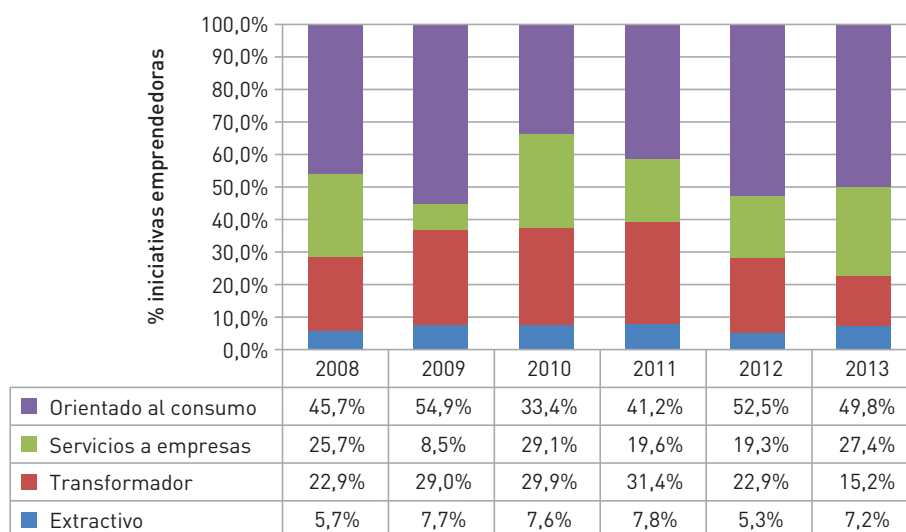
Registro empresarial				
Tipo de actividad	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
Registrada	42,0%	93,9%	62,7%	92,2%
No registrada	58,0%	6,1%	37,3%	7,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Dado el carácter sintético del informe GEM, la clasificación sectorial que se ofrece en el mismo toma en consideración cuatro grandes sectores o ámbitos de actividad: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo. Teniendo en cuenta esta clasificación sectorial, y de acuerdo con los datos de la Figura 3.1, la mayor parte de las iniciativas emprendedoras registradas por el informe GEM Aragón 2013 se ubican en el sector orientado al consumo (49,8%). Este dato no resulta sorprendente en la medida en que las actividades orientadas al consumo requieren de menores niveles de inversión, lo que facilita su puesta en marcha. Por detrás se encuentran las iniciativas emprendedoras dedicadas a proporcionar servicios a las empresas (27,4%) y al

Figura 3.1.

Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2008-2013)



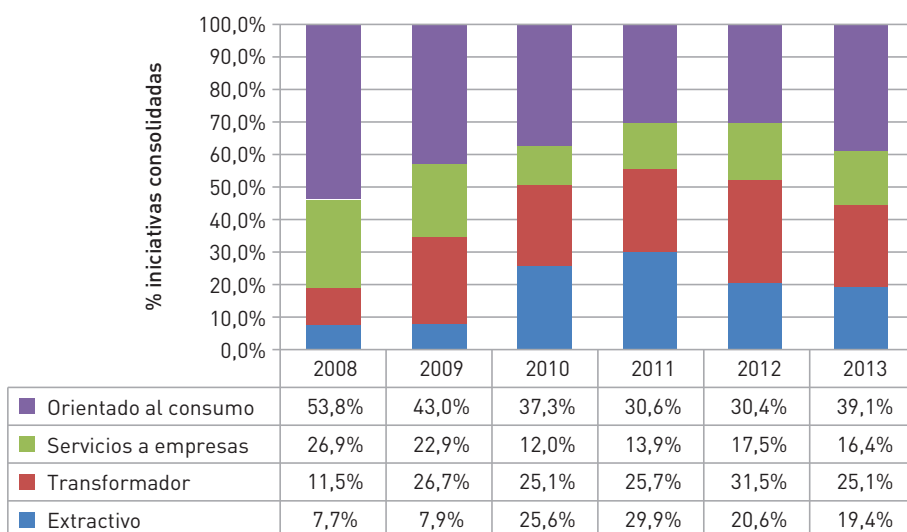
sector transformador (15,5%), mientras que el sector extractivo supone el 7,2% de las nuevas iniciativas.

Por lo que respecta a la evolución de la distribución sectorial del emprendimiento en Aragón, esta sigue siendo similar a la del ejercicio 2012: la proporción de iniciativas orientadas al consumo se reducen levemente, al contrario de lo que ocurre con los servicios a empresas y el sector extractivo. El mayor cambio se observa en el sector transformador, que continúa con la pérdida de peso relativo inicia el año anterior, de manera que las nuevas empresas que se dedican a esta actividad se reducen aproximadamente a la mitad en tan solo dos años.

Si se compara la distribución de la actividad emprendedora incipiente con la de la actividad que supera los 42 meses (consolidada), la Figura 3.2 permite extraer algunas conclusiones de interés. En ambos casos, la mayor parte de las iniciativas llevan a cabo actividades orientadas al consumo (en 2013 el peso de este sector es de 49,9% en el caso de las iniciativas incipientes y del 39,1% en el caso de las iniciativas consolidadas). En cuanto a las actividades del sector de los servicios a empresas, se observa como éste gana relevancia en las iniciativas incipientes (se pasa del 19,3% en 2012 al 25,5% en 2013) y pierde importancia en las iniciativas consolidadas (se aprecia un descenso de 1,1% de 2012 a 2013). El peso del sector transformador en las iniciativas incipientes apenas se ve alterado en 2013. Sin embargo, en el caso de las iniciativas consolidadas experimenta un descenso de 6,4 puntos, hasta situarse en el 31,5%. Por último, la diferencia más destacada se encuentra en el sector extractivo ya

Figura 3.2.

Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2008-2013)



que, frente a la desaparición de este tipo de actividades en 2013 cuando se hace referencia a las primeras etapas del proceso emprendedor, al considerar las actividades ya consolidadas nos encontramos que suponen en torno al 20% de las iniciativas. Seguramente esta diferencia puede explicarse por el hecho de que la inversión necesaria para crear una nueva empresa en este sector es especialmente elevada, lo que frena su aparición en un momento como el actual. Sin embargo, una vez que la empresa se encuentra en funcionamiento, los costes de salida son elevados, por lo que aumentan los incentivos a permanecer en el mercado.

3.4. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras

A la hora de profundizar en el estudio de las iniciativas emprendedoras, resulta de especial interés analizar su tamaño y, en este sentido, el número de propietarios constituye un primer dato acerca de su dimensión. La Tabla 3.2 proporciona una primera aproximación a la distribución de esta variable para las actividades nacientes (aquellas asociadas a la puesta en marcha del negocio y que no conllevan todavía ni el pago de salarios ni la obtención de beneficios), nuevas (las que llevan en funcionamiento hasta 42 meses) y consolidadas (han superado los 3 años y medio de existencia) en Aragón durante el periodo 2008-2013.

Si atendemos a los datos de los años 2012 y 2013, observamos como el número medio de propietarios de las iniciativas que se encuentran en el periodo naciente ha aumentado levemente, ya que la media pasa de 2,00 en 2012 a 2,12 en 2013. Sin embargo, se aprecia un ligero descenso en el número de propietarios de iniciativas nuevas y consolidadas. En el primer caso, el número medio de propietarios se reduce de 1,67 a 1,60. En el caso de las iniciativas consolidadas, el promedio disminuye de 1,93 a 1,74. De cualquier modo, se confirma que el número de promotores es normalmente reducido, sólo uno o dos propietarios.

Tabla 3.2.

Número de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas

	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
2013				
Media	2,12	1,60	1,92	1,74
Mediana	2,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	1,52	1,30	1,45	1,34

	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
2012				
Media	2,00	1,67	1,80	1,93
Mediana	1,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	1,78	1,48	1,60	1,68
2011				
Media	1,60	1,80	1,71	2,00
Mediana	1,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	0,90	1,20	1,04	1,70
2010				
Media	2,20	1,30	1,65	1,70
Mediana	1,20	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	1,90	0,70	1,39	1,40
2009				
Media	1,83	1,90	2,04	2,28
Mediana	1,10	1,00	1,00	2,00
Moda	1,00	1,00	1,00	2,00
Desviación típica	1,03	1,46	1,86	1,03
2008				
Media	2,22	1,91	1,87	1,56
Mediana	1,36	1,09	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	2,20	1,63	1,28	1,23

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

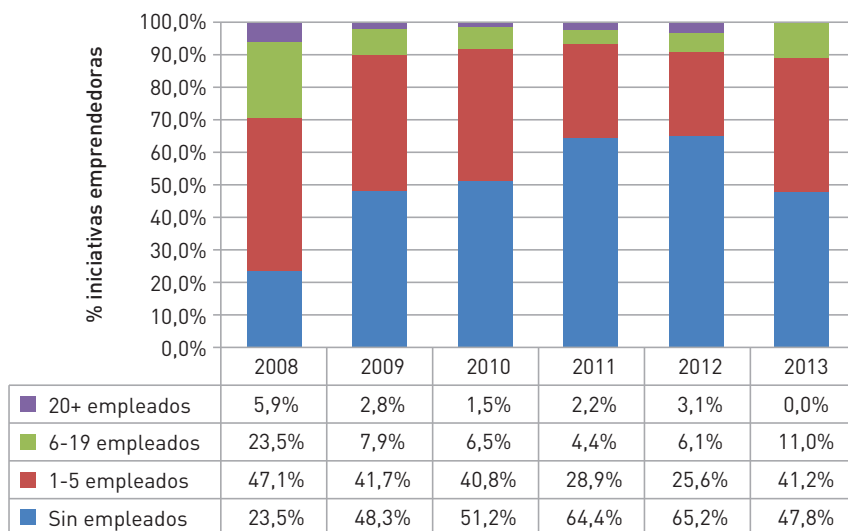
En aras de seguir profundizando en el estudio y análisis de las iniciativas emprendedoras en nuestra Comunidad, procedemos a clasificar las actividades emprendedoras en función del número de empleados. Para ello, distinguiremos cuatro grupos: las que no tienen empleados (sólo el emprendedor), las que generan entre 1 y 5 empleos, las que generan entre 6 y 19 empleos y las que generan 20 o más puestos de trabajo.

La Figura 3.3 muestra la evolución de la distribución por tamaños de las iniciativas emprendedoras (nacientes y nuevas) durante el periodo

2008-2013. En ella, se observa cómo en el año 2013 un 47,8% de estas iniciativas únicamente ocupan al propio emprendedor, que un 41,2% emplea entre 1 y 5 personas, que sólo un 11,0% emplea a más de 6 personas y que no existe ninguna iniciativa con más de 20 empleados. En este punto, resulta de interés destacar la fuerte disminución de las iniciativas que únicamente emplean al propio promotor (que alcanza el nivel más bajo de la serie desde 2008), caída que se ve contrarrestada por el fuerte aumento de las iniciativas que emplean entre 1 y 5 trabajadores y, en menor medida, por las que contratan hasta 19 empleados.

Figura 3.3.

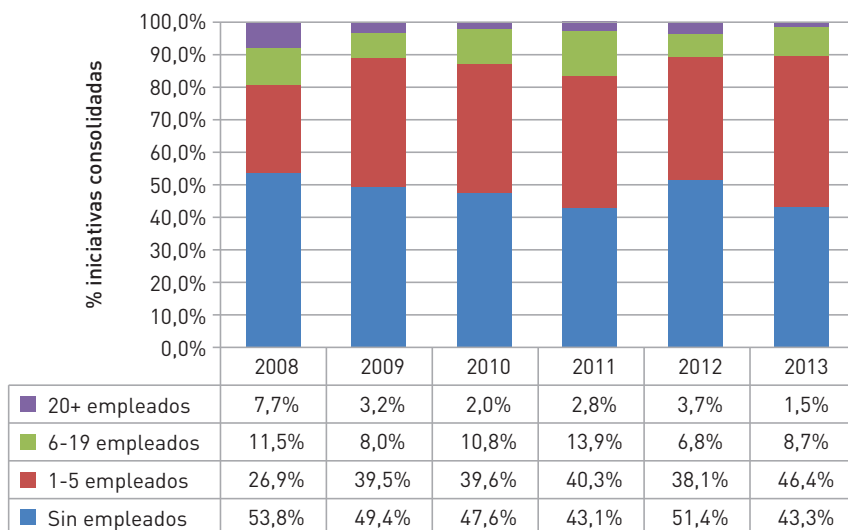
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal



La Figura 3.4 muestra la distribución por tamaños de las iniciativas consolidadas y su evolución temporal. En dicha figura puede observarse que, una vez que la empresa se consolida, el nivel de empleo generado aumenta, de manera que en 2013 un 43,3% de las iniciativas ocupa únicamente al promotor de la propuesta, mientras que un 46,4% emplean entre 1 y 5 trabajadores y un 8,7% superan los 6 empleados. En este caso, la cuota de iniciativas con más de 20 asalariados es del 1,5%. Hay que destacar, en todo caso, la leve mejoría que se observa en relación con el año 2012 (y, en menor medida, con 2010 y 2011), lo que podría constituir un indicador de que los momentos de mayor dificultad están a punto de superarse.

Figura 3.4.

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



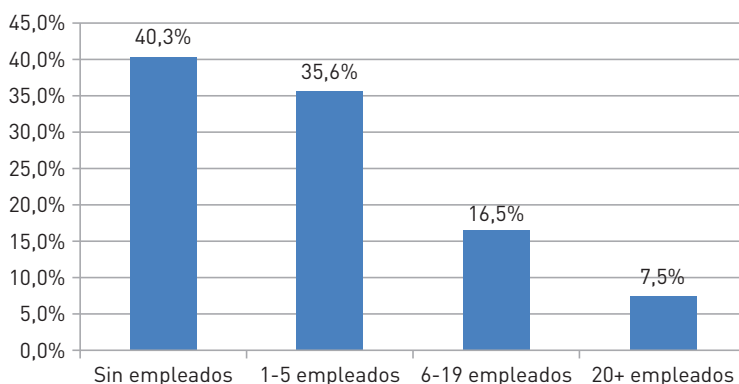
3.6. Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

Para estimar la proporción de iniciativas que espera un crecimiento en términos de creación de empleo, se ha preguntado a los emprendedores entrevistados acerca del número de empleados que prevé alcanzar en los próximos cinco años. Las Figuras 3.5 y 3.6 muestran los resultados referentes a las actividades emprendedoras y a las consolidadas.

Los emprendedores nuevos y nacientes (Figura 3.5) se muestran moderadamente optimistas. Comparando la Figura 3.5 con la Figura 3.3, que mostraba el número de empleados que trabajan actualmente en las iniciativas emprendedoras, se ve que sólo un 40,3% espera no tener empleados en 5 años, frente al 47,8% que no los tienen en 2013. Un 35,6% espera tener entre 1 y 5 empleados (41,2% en el momento de realización de la entrevista), mientras que el 16,5% de los emprendedores espera ocupar al menos a 6 trabajadores. Estas cifras ponen de manifiesto que, a pesar de las dificultades por las que atraviesa actualmente la Comunidad, los emprendedores son moderadamente optimistas y ni siquiera en un contexto como el actual han perdido su voluntad de incrementar el volumen de actividad, con el consiguiente efecto desde el punto de vista de la creación de nuevos puestos de trabajo.

Figura 3.5.

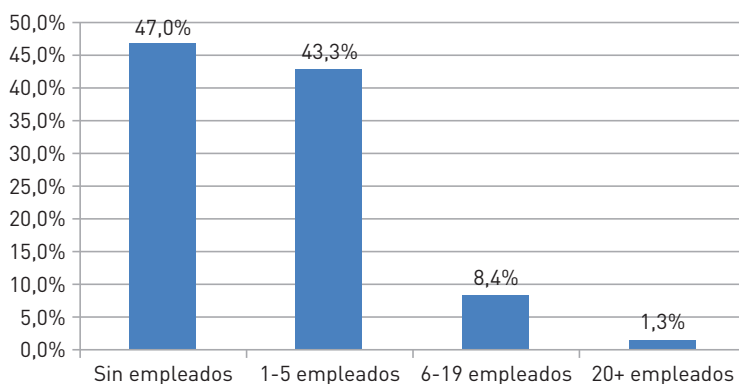
Distribución de las empresas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista



Si comparamos la situación actual para el caso de los emprendedores consolidados (Figura 3.4) con la expectativa de crear empleo futuro (Figura 3.6) observamos cómo el porcentaje de iniciativas consolidadas que actualmente no tienen empleados es 43,3%, mientras que en un horizonte temporal de cinco años asciende al 47%, lo que implica que la visión del futuro se torna algo más pesimista. La cuota de iniciativas que tienen y esperan tener entre 1 y 5 empleados se sitúa en torno al 45%, cifra levemente peor que en años anteriores. Estas cifras, analizadas conjuntamente con las presentadas en las figuras precedentes, podrían constituir un indicador de la mayor ambición de las iniciativas incipientes en relación con las consolidadas, en la medida en que las primeras tienen unas expectativas de crecimiento mayores que las segundas.

Figura 3.6.

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



Para continuar con el análisis, se evalúa el crecimiento potencial de las nuevas empresas aragonesas en relación con el resto de comunidades autónomas. La Figura 3.7 compara el potencial de alto crecimiento en las distintas comunidades, medido como la expectativa de generar 20 o más puestos de trabajo en los próximos 5 años y en ella se observa que Aragón se sitúa por encima de 12 comunidades (y por encima de la media nacional) gracias a un 0,3% de emprendedores que esperan generar 20 o más empleos. Sin embargo, el panorama no es tan halagüeño cuando la comparación se realiza con los países miembros de la OCDE (Figura 3.8), ya que entonces las expectativas en Aragón se sitúan únicamente por delante de las cifras de 4 países, entre los que se incluye España.

Figura 3.7.

Comparación de la expectativa de alto crecimiento en Aragón en relación con el resto de regiones españolas

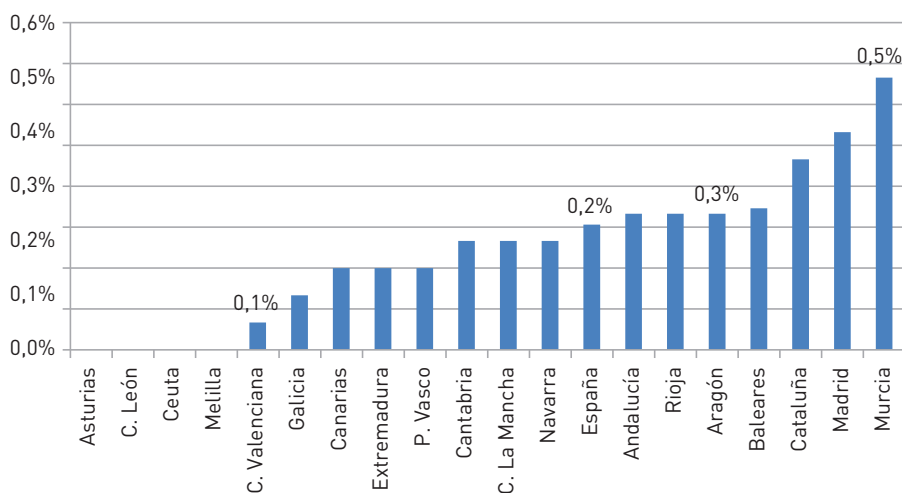
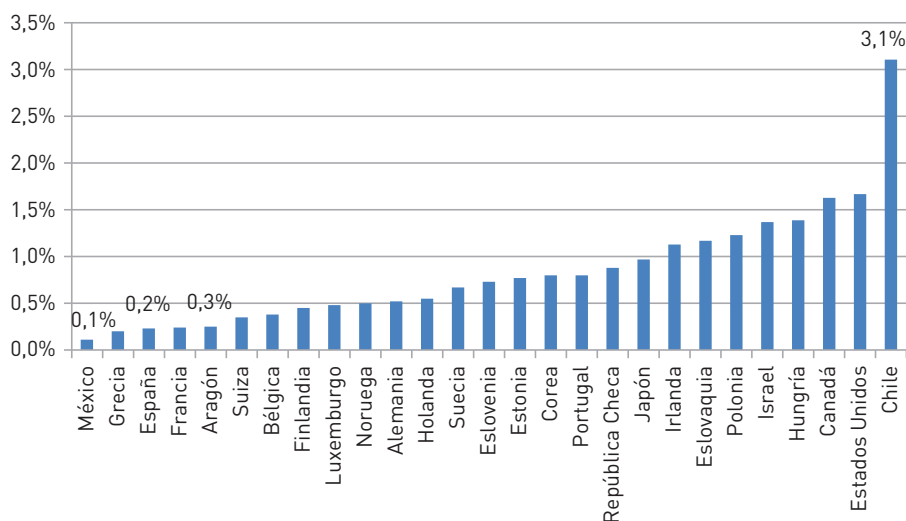


Figura 3.8.

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



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

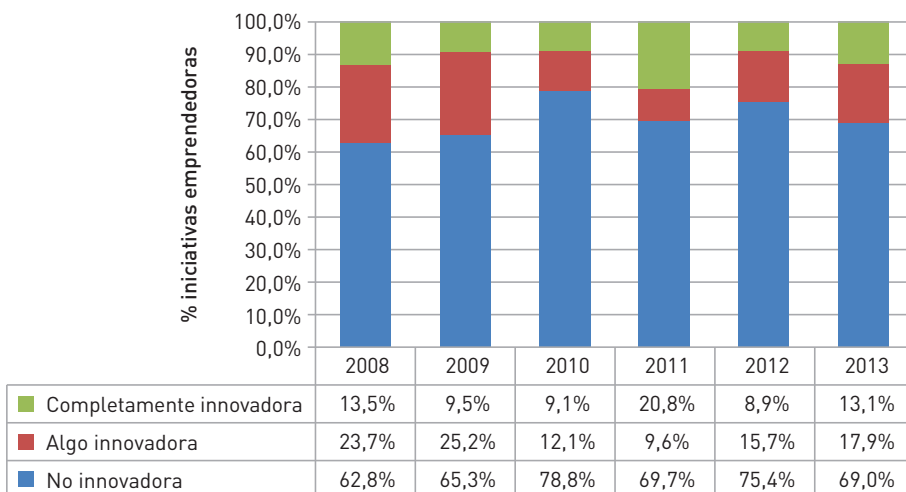
El impulso a la innovación en la UE sigue siendo un tema relevante desde el punto de vista de las políticas públicas de apoyo al empresario, especialmente en lo que hace referencia a la financiación y al desarrollo de proyectos. El concepto de innovación es multidimensional y se puede analizar desde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

La Figura 3.9 muestra la evolución, desde 2008, en el grado de innovación de las iniciativas emprendedoras aragonesas. En ella cabe destacar que, en el año 2013 en torno a un tercio de las mismas ofrecen, en mayor o menor medida, algún tipo de innovación al mercado. Este valor es el más elevado de los últimos cinco años.

En la Figura 3.10 se muestra la evolución en el grado de innovación de las iniciativas consolidadas. Aunque el número de empresas completamente innovadoras se mantiene constante en 2011 y 2012, se observa un pequeño aumento en 2013. En concreto, se pasa de una cuota del

Figura 3.9.

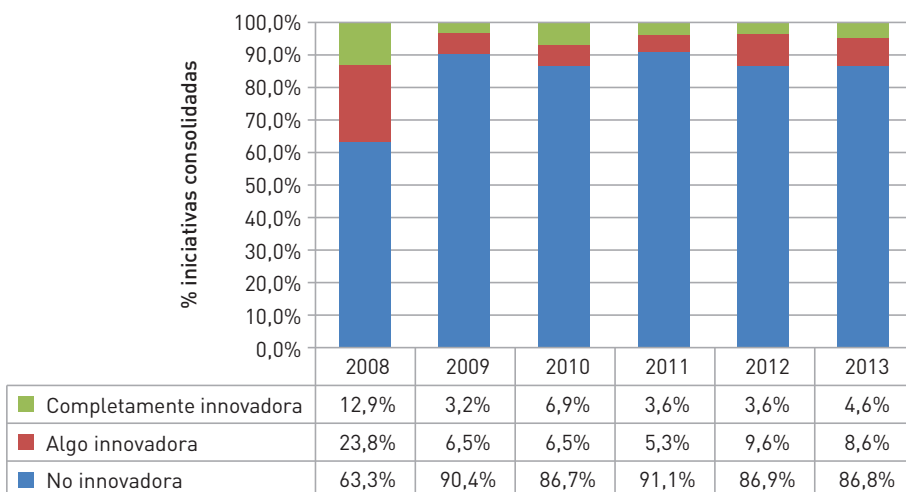
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal



3,6% a otra del 4,6%. Aun así, esta cifra continua siendo claramente inferior al porcentaje de iniciativas incipientes con vocación innovadora. Las iniciativas algo innovadoras y no innovadoras se comportan en 2013 de manera bastante similar a 2012.

Figura 3.10.

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



3.8. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

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

Las figuras 3.11 y 3.12 muestran el nivel de competencia al que se ven sometidas las iniciativas emprendedoras y las iniciativas consolidadas entre 2008 y 2013 en nuestra Comunidad Autónoma. En cuanto a las iniciativas emprendedoras, hay que destacar el aumento que ha experimentado el porcentaje de negocios que no deben hacer frente a ninguna competencia en los dos últimos años. De hecho, la cuota prácticamente se duplica en el último ejercicio, al pasar del 13,6% en 2012 al 26,2% en 2013. También se observa un incremento considerable en los negocios que deben soportar alguna competencia (se pasa de 28,2% al 35,6%). Esto, lógicamente provoca un importante descenso en el porcentaje de iniciativas que deben hacer a frente a mucha competencia. En el caso de las iniciativas consolidadas, la situación es la opuesta, es decir, proliferan las iniciativas que soportan una elevada competencia, ya que en 2013 suponen el 70% del total.

Figura 3.11.

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

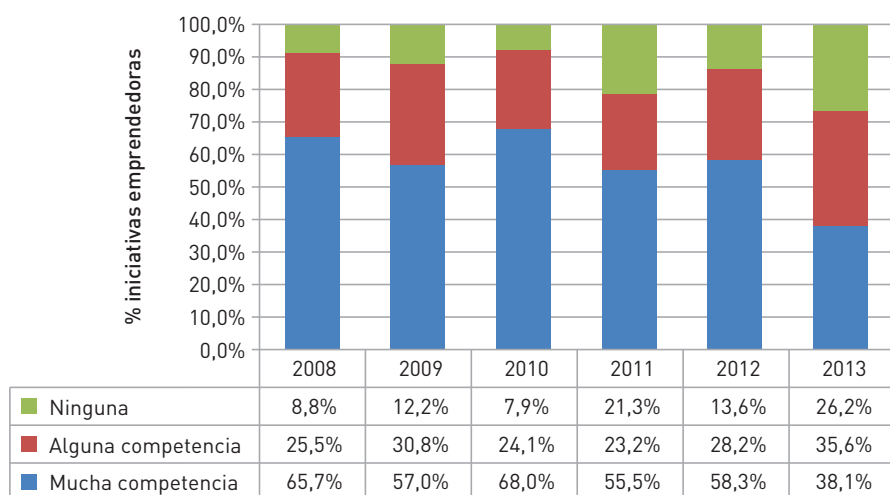
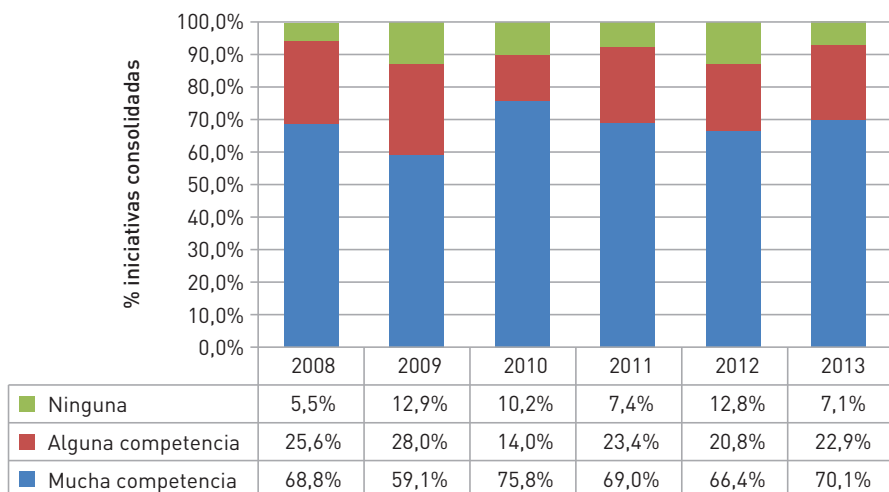


Figura 3.12.

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



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

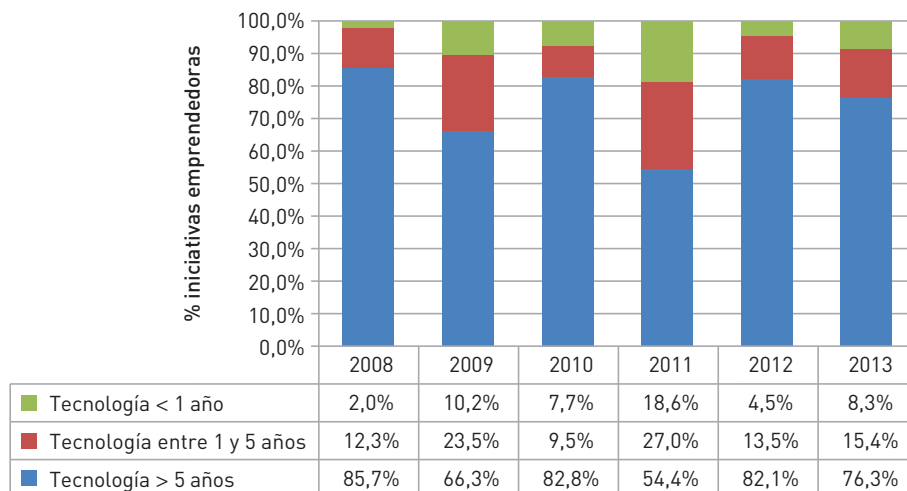
Un aspecto de vital importancia, junto con la innovación y la competitividad, es la adopción de nuevas tecnologías por parte de las empresas para el desarrollo de sus procesos productivos o la prestación de los servicios que ofrecen. Las Figuras 3.13 y 3.14 muestran, para el período 2008-2013, el porcentaje de iniciativas en función de la antigüedad de las tecnologías utilizadas, distinguiendo entre las iniciativas emprendedoras y las consolidadas.

En el caso de las iniciativas emprendedoras (Figura 3.13), se observa un uso de tecnologías cada vez más modernas hasta 2011. Sin embargo, esta tendencia parece romperse en 2012, año en el que se produce un aumento de 27,7 puntos porcentuales en las iniciativas emprendedoras que usan tecnologías de más de cinco años y una reducción de 14,1 puntos en las iniciativas que usan tecnologías de menos de un año de antigüedad. La tendencia hacia el uso de tecnologías más modernas parece volver a retomarse en 2013, cuando el uso de tecnologías con menos de un año alcanza un 8,3%.

En el caso de las iniciativas consolidadas (Figura 3.14), las conclusiones son algo más pesimistas, ya que el porcentaje de iniciativas consolidadas que usan tecnologías de más de 5 años de antigüedad es de un 85,2% (casi 9 puntos superior que en el caso de las empresas en fase

Figura 3.13.

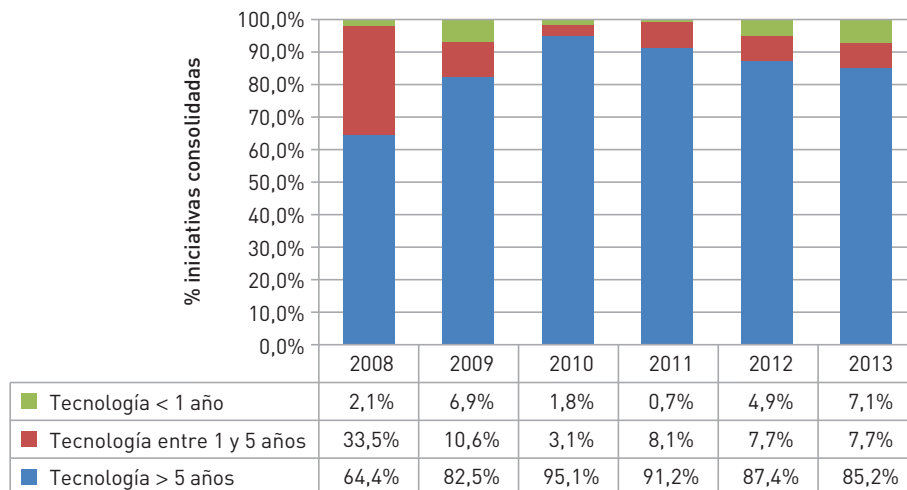
Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal



emprendedora). Sin embargo, en los dos últimos años del periodo analizado el porcentaje de iniciativas consolidadas que hacen uso de tecnologías innovadoras ha aumentado ligeramente (de 4,9% a 7,1%), lo que tal vez podría constituir un punto de inflexión.

Figura 3.14.

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



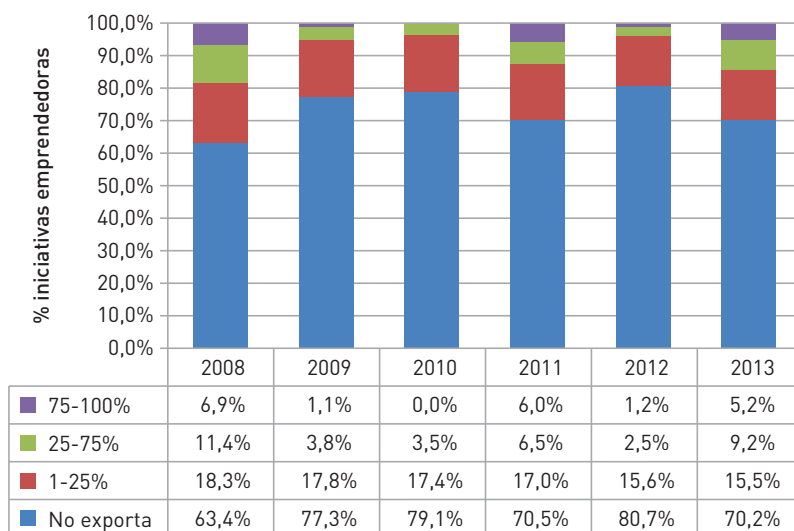
3.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

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

La Figura 3.15 muestra la propensión a la exportación de las iniciativas emprendedoras aragonesas entre 2008 y 2013. Hasta el año 2010 la tendencia mostraba una clara reducción de la intensidad exportadora, de manera que el porcentaje de empresas que no exportaban aumentó del 63,4% al 79,1%, y el porcentaje de iniciativas que exportaban un 25% o más se redujo del 18,3% al 3,5%. Esta tendencia parece invertirse en 2011, cuando el peso de las iniciativas no exportadoras se reduce 9 puntos, hasta el 70,5% y la tasa de empresas con elevada vocación exporta-

Figura 3.15.

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

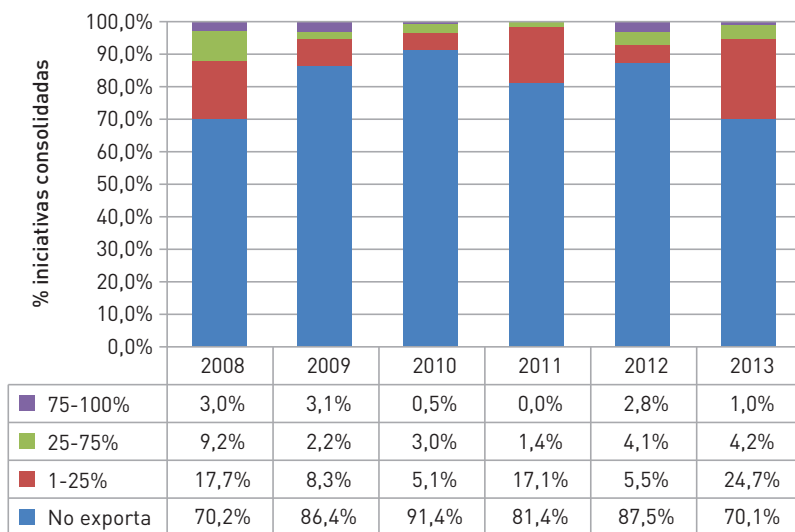


dora aumenta hasta el 6%. Sin embargo, en 2012 el porcentaje de iniciativas en fase no exportadora aumenta. En este año, las empresas que no exportan representan un 80,7% del total y las que exportan por encima del 25% tan solo un 3,7%. En 2013 la situación vuelve a ser muy similar a la de 2011. La diferencia más notable se encuentra en las iniciativas que exportan entre un 25% y un 75%. Mientras que el porcentaje para esta categoría en 2011 es 6,5%, en 2013 es 9,2%. Por último, merece ser destacado el hecho de que en 2013 las iniciativas que no exportan experimentan una reducción de 10 puntos porcentuales.

La Figura 3.16, por su parte, muestra la propensión a la exportación de las iniciativas consolidadas. Al igual que en el caso de las iniciativas emprendedoras, entre 2008 y 2010 se reduce el nivel de exportaciones, en 2011 se produce un cierto repunte y en 2012 vuelve a retomarse la tendencia hacia una menor exportación. En 2013 la situación parece invertirse al disminuir en 17,4 puntos la cuota de empresas que no exportan.

Figura 3.16.

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

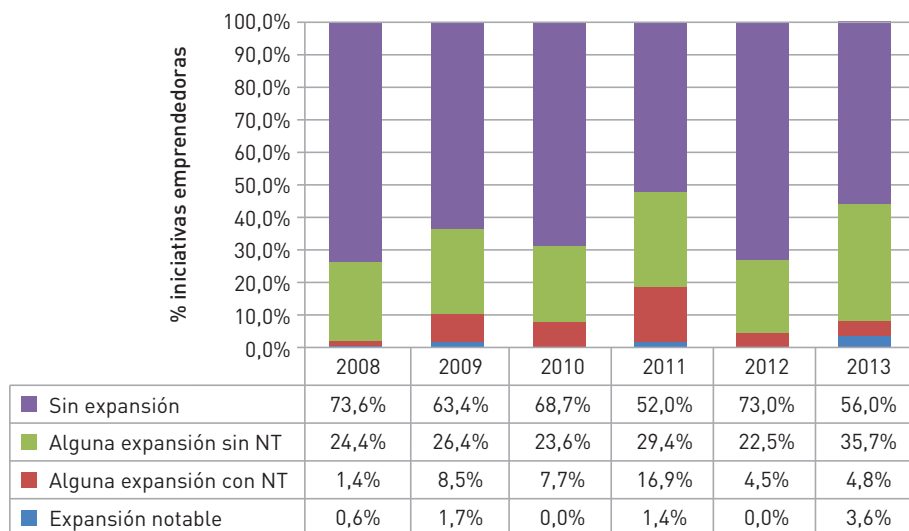


3.11. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

En función de los resultados obtenidos sobre las características de las iniciativas emprendedoras, el equipo técnico GEM calcula un valor que pretende aproximar cuál será la expansión potencial en el mercado. La Figura 3.17 muestra la expansión esperada por las iniciativas emprendedoras aragonesas, distinguiéndose cuatro categorías: sin expansión, alguna expansión sin uso de nuevas tecnologías, alguna expansión con uso de nuevas tecnologías y expansión notable. Con la excepción de los años 2011 y 2013, el porcentaje de iniciativas emprendedoras sin expectativas de expansión supera el 60%, llegando a alcanzar en 2012 la cifra del 73%. En 2013, destaca el crecimiento experimentado por las iniciativas que esperan expandirse sin la ayuda de ninguna tecnología (la cuota pasa de 22,5% en 2012 a 35,7% en 2013), lo que confirmaría lo visto en la Figura 3.13 en la que el 76,3% de las empresas en fase emprendedora empleaban tecnologías de más de cinco años de antigüedad.

Figura 3.17.

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

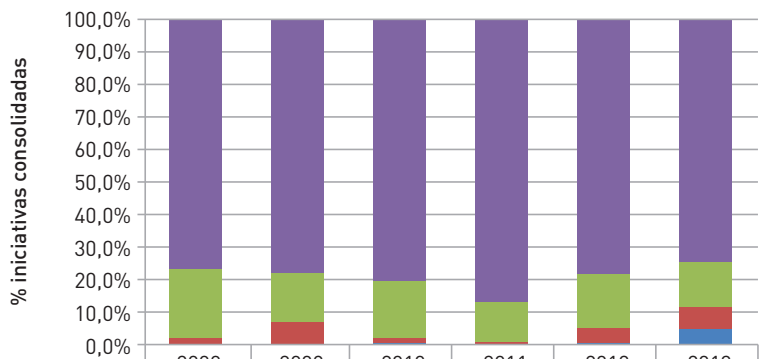


Por último, la Figura 3.18 muestra la expansión esperada de las iniciativas consolidadas. En este caso, se puede observar que desde 2012 existe un mayor optimismo, ya que las expectativas de no expansión se han reducido ligeramente a favor de las expectativas de alguna expan-

si3n. Las expectativas de alguna expansi3n con nuevas tecnolog3as pasan del 4,4% en 2012 al 6,6% en 2013 y las expectativas de expansi3n notable pasan de un modesto 0,5% al 5,0%.

Figura 3.18.

Distribuci3n de las empresas en fase consolidada seg3n sus expectativas de expansi3n en el mercado y su evoluci3n temporal





CAPÍTULO 4
PERFIL SOCIOECONÓMICO
DEL EMPRENDEDOR ARAGONÉS

4.1. Introducción

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

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

4.2. Sexo

En 2013 el porcentaje de iniciativas emprendedoras incipientes promovidas por hombres es superior (62,4%) al de las promovidas por mujeres (37,6%) (Tabla 4.1). No obstante, las diferencias son especialmente acusadas en los emprendedores nacientes (66,7% frente al 33,3%). Las diferencias son algo menores entre el porcentaje de iniciativas nuevas promovidas por hombres (54,5%) y las promovidas por mujeres (45,5%). Este patrón es similar en el caso de las iniciativas consolidadas, potenciales y abandonadas.

Tabla 4.1.

Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Hombre	62,4%	66,7%	54,5%	63,6%	55,6%	63,0%
Mujer	37,6%	33,3%	45,5%	36,4%	44,4%	37,0%

4.3. Edad

Tal y como muestra la Tabla 4.2, la edad media del emprendedor aragonés es de 39 años. Esta edad apenas varía en el caso de los emprendedores nacientes y nuevos, aunque los primeros (38,29 años) son ligeramente más jóvenes que los segundos (40,84 años). Si completamos el comentario con los emprendedores consolidados (45,61 años), potenciales (35,56 años) y que han abandonado (46,78) el patrón parece corresponderse con de una mayor edad conforme se van abordando las etapas más avanzadas del proceso emprendedor, con los emprendedores potenciales y aquellos que han abandonado en los dos extremos.

Tabla 4.2.

Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años)						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Años	39,29	38,29	40,84	45,61	35,56	46,78

La Tabla 4.3 parece confirmar las afirmaciones previas, ya que el grupo de edad comprendido entre los 35 y 44 años es el que tiene un mayor

Tabla 4.3.

Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (%)						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
18-24	5,9%	7,8%	3,0%	1,0%	21,1%	0,0%
25-34	23,5%	21,6%	27,3%	10,6%	27,0%	7,4%
35-44	44,7%	49,0%	36,4%	35,9%	30,9%	37,0%
45-54	16,5%	13,7%	21,2%	34,3%	15,1%	33,3%
55-64	9,4%	7,8%	12,1%	18,2%	5,9%	22,2%

peso en las nuevas iniciativas que se crean en la región (Tabla 4.3). Esta mayor importancia se da con independencia del tipo de emprendedor que estemos considerando, aunque los grupos de edad más jóvenes tienen un mayor protagonismo en las fases potencial, naciente y nueva, mientras que los de mayor edad parecen tener más relevancia en los casos del emprendedor consolidado y aquel que ha abandonado.

4.4. Nivel de estudios

Según se muestra en la Tabla 4.4, el nivel de estudios que predomina entre los emprendedores aragoneses es el de una titulación media y superior: formación profesional (25,3%) y universitaria (41%), de manera que entre ambos grupos aglutinan más de dos tercios de las nuevas iniciativas. Otro dato que merece destacarse es que la mayor parte de los ceses se produce entre emprendedores con formación primaria (42,9%). Este contraste pone de manifiesto la importancia de la educación en el proceso emprendedor y, en particular, en la supervivencia de las iniciativas emprendedoras. En línea con este argumento, las tasas de abandono son proporcionalmente menores para los emprendedores con formación secundaria, profesional y estudios universitarios.

Tabla 4.4.

Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Sin estudios	4,8%	6,0%	3,0%	5,6%	6,7%	0,0%
Primaria	20,5%	24,0%	15,2%	29,1%	25,6%	42,9%
Secundaria	8,4%	4,0%	15,2%	10,7%	12,5%	19,0%
FP	25,3%	16,0%	39,4%	25,5%	24,4%	19,0%
Universitarios	41,0%	50,0%	27,3%	29,0%	30,8%	19,0%

4.5. Posesión de formación específica para emprender

En 2013 se observa por primera vez que el porcentaje de emprendedores que manifiestan haber recibido formación específica para emprender es igual al que niega haber recibido dicha formación. Sin embargo, un análisis separado de los dos grupos de emprendedores incipientes que considera el informe pone de manifiesto algunos resultados de interés. En particular, mientras que aproximadamente dos de cada tres emprendedores nuevos (aquellos cuya empresa lleva menos de 42 meses ope-

rando) no han recibido ningún tipo de formación en la materia, la situación se invierte en el caso del emprendedor naciente (aquel que está dando los primeros pasos en la actividad, sin pagar todavía salarios ni obtener beneficios), grupo en el que un 56,9% sí ha recibido formación específica.

Tabla 4.5.

Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Sí	50,0%	56,9%	39,4%	37,9%	41,7%	51,9%
No	50,0%	43,1%	60,6%	62,1%	57,0%	48,1%

4.6. Nivel de renta anual

A continuación se analiza la distribución de los emprendedores entre los diferentes tramos de renta considerados en el estudio (véase la Tabla 4.6). No obstante, es importante apuntar que, al igual que ha ocurrido en otras ediciones, hay un porcentaje importante de emprendedores que no contesta a esta pregunta (en el entorno del 40%), lo que hace que los comentarios que se plantean a continuación deban valorarse con cierta cautela.

En general, los individuos que declaran estar implicados en la puesta en marcha de un negocio con menos de tres años y medio de antigüedad tienen un nivel de renta medio-bajo, de manera que los grupos más representados son los constituidos por los emprendedores con ingresos entre 10.000 y 30.000 euros (47,4%). Si analizamos por separado los porcentajes correspondientes a los emprendedores nacientes y nuevos, nos encontramos con que en el primer grupo de actores las frecuencias están muy distribuidas entre los cuatro grupos de renta comprendidos entre los 10.000 y los 60.000 euros (el más frecuente es de ingresos entre 30.001 y 40.000 euros). En el caso de los emprendedores nuevos, sin embargo, los rangos más frecuentes representan niveles de renta más bajos y varían entre los de menos de 10.000 y hasta 30.000 euros, con una mayor frecuencia para el grupo de ingresos entre 20.001 y 30.000 euros.

Tabla 4.6.

Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (%)						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
<10.000 €	10,2%	5,3%	19,0%	10,7%	25,0%	10,0%
10.000-20.000 €	23,7%	23,7%	23,8%	24,1%	36,5%	45,0%
20.001-30.000 €	23,7%	21,1%	28,6%	29,5%	21,9%	25,0%
30.001-40.000 €	18,6%	26,3%	4,8%	13,4%	8,3%	20,0%
40.000-60.000 €	16,9%	21,1%	9,5%	10,7%	4,2%	0,0%
60.001-100.000 €	5,1%	2,6%	9,5%	8,0%	4,2%	0,0%
>100.000 €	1,7%	0,0%	4,8%	3,6%	0,0%	0,0%

4.7. Tamaño del hogar (hábitat)

El estudio también trata de poner de manifiesto cuál es el tamaño más habitual de los hogares en los que residen los nuevos emprendedores. La Tabla 4.7 muestra que dicho tamaño es muy similar entre todos los emprendedores aragoneses con independencia del grado de madurez de su iniciativa y oscila entre las 3,15 personas de los emprendedores nuevos y las 3,51 de los emprendedores nacientes (la media para las actividades nuevas y nacientes es 3,37).

Tabla 4.7.

Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (número medio de personas)					
Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
3,37	3,51	3,15	3,40	3,38	3,23

4.8. Situación laboral

La Tabla 4.8 pone de manifiesto que la situación laboral que predomina entre los emprendedores es la de trabajador a tiempo completo, algo que resulta natural en el caso de los individuos que ya están gestionando su propia empresa. Entre los emprendedores nacientes es relativamente importante la proporción de desempleados, que suponen un 26% del total. Este porcentaje aumenta al 35,8% entre los que tienen en mente crear su propia empresa en un futuro próximo.

Tabla 4.8.

Situación laboral según la fase del proceso emprendedor (%)						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Tiempo completo	77,1%	68,0%	90,9%	98,0%	34,5%	50,0%
Tiempo parcial	4,8%	4,0%	6,1%	1,0%	8,8%	7,7%
Jubilación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	15,4%
Labores del hogar	1,2%	0,0%	3,0%	1,0%	3,4%	7,7%
Estudiante	1,2%	2,0%	0,0%	0,0%	10,9%	0,0%
En paro/otra	15,7%	26,0%	0,0%	0,0%	35,8%	19,2%

4.9. Origen

Por último, este capítulo trata de comprobar si existen diferencias importantes entre la propensión emprendedora de los españoles que residen en Aragón y los que proceden de otros países. En este sentido, tal como pone de manifiesto la Tabla 4.9, el porcentaje de extranjeros emprendedores (6%) es sustancialmente inferior al porcentaje de españoles (94%), si consideramos a los emprendedores nuevos y nacientes. No sólo eso, sino que los emprendedores extranjeros tienen una menor importancia que la que les correspondería en virtud de su presencia relativa dentro de la población aragonesa (el 14,8% según los datos del último padrón, de enero de 2013). A pesar de todo, esta cifra es coherente con las publicadas en los informes correspondientes a los años previos y resulta algo superior a la registrada en 2012.

Tabla 4.9.

Origen según la fase del proceso emprendedor						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Español	94,0%	92,0%	97,0%	97,5%	90,0%	96,3%
Extranjero	6,0%	8,0%	3,0%	2,5%	10,0%	3,7%

4.10. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2013

Para terminar, a continuación se recoge una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2013 y que se deriva directamente de la información proporcionada a lo largo de este capítulo (Tabla 4.10). Como se ha comentado, los rasgos predominantes son los de individuo varón, con 39 años de edad, nivel de estudios medio (FP), de origen español y en activo, entre otras características.

Tabla 4.10.

Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2013

	Emprendedor incipiente (TEA)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Sexo	H: 62,4% M: 37,6%	H: 66,7% M: 33,3%	H: 54,5% M: 45,5%	H: 63,6% M: 36,4%	H: 55,6% M: 44,4%	H: 63,0% M: 37,0%
Edad	39 años	38 años	40 años	46 años	36 años	46 años
Nivel de estudios mayoritario	FP	FP	Secundaria	Secundaria	Secundaria	Primaria
Formación específica para emprender	50,0%	56,9%	39,4%	37,9%	41,7%	51,9%
Nivel de renta media (euros)	10.000-30.000	30.001-40.000	20.001-30.000	20.001-30.000	10.000-20.000	10.000-20.000
Tamaño del hogar	3,37	3,51	3,15	3,40	3,38	3,23
Situación laboral	Activa	Activa	Activa	Activa	Desempleado	Activa
Origen español	94,0%	92,0%	97,0%	97,5%	90,0%	96,3%



CAPÍTULO 5

**LA FINANCIACIÓN DEL PROCESO
EMPRENDEDOR EN ARAGÓN**

5.1. Introducción

La financiación es uno de los aspectos del entorno que más influye en la magnitud y características de la actividad emprendedora. Si bien se trata de un elemento clave en cualquier contexto y momento del tiempo, resulta especialmente relevante si consideramos la crisis financiera que ha venido afectando a la economía española durante estos últimos años. De hecho, una de las principales preocupaciones de las empresas españolas a lo largo del año 2013 ha sido el acceso a la financiación⁴ y no cabe duda de que las iniciativas emprendedoras no son ajenas a la misma. La dificultad de acceder a financiación ajena complica el acceso al capital por parte de los emprendedores, lo que en último término condiciona la puesta en marcha de la empresa o, como mínimo, la ambición de sus propuestas.

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

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

Tal y como se muestra en la Tabla 5.1, las iniciativas nacientes puestas en marcha durante 2013 necesitaron una media de capital semilla de 59.949 euros, frente a los 66.273 euros de 2012, lo que supone un des-

⁴ Véase, por ejemplo, el documento de trabajo de los servicios de la Comisión Europea sobre la "Evaluación del programa nacional de reforma y del programa de estabilidad de España para 2012", disponible en http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/nd/swd2012_spain_es.pdf.

censo de casi un 11%. En todo caso, este valor medio puede verse fuertemente afectado por la existencia de casos extremos, por lo que seguramente la mediana de la distribución es mejor indicador del capital necesario para poner en marcha un negocio. En este sentido, la inversión mediana ascendió a 19.963 euros, lo que supone un importante ascenso en relación con los casi 10.500 euros de inversión de 2012. En todo caso, la situación económico-financiera hace que en general las iniciativas sean mucho menos ambiciosas que las de los últimos años.

Tabla 5.1.

Características y distribución del capital semilla en 2013						
	Capital semilla necesario por start-up (euros)		Capital semilla aportado por el emprendedor (euros)		Capital semilla aportado por el emprendedor (% sobre total)	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Media	59.949	66.273	17.729	12.202	51,9	66,2
Mediana	19.963	10.494	14.998	7.483	50,0	72,1
Moda	20.000	1.000	2.000	1.000	100	100
Desv. típica	113.995	168.991	19.180	14.314	33,3	36,5
Mínimo	1.000	0	0	0	0	0
Máximo	600.000	700.000	70.000	300.000	100	100

Por lo que respecta al capital que aporta el propio emprendedor, éste es, en mediana, de 14.998 euros (la media asciende en este caso a 17.729 euros), observándose un ascenso en relación con el año precedente, si bien es cierto que hay casos concretos en los que la inversión que realiza el emprendedor es mucho más importante (70.000 euros en el caso más extremo). No obstante, es importante destacar en este punto que en el último año se observa que la variabilidad en la aportación que realiza el emprendedor aumenta en un 34% (la desviación típica pasa de 14.314 a 19.180) y que la inversión más habitual se sitúa en tan sólo 2.000 euros.

Resulta también interesante observar que los emprendedores aragoneses que recurren a financiación externa están aportando, por término medio, el 52% del capital necesario, un porcentaje menor al de 2012, cuando asumían el 66,2% de la inversión. No obstante, en 2013 un 36% del colectivo asume toda la inversión necesaria. Este porcentaje, aunque es inferior al de 2012 (42%), continúa poniendo de manifiesto la dificultad que tienen los emprendedores para acceder a fuentes de financiación. Respecto a quienes no aportan el 100% del capital, asumen en torno al 33% del importe necesario, cifra muy similar a la estimada el año anterior.

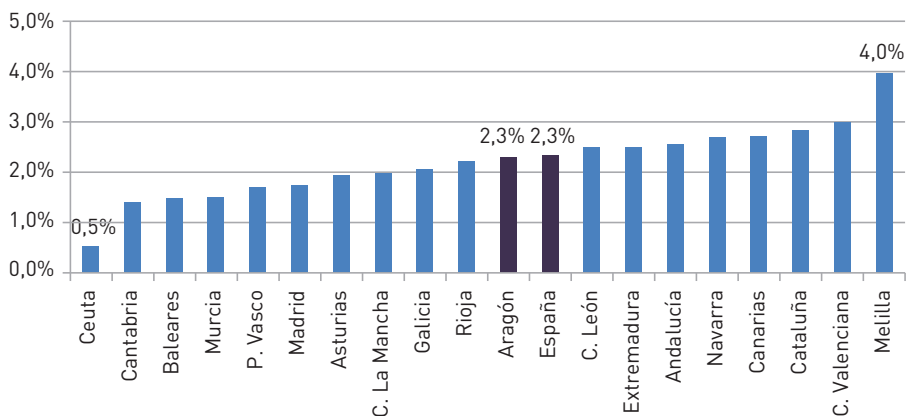
5.3. El papel del inversor informal en Aragón y en el entorno GEM

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

La Figura 5.1 recoge la importancia que tiene el inversor informal en la financiación de los proyectos emprendedores. En ella se observa como las cifras que valoran su importancia oscilan entre el 4,0% de Melilla y Cataluña y el 0,5% de Ceuta. En el caso de Aragón, un 2,3% de la población adulta ha actuado en 2013 como inversor privado en negocios de otros en los que no tienen participación alguna en su propiedad. El indicador ha disminuido un 38% respecto al de 2012 donde este porcentaje ascendía al 3,7%, posiblemente debido al incremento de la aversión al riesgo que se deriva de la mala coyuntura económica. Esta disminución no es exclusiva de nuestra Comunidad Autónoma. De hecho, un análisis del valor que adopta este indicador en España muestra idéntica evolución, al pasar del 3,8% al 2,3%.

Figura 5.1

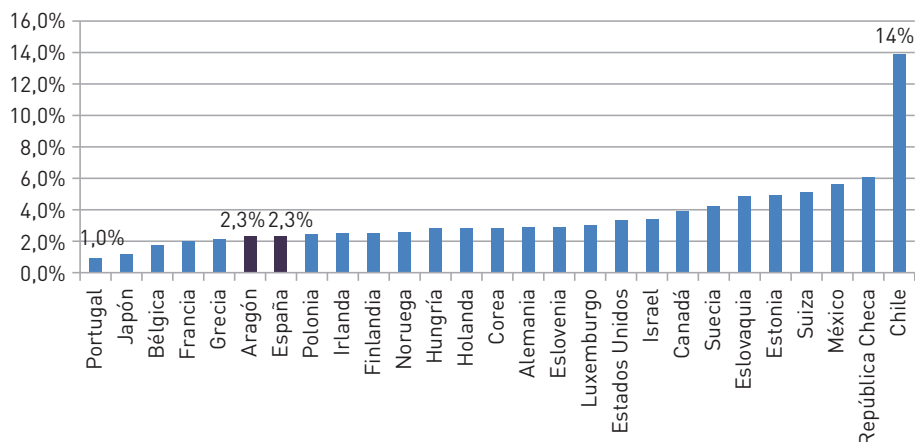
Importancia del inversor informal: regiones españolas



Si se analiza el fenómeno en el contexto de la OCDE (Figura 5.2), la importancia de la inversión informal en Aragón se encuentra claramente por debajo de la media. Chile, República Checa, Méjico o Suiza son los países con mayor proporción de inversión privada y Portugal el que presenta una menor participación de la población en este canal de financiación, con sólo un 1%.

Figura 5.2

Importancia del inversor informal: países OCDE



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

En este último apartado se analizan las características más destacables de los inversores privados en negocios ajenos. El inversor informal en Aragón puede ser con una probabilidad similar un hombre (51,5%) o una mujer (48,5%). La edad media del inversor privado es de unos 41 años de edad, con estudios de nivel medio (37,7% de los casos) y sin formación específica para emprender (70%), que trabaja a tiempo completo o parcial (58,8%) y que vive en un hogar medio de 3 personas. Entre sus planes a corto plazo no está incluido el de emprender y, además, no percibe buenas oportunidades para ello en los próximos seis meses en su zona, no tiene las habilidades y conocimientos necesarios para poner en marcha un negocio y el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender. Un 4,2% de estos inversores está involucrado en su propia iniciativa emprendedora incipiente y un 9,9% es empresario consolidado. El 95,9% de estos inversores es español, mientras que el 4,1% son extranjeros. El 25,6% vive en el medio rural y el 74,4% restante en entornos urbanos.

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

El número de hombres y mujeres
es muy similar

31,5% tiene estudios de nivel bajo
37,7% tiene estudios de nivel medio
30,2% tiene estudios superiores

Edad media de 41,20 años
con una desviación típica de 12,7

Corresponden a un hogar medio
de 3,27 personas

Situación laboral activa 58,8%
Otro caso 41,2%

El 30,0% tiene formación específica
para emprender

El 7,8% es emprendedor potencial

El 4,2% está involucrado
en una iniciativa emprendedora

El 9,9% es propietario o participa
en una empresa consolidada

El 39,1 % con rentas pertenecientes
al tercio inferior

Tiene habilidades y experiencia
para emprender el 48,7%

Ve buenas oportunidades el 14,4%

Vive en el entorno rural el 25,6%

El 48,8% no teme al fracaso

El 95,9% es español

En cuanto a la comparación del perfil del inversor privado aragonés entre 2012 y 2013, las principales cuestiones a destacar son las siguientes:

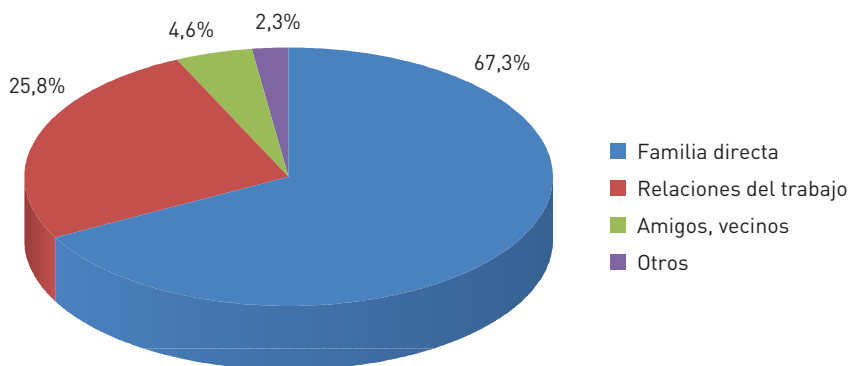
- Se mantiene la participación femenina en este colectivo.
- Disminuye la edad media en casi cuatro años, que pasa de 44,8 en 2012 a 41,20 años en 2013.
- Disminuye la proporción de personas con estudios superiores y se incrementa la de personas con estudios medios.
- Disminuye la presencia de emprendedores y también la de empresarios consolidados.

- Disminuye casi en un 36% la proporción de inversores que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos meses en su zona.
- Disminuye en un 31% la presencia de inversores con habilidades y conocimientos para emprender.
- Disminuye en un 22% el porcentaje de inversores que no temen al fracaso.
- Disminuye el porcentaje de emprendedores potenciales.

La relación del inversor privado con el beneficiario de su inversión, que se puede observar en la Figura 5.3, es predominantemente de tipo familiar (67,3% de los casos), de forma que la presencia de esta fórmula ha aumentado 15 puntos porcentuales con respecto al año 2012. En cambio, disminuye ligeramente la implicación de amigos y vecinos.

Figura 5.3.

Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión



En cuanto a los importes aportados, la inversión media que realizan las personas involucradas en la financiación de negocios ajenos es de unos 20.015 euros, pero este dato está afectado por casos atípicos, por lo que resulta más representativa la mediana de 6.477 euros (500 euros por debajo de la observada en 2012). La moda o inversión más frecuente es haber proporcionado 6.000 euros (la cifra duplica a la de 2012).



CAPÍTULO 6
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
EN FUNCIÓN DEL GÉNERO

6.1. Introducción

El objetivo de este capítulo es analizar la actividad emprendedora en función del género. En particular, uno de los aspectos que llaman la atención es el análisis del papel de la mujer como emprendedora. Tradicionalmente, su estudio ha sido muy escaso, ya que el número de empresas creadas por estas era relativamente reducido. Sin embargo, en los últimos años la contribución femenina a la actividad emprendedora ha seguido una tendencia creciente, según se refleja en los estudios de investigación españoles realizados sobre creación de empresas. El informe GEM España se hace eco de esta tendencia y, desde el año 2002, dedica un capítulo específico a este colectivo. Este planteamiento también se adopta en el informe GEM Aragón, de manera que este capítulo trata de profundizar en las características específicas del colectivo emprendedor femenino en la Comunidad, así como en las posibles diferencias en relación con el resto de regiones y países que participan en el Proyecto GEM.

El siguiente apartado presenta la actividad emprendedora femenina en Aragón en el contexto regional y en el de los países de la OCDE. Después se compara ésta con la masculina. En tercer lugar se caracteriza el perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora aragonesa, para acabar analizando los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población de Aragón y las opiniones de los expertos sobre el apoyo que se presta a la mujer emprendedora.

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

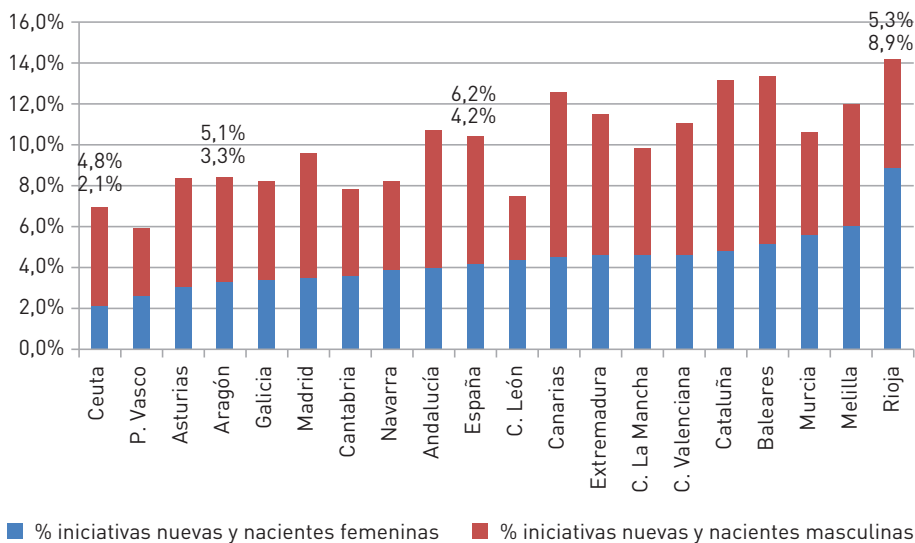
El primer resultado de interés respecto de la actividad emprendedora femenina se refiere al análisis comparativo del índice TEA, tanto entre comunidades autónomas como entre países.⁵ En la Figura 6.1 se ob-

⁵ La escala correspondiente al eje de ordenadas en los gráficos 6.1 a 6.4 no es directamente comparable con la utilizada en el cálculo del índice TEA en los capítulos precedentes. En esta sección la tasa de actividad emprendedora femenina (porcentaje de mujeres emprendedoras sobre el total de mujeres en la muestra) se superpone a la masculina (definida de modo análogo), por lo que el valor del eje es, aproximadamente, el doble del que recoge la TEA total.

serva que Aragón alcanza una tasa de iniciativa empresarial femenina del 3,3%, algo menos de un punto por debajo de los datos de 2012 (4,1%). Si comparamos la posición de Aragón con el promedio del país, nuestra Comunidad se sitúa por debajo de la media (3,3% frente a 4,2%). Al poner en contexto la posición de Aragón con la del resto de Comunidades Autónomas, observamos que en este ejercicio Aragón presenta una de las tasas de emprendimiento femenino más bajas, únicamente por encima de Ceuta, País Vasco y Asturias. En el extremo opuesto, los niveles más elevados se dan en La Rioja, donde un 8,9% de las mujeres son emprendedoras incipientes, y Melilla, donde las mujeres emprendedoras representan el 6,1% sobre el total de población femenina. Esta situación contrasta con la que se obtuvo en el informe de 2012, donde Aragón ocupaba una posición intermedia.

Figura 6.1.

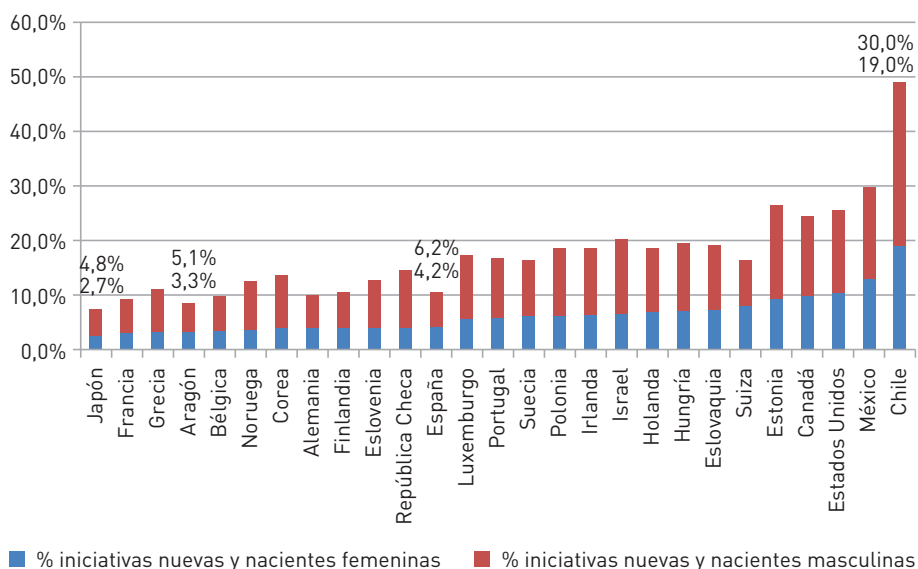
Actividad emprendedora incipiente (naciente y nueva) en función del género a nivel regional



Cuando el análisis comparativo se hace en relación con los países de la OCDE (Figura 6.2), se observa como la tasa de actividad femenina de Aragón es también de las más bajas. En este caso, Chile y México son los países que presentan mayores tasas de emprendimiento femenino, mientras que en el polo opuesto se sitúan Japón y Francia.

Figura 6.2.

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

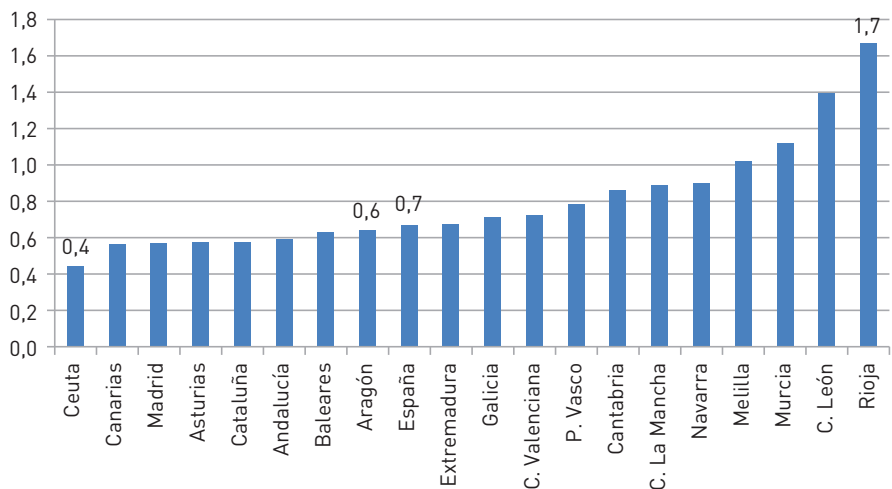


La Figura 6.3 muestra la ratio entre la tasa de actividad emprendedora femenina y la masculina en las diferentes comunidades autónomas, que para Aragón arroja un valor de 0,6.⁶ Esta ratio es ligeramente inferior al promedio nacional (0,7) y superior al valor alcanzado en Comunidades como Madrid, Cataluña y Andalucía. En todo caso, conviene destacar que la situación de la Comunidad ha empeorado con respecto al año anterior, cuando el valor de este indicador fue de 0,8.

⁶ Un valor de esta ratio superior a la unidad significa que la actividad emprendedora femenina es superior a la masculina y lo contrario si es inferior. Cuanto más elevado sea el valor del indicador, mayor será la propensión emprendedora de las mujeres con respecto a la de los hombres.

Figura 6.3.

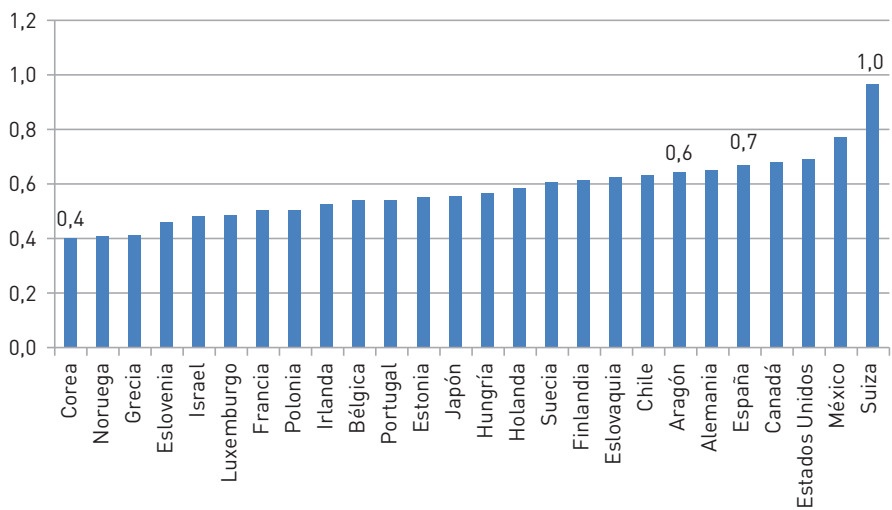
Ratio de actividad femenina sobre masculina a nivel regional



Sin embargo, si situamos Aragón en el marco de los países de la OCDE (Figura 6.4), la Comunidad presenta una posición destacada en lo que se refiere a la importancia relativa de la mujer emprendedora, lo que pone de manifiesto que, en general, los niveles de emprendimiento femenino en los países desarrollados son todavía bajos. La posición de Aragón en este contexto es mejor que la de países como Noruega, Francia Bélgica, Finlandia, Suecia o Japón.

Figura 6.4.

Ratio de actividad femenina sobre masculina en la OCDE



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

El objetivo de este apartado es caracterizar las actividades emprendedoras realizadas por mujeres y compararlas con las masculinas. Tal como se ha indicado anteriormente, las mujeres promueven aproximadamente 4 de cada 10 nuevas iniciativas (en concreto el 37,6% del total). La Tabla 6.1 profundiza en este dato, tratando de identificar si existen diferencias por género según el tipo de iniciativa. En ella se observa que Çvas nacientes (dos tercios del total) mientras que en las nuevas la situación es más pareja ya que la participación femenina se eleva al 45,5%. Esta situación contrasta con la observada en 2012, donde las mujeres promovían algo más de la mitad de proyectos más incipientes (el 51,4%) y sólo un 37% de los nuevos.

Tabla 6.1

Tipo de iniciativas en fase emprendedora en función del género			
TIPO DE INICIATIVAS	GENERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Nacientes	66,7%	33,3%	100%
Nuevas	54,5%	45,5%	100%
Total	62,4%	37,6%	100%

En cuanto a la dimensión de las iniciativas (Tabla 6.2), el número medio de propietarios de las iniciativas promovidas por hombres es ligeramente superior al de las promovidas por mujeres, aunque las diferencias observadas no resultan estadísticamente significativas ($p=0,515 > 0,05$). En cuanto al número de personas empleadas, la observación de la Tabla 6.3 permite afirmar que el número de trabajadores difiere ligeramente en los proyectos liderados por uno u otro colectivo. La iniciativa masculina tiende a crear mayor número de puestos de trabajo en la categoría de 6 a 19 empleados mientras que, en términos relativos, la iniciativa femenina supera a la masculina en la creación de puestos de trabajo en la categoría de 1 a 5 empleados, así como en el autoempleo. En todo caso, y en línea con los resultados anteriores, estas diferencias no resultan estadísticamente significativas ($p = 0,529 > 0,025$).

Tabla 6.2.

Número de propietarios en función del género			
NÚMERO DE PROPIETARIOS	GENERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Media de propietarios	2,00	1,78	1,92

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

NÚMERO DE EMPLEADOS	GENERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Sin empleados	42,2%	50%	47,8%
1-5 empleados	38,5%	45%	41,3%
6-19 empleados	15,4%	5,0%	10,9%
20 o más empleados	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	100%	100%	100%

En la Tabla 6.4 se recoge la previsión de empleo que se espera alcanzar una vez transcurridos cinco años. En ella se observa una situación similar a la actual. Mientras que el colectivo femenino ocupa una posición dominante en las iniciativas sin empleados o con un número de empleados que oscila entre 1 y 5, comparativamente el colectivo masculino destaca en la categoría de 6 a 19 empleados. Merece ser destacado el aumento esperado en el número de empleados de las iniciativas masculinas que cuentan con más de 20 trabajadores (11,9%) y en las de la categoría 6-19 empleados (21,4%).

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

NÚMERO DE EMPLEADOS	GENERO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Sin empleados	35,7%	48,0%	40,3%
1-5 empleados	31,0%	44,0%	35,8%
6-19 empleados	21,4%	8,0%	16,4%
20 o más empleados	11,9%	0,0%	7,5%
TOTAL	100%	100%	100%

Los datos disponibles sobre Aragón también permiten extraer conclusiones en cuanto a otras características de las iniciativas emprendedoras. En primer lugar, no se observan diferencias significativas por razón del género en cuanto al sector escogido para emprender: extractivo, transformador, servicios y orientado al consumo ($p = 0,051 > 0,025$). En segundo lugar, no se observan diferencias significativas en el grado de innovación en producto o servicio ($p=0,981 > 0,025$), en el grado de competencia que afrontan las iniciativas ($p=0,142 > 0,025$), ni tampoco en el uso de nuevas tecnologías ($p=0,719 > 0,025$). Tampoco se observan dife-

rencias en la proporción de iniciativas emprendedoras en sectores de base tecnológica ($p=0,853 >0,025$), ni en el grado de internacionalización ($p=0,162 >0,025$). Es decir, podríamos apuntar que, en términos generales se puede concluir que las actividades emprendedoras promovidas por emprendedores de ambos sexos en Aragón son muy parecidas en cuanto a sus características generales, sin que se puedan advertir desigualdades relevantes por razón de género.

6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora aragonesa

En las investigaciones académicas realizadas en las últimas décadas se ha intentado delimitar el perfil de la mujer emprendedora en términos socio-demográficos. La conclusión es que no existen diferencias significativas entre las características de hombres y mujeres emprendedoras con la única excepción del nivel de renta, ya que cuando se analiza esta dimensión, los hombres tienden a concentrarse en estratos de renta superiores al de las mujeres. No es este, sin embargo, el patrón que se observa en la Comunidad en el año 2013, ya que las diferencias detectadas no resultan estadísticamente significativas. Este resultado contrasta con el obtenido en 2012, cuando los hombres emprendedores disponían, en promedio, de ingresos superiores.

En la síntesis que aparece a continuación se resumen los datos obtenidos al comparar las características socio-demográficas de hombres y mujeres emprendedoras en Aragón en 2013.

En 2013 la mujer emprendedora aragonesa tiene una edad media de 37,31 años, ligeramente inferior a la del hombre (40,49 años). La diferencia en la edad de ambos colectivos no es estadísticamente significativa ($p=0,153 >0,05$).

No se producen diferencias significativas en cuanto al nivel de educación en 2013 por razón del género ($p=0,073 >0,025$).

Tampoco se producen diferencias significativas para el nivel de renta en 2013 en función del género ($p=0,458 <0,025$)

En 2013, tanto las mujeres como los hombres emprendedores viven en un hogar de tamaño medio ligeramente superior a los 3 miembros, sin que se produzcan diferencias significativas en esta dimensión ($p=0,259 >0,05$).

Entre las personas que reconocen haber recibido algún tipo de formación relacionada con la puesta en marcha de un negocio (la mitad de los encuestados), 53,8% son hombres y 43,8% mujeres. No existen diferencias significativas a este respecto ($p=0,250 >0,025$)

En 2013 las mujeres aragonesas, al igual que los hombres, son principalmente de nacionalidad español. Entre el 94% de los españoles que ha puesto en marcha una iniciativa, 98,1% son hombres y 87,5% son mujeres.

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

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

De la comparación de las Tablas 6.5 y 6.6 se desprende que los empresarios, independientemente del género, conocen en mayor proporción que la población no empresaria a personas que han puesto en marcha alguna iniciativa emprendedora en los últimos dos años. Además, parecen poseer mayores conocimientos, habilidades y experiencias para poner en marcha una empresa. Por otra parte, la población residente en Aragón, independientemente del género y de si realiza una actividad emprendedora o no, mantiene percepciones similares en cuanto a la capacidad para ver buenas oportunidades para emprender, aunque los hombres no empresarios parecen tener una visión más favorable que las mujeres sin actividad empresarial. También son similares las opiniones de hombres y mujeres sobre la cuestión de si la actividad emprendedora es una buena opción profesional, sobre si los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus y en relación a la buena cobertura sobre las actividades emprendedoras en Aragón que realizan los medios de comunicación (aunque si existen diferencias en todos estos aspectos entre la población aragonesa no empresaria y la empresarial).

Los resultados que se detallan en las Tablas 6.5 y 6.6 apuntan también que, salvo pequeñas excepciones, no existen grandes diferencias entre hombres y mujeres respecto a las opiniones sobre los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora, tanto por parte de la población no empresarial como por parte de los empresarios. Destacar que entre la población no emprendedora los hombres parecen tener una red social emprendedora más amplia que las mujeres, son más positivos respecto a las oportunidades para emprender, parecen estar

mejor preparados y el miedo al fracaso también parece ser menor para ellos.

Tabla 6.5.

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

Preguntas	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	31,4%	25,3%	Hay diferencias relevantes entre las redes sociales de hombres y mujeres (p=0,003)
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	16,2%	12,4%	Los hombres ven mejores oportunidades para emprender (p=0,025)
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	53,1%	43,8%	Proporcionalmente, los hombres parecen más preparados para emprender (p=0,000)
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	46,1%	56,6%	El miedo al fracaso es superior en el colectivo femenino (p=0,000)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	77,1%	78,6%	No existen diferencias en la opinión entre hombres y mujeres (p=0,465)
Emprender se considera una buena opción profesional	54,4%	58,8%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,154)
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	54,9%	52,6%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,330)
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	49,1%	45,9%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,178)

Si comparamos estos datos con los que obteníamos en el ejercicio anterior, cabe reseñar que la opinión de la población aragonesa no em-

presaria en cuanto a la posición de éxito que alcanza un emprendedor ha empeorado considerablemente, ya que en 2012 manifestaban una opinión favorable el 64,9% de los hombres y el 63,1% de las mujeres, lo que representa una reducción en torno a diez puntos porcentuales para ambos sexos. Algo similar sucede con la población aragonesa de empresarios.

Tabla 6.6.

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

Preguntas	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	48,3%	40,6%	No hay diferencias relevantes entre las redes sociales de hombres y mujeres (p=0,257)
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	17,2%	16,7%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres (p=1,000)
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	84,8%	80,0%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres (p=0,319)
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	39,7%	45,6%	La opinión es muy similar entre hombres y mujeres (p=0,378)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	77,2%	84,1%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,250)
Emprender se considera una buena opción profesional	51,2%	54,3%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,698)
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	49,4%	51,0%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,898)
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	54,4%	50,5%	La opinión es similar entre hombres y mujeres (p=0,607)

6.6. El estado del entorno para la actividad emprendedora femenina

La encuesta realizada a los expertos españoles que participan en el proyecto GEM pretende, entre otras cosas, conocer su opinión acerca del grado de apoyo a la actividad emprendedora femenina, tanto a nivel cultural como institucional. La información que ofrecen estos datos es importante, ya que una parte del debate sobre las políticas públicas se ha centrado en la cuestión de cómo estimular la actividad emprendedora y, desde hace unos años, cómo apoyar el desarrollo y crecimiento de las empresas lideradas por mujeres. La Tabla 6.7, que recoge el promedio de la valoración de dichos expertos a varias de las afirmaciones relacionadas con este tema, muestra que, en general, las mujeres en Aragón parecen tener un nivel aceptable de apoyo social para emprender un negocio y, lo que es más importante, la percepción sobre este fenómeno ha mejorado en los dos últimos años. En 2013, la pregunta que recibe menor puntuación es la referida a la suficiencia de los servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan conciliar la vida laboral y fami-

Tabla 6.7.

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

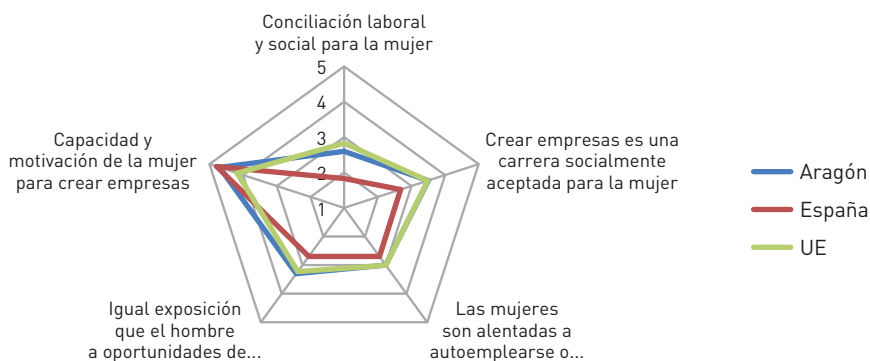
Afirmación	Promedio de valoración de los expertos (1=completamente falso – 5=completamente cierto)		
	2013	2012	2011
En mi país, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después haber fundado una familia	2,6	2,5	2,4
En mi país, crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer.	3,5	3,3	3,0
En mi país, las mujeres son alentadas a ser auto-empleadas o a crear una empresa	3,0	2,9	3,0
En mi país, las mujeres son expuestas a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres	3,3	3,5	3,3
En mi país, las mujeres tienen la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa	4,7	4,4	4,5

liar (lo mismo sucedía en 2012). Por su parte, los expertos se muestran razonablemente de acuerdo con la idea de que las mujeres son alentadas a ser auto empleadas o a crear una empresa, valorando esta condición del entorno con una puntuación media de 3,0 (en 2012, era del 2,88, lo que supone un ligero aumento). Por el contrario, la afirmación que recibe más apoyo por parte de los expertos, con una valoración superior a la de 2012, es la referida a la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa por parte de las mujeres, de la que prácticamente todos los expertos consultados se muestran convencidos.

Para finalizar, la figura 6.8 recoge la valoración de los expertos aragoneses de forma comparativa a la otorgada en España y en el resto de países de la UE. De la observación de dicha figura se puede afirmar que, al igual que en 2012, las condiciones en Aragón para apoyar el emprendimiento femenino se aproximan en gran medida a la media del resto de países desarrollados. El aspecto más puntuado es la capacidad y motivación de la mujer aragonesa para crear empresas, bien valorada en una escala de cinco puntos. Las valoraciones medias acerca de la aceptación social del emprendimiento femenino como carrera profesional, de las medidas que reciben las mujeres para convertirse en emprendedoras y de la igualdad de exposición del hombre y la mujer a las oportunidades de negocio rozan las medias de los países de la UE, quedando por encima de la media española. Finalmente, el aspecto en el que Aragón debe trabajar más para equipararse a la situación de los países más desarrollados es el de conciliación de la vida profesional y personal, desarrollando servicios y recursos que faciliten este punto. Este resultado coincide con el obtenido en 2012, lo que implica que es una asignatura pendiente en nuestra Comunidad y que no se ha producido ninguna mejora en este tiempo.

Tabla 6.8.

Posición de Aragón, frente al resto de comunidades autónomas y países de la UE respecto al contexto en que se desarrolla el emprendimiento femenino en 2013





CAPÍTULO 7

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

7.1. Introducción

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

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

El objetivo de este capítulo es analizar los principales motivos que llevan al emprendedor a crear una empresa. Para ello, se utilizan de manera conjunta tanto las opiniones facilitadas por la población activa aragonesa como por los expertos. A la luz de los datos, podremos ver que la percepción sobre las oportunidades para crear empresas en Aragón es razonablemente positiva si la comparamos con la media nacional y sobre todo cuando se presta atención a las opiniones expresadas por los expertos entrevistados. Sin embargo, la Comunidad ocupa una po-

sición más discreta si la comparación se realiza en relación con el resto de países que integran la muestra. También son positivos los resultados que hacen referencia a la opinión de la población y de los expertos respecto a la apreciación social de la actividad de creación de empresas.

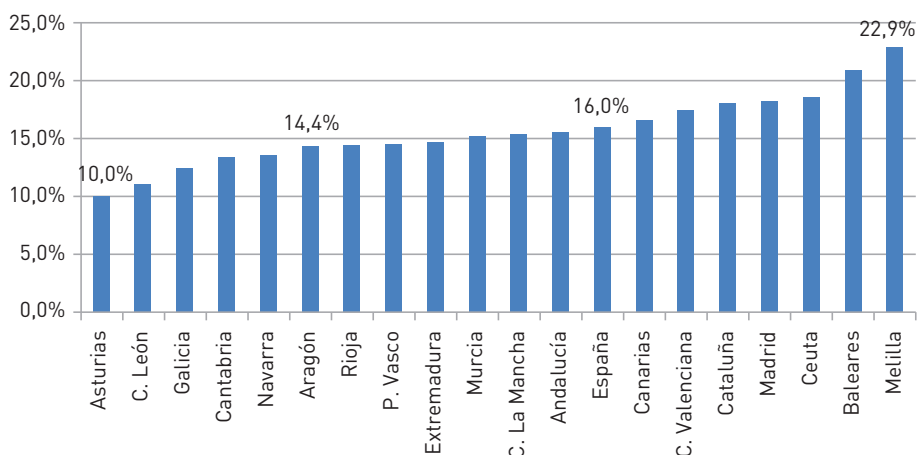
7.2. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón

El objetivo de este apartado es valorar la percepción sobre las oportunidades para crear empresas en Aragón. Un primer dato muestra que el porcentaje de personas entre 18 y 64 años que percibía buenas oportunidades para emprender durante 2013 (Figura 7.1) fue del 14,4%. Esta cifra es 1,2 puntos porcentuales inferior a la del año 2012 (15,6%) y también es 1,6 puntos inferior a la media nacional (16%). Después de varios años de crisis económica, estos datos pueden ser un indicador de las mayores dificultades de la población aragonesa para identificar buenas oportunidades para crear empresas.

La Figura 7.1 permite, además, comparar nuestra comunidad con el conjunto de regiones españolas. Como se puede observar, la percepción de buenas oportunidades para emprender en Aragón es superior a la de comunidades como Asturias, Castilla y León, Cantabria, Galicia y Navarra. Es importante destacar que, en este caso, las diferencias entre regiones son elevadas, superando los 12 puntos porcentuales si hacemos referencia a los extremos de la distribución (Asturias y Melilla).

Figura 7.1.

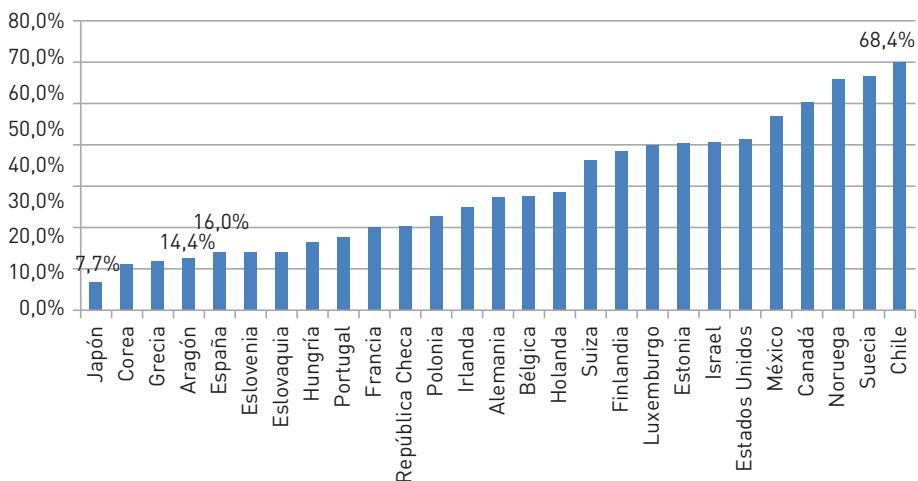
Comparación regional del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región



A nivel internacional, Aragón se posiciona comparativamente en los mismos niveles que el año 2012. La Figura 7.2 muestra los datos de nuestra Comunidad junto con los de los países miembros de la OCDE. En este análisis, Aragón se sitúa únicamente por delante de Japón, Corea y Grecia y, como puede observarse, por debajo de la media de España. En esta comparación, cabe destacar que los países que ocupan los primeros puestos de la clasificación son Chile y Suecia. Además, es importante poner de manifiesto la enorme disparidad existente entre países, de manera que entre los dos extremos de la clasificación (Chile y Japón) hay más de 60 puntos porcentuales de diferencia.

Figura 7.2.

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



De modo complementario a la información proporcionada por la población aragonesa, la muestra de expertos seleccionada manifiesta su opinión acerca de las oportunidades que perciben para emprender en Aragón (Tabla 7.1). Si entramos en los detalles, la mayor puntuación surge al considerar la existencia de “buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas”. Los expertos se muestran más críticos con las facilidades que existen a la hora de explotar las posibles oportunidades empresariales y las oportunidades para crear empresas de crecimiento rápido. Estas valoraciones son algo más altas que las del pasado año con respecto a cada una de las afirmaciones relativas a la existencia de oportunidades para emprender, con la excepción de las facilidades para explotar oportunidades empresariales.

Tabla 7.1.**Valoración media de los expertos acerca de un conjunto de afirmaciones sobre la existencia de oportunidades para emprender en Aragón**

1 = completamente falso a 5 = completamente cierto	ARAGÓN
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,08
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente para explotarlas	2,97
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,79
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,38
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	1,98

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

Además de las oportunidades para emprender, el observatorio GEM recoge información sobre el entorno social en el que el emprendedor desarrolla su actividad, así como sobre su capacidad para emprender. La Tabla 7.2 muestra el porcentaje de población entre 18 y 64 años que respondió afirmativamente a las cuestiones planteadas. De la observación de dicha Tabla se puede concluir que aproximadamente un tercio de la población aragonesa conoce a un emprendedor. Además, en torno al 50% de los encuestados considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un negocio (47,1%), que el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender (49,8%), que poner en marcha un negocio es una buena elección profesional (51,7%) y que triunfar gracias a un negocio propio proporciona un buen estatus social (50,4%). Un 44,4% considera que los medios de comunicación proporcionan una buena cobertura a los nuevos empresarios y un 71,9% están a favor de que todo el mundo tenga un nivel de vida similar. En general, de la información que se recoge en la Tabla 7.2 se desprende que la población aragonesa tiene una opinión favorable respecto a la actividad emprendedora. En cuanto a la evolución de estas valoraciones, los porcentajes presentados en la tabla son similares a los del 2012, aunque algo más bajos. Es de destacar el cambio de tendencia en la percepción que se tiene sobre el buen estatus social que proporciona poner en marcha un nuevo negocio, que baja en 13,7 puntos.

La información proporcionada en esta sección se completa con la opinión del panel de expertos acerca de los factores que influyen en la motivación para emprender y que se sintetiza en la Tabla 7.3. Los resultados

Tabla 7.2.

Entorno social: la motivación para emprender en la población aragonesa (porcentaje de respuestas afirmativas, 2013)

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	ARAGÓN
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	28,2
Tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha una iniciativa de negocio pequeña	47,1
El miedo al fracaso NO sería un obstáculo para emprender	49,8
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	71,9
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	51,7
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	50,4
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	44,4

que se obtienen dibujan un panorama que podría calificarse como favorable. En la opinión de los expertos consultados es relativamente frecuente ver noticias sobre empresarios de éxito en los medios de comunicación (3,44), los empresarios gozan de gran reconocimiento social (3,18) y la opinión pública considera a los empresarios como personas competentes e ingeniosas (3,08). A pesar de todo, los expertos aragoneses ofrecen puntuaciones más bajas sobre la idea de que el empresario no es necesariamente una opción profesional deseable (sólo 2,54 en una escala de cinco puntos), y sobre que la creación de empresas no implica necesariamente hacerse rico (2,80 en una escala de 5 puntos).

Tabla 7.3.

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

1 = completamente falso a 5 = completamente cierto	ARAGÓN
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,44
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,18
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,08
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,80
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,54

Finalmente, la Tabla 7.4 recoge la valoración de los expertos consultados sobre la capacidad de nuestra población para emprender nuevas actividades. En este caso, las opiniones no resultan tan favorables. Éstos no consideran que exista mucha gente preparada para la actividad emprendedora, ni con la experiencia, conocimientos y habilidades suficientes (todos los ítems considerados reciben una valoración muy baja). Especialmente preocupante resulta la respuesta a la pregunta *“Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento”*, ya que sólo recibe una valoración de 1,77 sobre 5. Estas puntuaciones son similares a las del año anterior. Esta preocupación parece tener respuesta en los programas de fomento a competencias de emprendimiento impulsadas desde las distintas instituciones de la Comunidad, aunque es importante tener en cuenta que los efectos de este tipo de medidas sólo se pondrán de manifiesto a largo plazo.

Tabla 7.4.

Evaluación media de expertos aragoneses sobre la capacidad que tiene nuestra población para emprender	
1 = completamente falso a 5 = completamente cierto	ARAGÓN
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,41
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,33
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,26
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	1,90
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,77

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

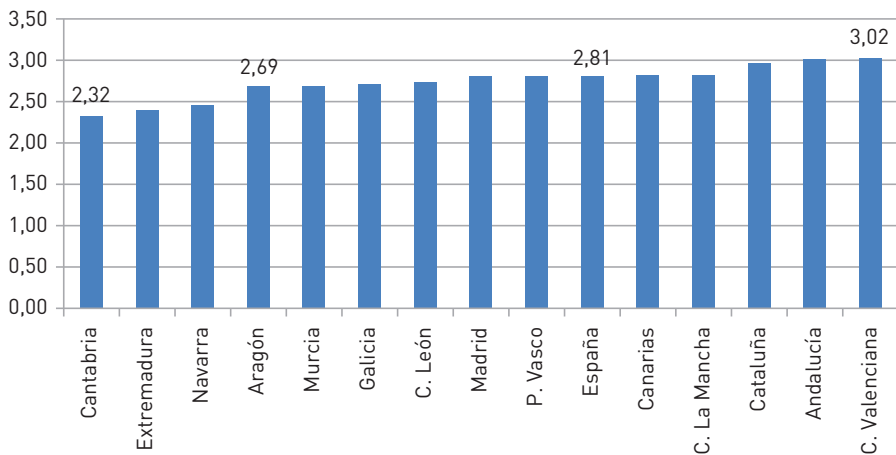
El propósito de este tercer apartado es ubicar a Aragón en el ámbito nacional e internacional en cuanto a la motivación y la capacidad para emprender. Para ello analizaremos una serie de factores que impulsan la motivación en el proceso de creación de empresas. Dichos factores son la percepción de oportunidades, la posesión de conocimientos y habilidades para crear una empresa y el apoyo social que reciben los emprendedores.

dedores. Comenzando por la percepción de oportunidades, la comparativa a nivel nacional (Figura 7.3) muestra la valoración media de los expertos entrevistados en las diferentes Comunidades Autónomas que participan en el proyecto GEM.⁷

En la Figura 7.3 se puede ver que la percepción de oportunidades para emprender en la Comunidad de Aragón se encuentra tan sólo 0,12 puntos por debajo de la media nacional. La Comunidad Valenciana presenta la mayor percepción de oportunidades (3,02) y Cantabria la menor (2,32). La Figura 7.4 extiende la comparación anterior a los países de la OCDE. El gráfico muestra que tanto Aragón como España ocupan puestos rezagados de la clasificación, probablemente como consecuencia de la valoración que desde una perspectiva histórica y cultural han tenido en España las actividades emprendedoras. En línea con este argumento, países como Estonia, Finlandia y Suecia ocupan los primeros puestos.

Figura 7.3.

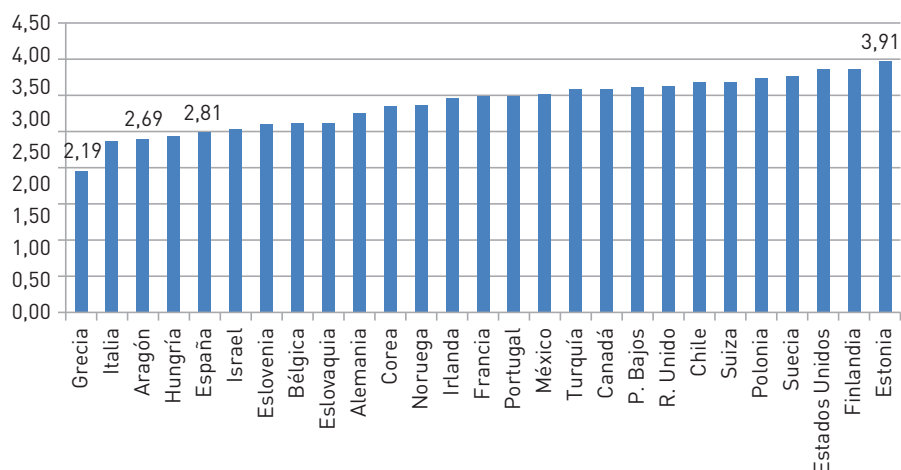
Percepción de los expertos en relación con la existencia de oportunidades para emprender a nivel nacional



⁷ Como puede observarse, la Figura 7.3 (así como las Figuras 7.5 y 7.7 que se presentan más adelante) no incluyen todas las comunidades autónomas de nuestro país. La razón para ello es que algunas comunidades no participan en el proyecto GEM y, aunque desde GEM España se obtiene una muestra reducida de ciudadanos (APS) para disponer de una radiografía adecuada de todo el país, no ocurre así con las opiniones de los expertos (NES).

Figura 7.4.

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



Las Figuras 7.5 y 7.6 completan la información comentada al presentar los resultados sobre la percepción de los expertos acerca de la capacidad para emprender. A nivel nacional la posición de Aragón es ligeramente superior a la de España. A nivel internacional la posición de Aragón y España podría calificarse como rezagada. Los Países Bajos, Polonia y Noruega encabezan la clasificación en cuanto a la valoración de los expertos sobre la posesión por parte de la población de conocimientos y habilidades para emprender.

Figura 7.5.

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

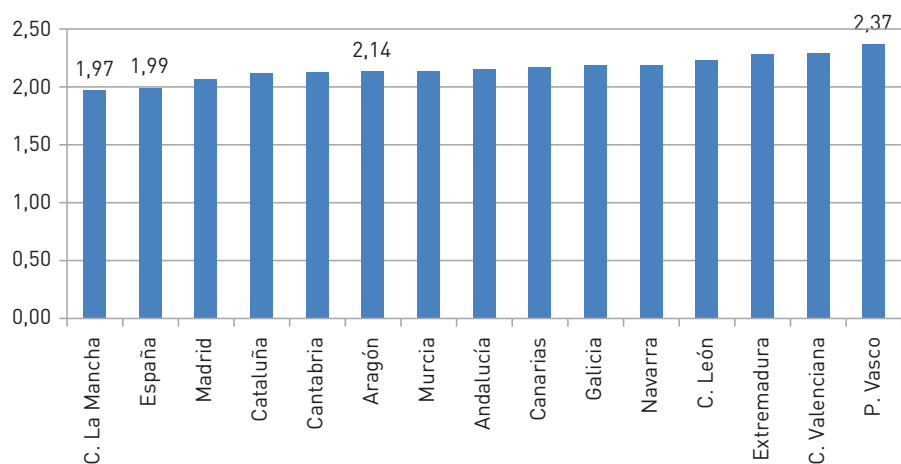
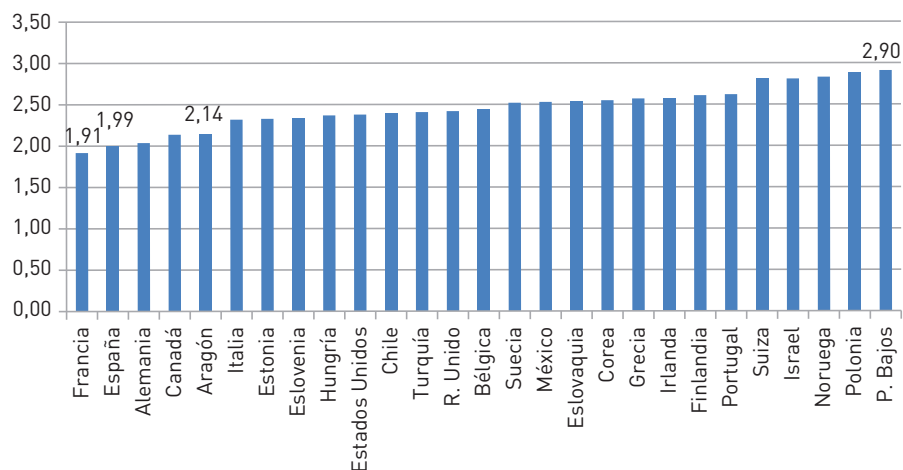


Figura 7.6.

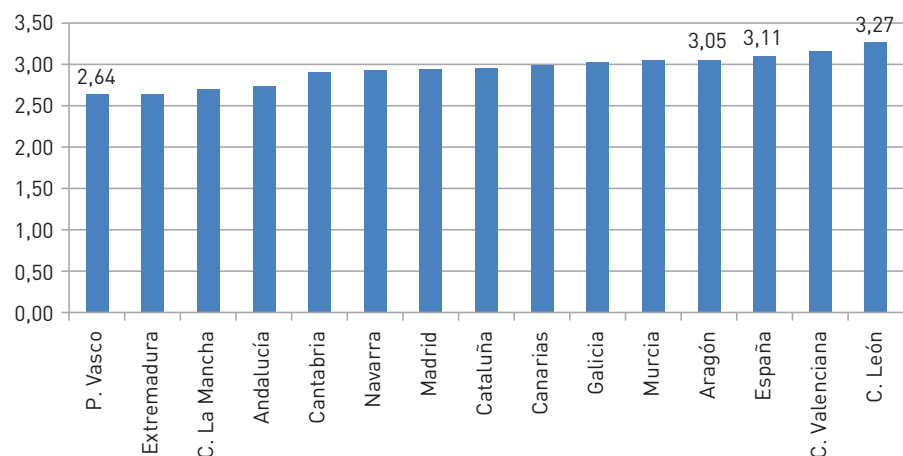
Percepción de los expertos en relación con la existencia de conocimientos y habilidades, países de la OCDE



Finalmente, el análisis termina con los datos que hacen referencia al apoyo que recibe el emprendedor por parte de los distintos agentes sociales (Figuras 7.7 y 7.8). La información disponible pone de manifiesto que tanto en Aragón como en España existe una buena percepción acerca de esta cuestión, alcanzando la opinión de los expertos un valor aproximado de 3,1 en ambos casos. Dentro del grupo de países de la OCDE, Aragón, al igual que España, ocupa una posición rezagada, siendo Israel y Estados Unidos quienes ocupan las primeras posiciones

Figura 7.7.

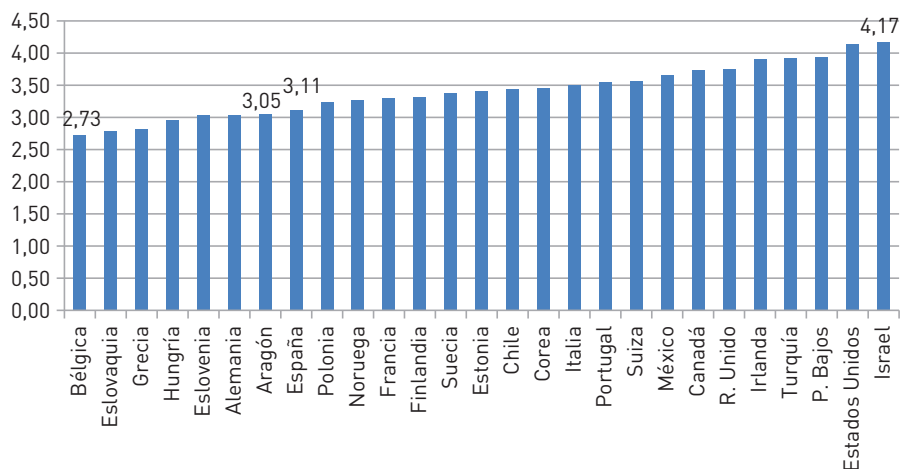
Percepción de los expertos en relación con el apoyo social a la figura del emprendedor a nivel nacional



en cuanto a mejor percepción del apoyo social a la figura del emprendedor. Se trata, en ambos casos, de países que tradicionalmente han tenido una cultura emprendedora, en la cual se valoran positivamente tanto el fracaso como el éxito en los proyectos de emprendimiento.

Figura 7.8.

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



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

Los expertos entrevistados por GEM Aragón también proporcionan una opinión indirecta sobre el estado de las actitudes de la sociedad frente al emprendimiento. En la Tabla 7.5. se muestra la valoración media de su visión acerca de las actitudes de la población frente a los mecanismos que promueven el emprendimiento en el año 2013.

En líneas generales, los expertos consideran que existen buenas oportunidades para crear empresas en la comunidad aragonesa. Sin embargo, indican que existen ciertas deficiencias en la capacidad emprendedora de la población, especialmente para poner en marcha y dirigir negocios con alto potencial de crecimiento. Estas deficiencias indican que los programas formativos deberían estar muy dirigidos a desarrollar conocimientos, actitudes y aptitudes para potenciar el emprendimiento a todos sus niveles. Respecto a los mecanismos de motivación, entienden que los empresarios de éxito gozan de reconocimiento y prestigio social, que los medios de comunicación difunden suficientes noticias sobre emprendedores de éxito y que el emprendedor es visto como un individuo competente e ingenioso. Por último, los ex-

peritos no reconocen que las normas sociales y culturales estimulen la toma de riesgos empresariales, pero sí consideran que dichas normas valoran el éxito que se consigue gracias al esfuerzo personal y enfatizan que el individuo es el responsable de gestionar su propia vida. En este sentido es importante que las normas sociales y culturales valoren el fracaso del emprendedor como algo positivo y como una forma de aprendizaje y experiencia.

Tabla 7.5.

Valoraciones de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales	
1 = completamente falso a 5 = completamente cierto	
Oportunidades en Aragón	2013
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,08
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,97
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,79
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	1,98
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,38
Capacidad emprendedora en Aragón	
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,77
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,33
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	1,90
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,41
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,26
Mecanismos de motivación en Aragón	
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,80
Convertirse en empresario es una opción profesional deseada por mucha gente	2,54
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,18
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,44
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,08

1 = completamente falso a 5 = completamente cierto	
Normas sociales y culturales en Aragón	2013
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	2,73
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,28
Las normas sociales y culturales estimulan la toma de riesgo empresarial	1,98
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,45
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida	2,75



CAPÍTULO 8

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

8.1. Introducción

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

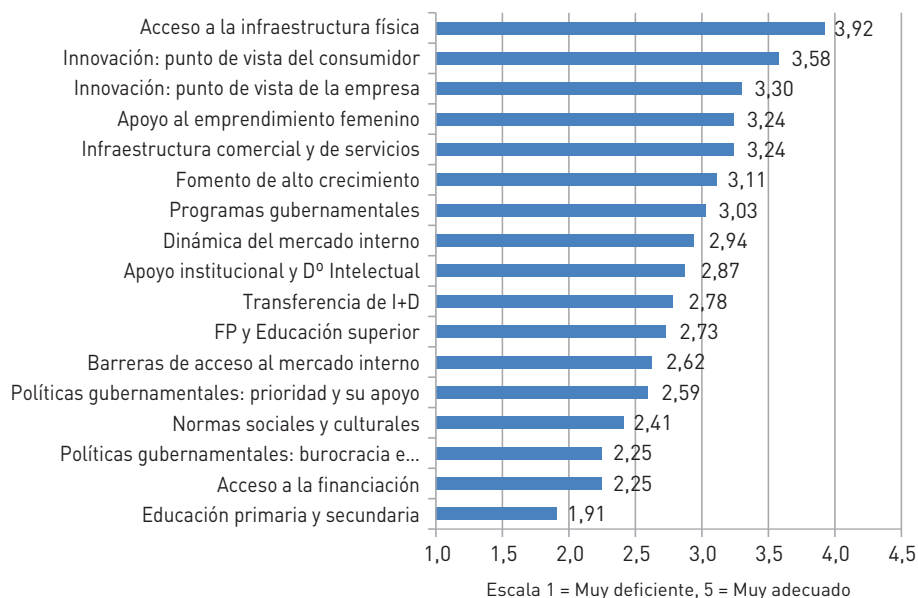
En el año 2013, el equipo regional de Aragón ha contado con la participación de un total de 40 expertos, cada uno de los cuales, con independencia de su ámbito de especialización, expresa su opinión acerca de todos los factores analizados. Adicionalmente, también se les solicita que identifiquen cuáles son los principales obstáculos y apoyos al proceso emprendedor, así como que realicen posibles sugerencias para favorecer el desarrollo de la actividad emprendedora.

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

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

Figura 8.1.

Valoración de los expertos: factores del entorno



Entre los factores puntuados alrededor del valor medio (3 en una escala de 5) cabe mencionar los relacionados con el apoyo al emprendimiento de alto potencial de crecimiento y los programas gubernamentales. Finalmente, existen una serie de elementos en los que la valoración de los expertos está por debajo de 3 puntos. Este es el caso en aspectos fundamentales como la dinámica del mercado interno, el apoyo institucional y la valoración de la propiedad intelectual, la transferencia de I+D entre universidad y empresa y la educación superior (estos dos últimos factores muestran un ligero incremento en relación con el año anterior). Estas valoraciones más bajas también se dan en las barreras de acceso al mercado interno y las políticas gubernamentales, que conllevan medidas de apoyo a la actividad empresarial. En último lugar aparecen los factores relacionados con normas sociales y culturales, políticas gubernamentales (específicamente aquellas relacionadas con burocracia e impuestos) el acceso a la financiación y, de nuevo, al igual que el año anterior (aunque aumenta ligeramente) educación primaria y secundaria aparece como 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.

Con el fin de profundizar en el estudio de estos factores y su evolución, la Tabla 8.1 permite comparar las valoraciones medias que hacen los expertos aragoneses de las condiciones del entorno desde el año 2008, año a partir del cuál en Aragón se empieza a notar especialmente la crisis económica. En la misma se puede observar como los cinco factores mejor valorados no muestran una tendencia claramente definida, aunque resulta destacable que en los dos últimos años se mantiene una tendencia creciente en el acceso a infraestructuras físicas así como comercial y de servicios. Sin embargo, la innovación, especialmente desde el punto de vista del consumidor pero también desde el punto de vista de la empresa, muestra una tendencia decreciente en los dos últimos años. Si esta tendencia se consolida en los próximos ejercicios habrá que analizar detenidamente las causas, ya que afecta a una variable clave del proceso emprendedor.

Entre los factores peor valorados por los expertos destaca la educación primaria y secundaria, aunque se percibe una ligera mejora en 2013 respecto de años anteriores. También se corrobora que el acceso a la financiación es uno de los grandes obstáculos a los que debe hacer frente la empresa española, si bien en 2011 se detiene una tendencia cada vez más negativa llegando a percibirse una ligera mejora en 2012 y 2013. En consecuencia, será importante realizar un seguimiento de estos indicadores en los próximos años, con el fin de determinar si se trata de un cambio coyuntural o, por el contrario, cabe hablar de un cambio de tendencia inducido por las últimas medidas adoptadas desde los poderes públicos. En todo caso, cuando se enjuician las políticas gubernamentales todavía se destacan como un gran obstáculo algunos aspectos relacionados con la burocracia y los trámites administrativos asociados a las actividades emprendedoras. Mencionar, por último, que la impresión que se tiene del papel de la formación profesional o la educación universitaria como motores del emprendimiento es todavía deficiente y deberían promoverse importantes mejoras en el futuro en lo que respecta a esta dimensión.

Tabla 8.1.

Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno

Factores del entorno (ordenados según valores de 2013)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Acceso a la infraestructura física	3,89	3,57	3,91	3,52	3,88	3,92
Innovación: punto de vista del consumidor	No se preguntaba	3,43	3,58	3,87	3,79	3,58
Innovación: punto de vista de la empresa	No se preguntaba	3,18	3,21	3,49	3,33	3,30
Infraestructura comercial y de servicios	3,18	2,96	3,14	2,66	3,09	3,24
Apoyo al emprendimiento femenino	3,37	3,12	3,17	3,02	3,25	3,24
Fomento de alto crecimiento	3,28	3,03	3,07	3,16	3,05	3,11
Programas gubernamentales	3,39	3,07	3,23	2,95	3,00	3,03
Dinámica del mercado interno	2,36	2,31	2,59	2,65	2,68	2,94
Apoyo institucional y derecho intelectual	3,08	2,85	2,93	2,88	3,01	2,87
Transferencia de I+D	2,72	2,47	2,71	2,55	2,69	2,78
FP y Educación superior	2,86	2,68	2,71	2,87	2,66	2,73
Barreras de acceso al mercado interno	2,76	2,62	2,83	2,71	2,65	2,62
Políticas gubernamentales: prioridad y su apoyo	2,91	2,68	2,71	2,69	3,03	2,59
Normas sociales y culturales	2,83	2,6	2,56	2,51	2,64	2,41
Acceso a la financiación	2,81	2,31	2,31	1,88	2,10	2,25
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,75	2,39	2,57	2,53	2,48	2,25
Educación primaria y secundaria	1,95	1,67	1,86	1,85	1,81	1,91

8.3. 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 los expertos entrevistados relativas a los principales obstáculos que actúan como frenos 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 8.2 muestra las valoraciones proporcionadas por los expertos cuando son preguntados en relación al origen de los obstáculos principales a la actividad emprendedora.

dedora. Por quinto año consecutivo, el principal obstáculo es el acceso a la financiación (el 69,2% de los encuestados está de acuerdo con esta opinión). De igual manera, las políticas gubernamentales se mencionan en segundo lugar, situándose a continuación factores como la educación y formación, el clima económico o la capacidad emprendedora, factores todos ellos mencionados por aproximadamente uno de cada cuatro encuestados. Algunos de los elementos que menos parecen dificultar la puesta en marcha de iniciativas empresariales son el estado del mercado laboral, la corrupción o la internacionalización.

Tabla 8.2.

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

	Frecuencia	Ranking del año					
		2013	2012	2011	2010	2009	2008
Acceso a la financiación	69,2%	1	1	1	1	1	3
Políticas gubernamentales	51,3%	2	2	5	2	4	1
Educación, formación	25,6%	3	2	2	3	6	4
Clima económico	25,6%	3	3	2	2	5	6
Capacidad emprendedora	23,1%	4	4	4	4	7	2
Normas sociales y culturales	20,5%	5	2	2	3	3	4
Apertura de mercado, barreras	10,3%	6	6	5	8	11	5
Crisis económica	10,3%	6	-	-	-	-	-
Programas gubernamentales	7,7%	7	5	3	5	2	4
Transferencia I+D	7,7%	7	6	8	8	9	10
Contexto político, institucional y social	2,6%	8	6	7	6	10	6
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	2,6%	8	-	-	-	-	-
Costes laborales, acceso y regulación	2,6%	8	-	-	-	-	-
Acceso a la información	2,6%	8	-	-	-	-	-
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	9	6	8	7	9	6
Acceso a la infraestructura física	0,0%	9	6	6	8	9	7
Estado del mercado laboral	0,0%	9	7	8	7	8	9
Composición percibida de la población	0,0%	9	6	7	9	12	8
Corrupción	0,0%	9	-	-	-	-	-
Internacionalización	0,0%	9	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	9	-	-	-	-	-

En la Tabla 8.3 se identifican los principales apoyos a la creación de empresas en Aragón, presentándose la evolución en la ordenación de los mismos desde el año 2008. En ella se pone de manifiesto que los expertos entienden que las principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora son el estado del mercado laboral, las políticas y los programas gubernamentales, la transferencia de I+D, las normas sociales y culturales y el clima económico. En el extremo opuesto se sitúan la corrupción, la internacionalización, la composición percibida de la población y el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas.

Tabla 8.3.

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

	Frecuencia	Ranking del año					
		2013	2012	2011	2010	2009	2008
Estado del mercado laboral	38,9%	1	2	8	9	6	6
Políticas gubernamentales	30,6%	2	7	7	2	5	2
Programas gubernamentales	25,0%	3	6	1	1	1	1
Transferencia I+D	25,0%	3	5	6	4	3	6
Normas sociales y culturales	25,0%	3	4	5	8	4	5
Clima económico	19,4%	4	5	2	5	4	7
Apertura de mercado, barreras	16,7%	5	1	8	7	7	5
Apoyo financiero	13,9%	6	9	3	3	2	3
Educación y formación	13,9%	6	3	4	4	3	4
Acceso a la infraestructura física	8,3%	7	6	6	6	5	5
Crisis económica	8,3%	7	-	-	-	-	-
Infraestructura comercial y profesional	5,6%	8	10	3	11	5	2
Capacidad emprendedora	5,6%	8	8	8	10	3	9
Contexto político, institucional y social	2,8%	9	8	5	5	6	6
Costes laborales, acceso y regulación	2,8%	9	-	-	-	-	-
Acceso a la información	2,8%	9	-	-	-	-	-
Composición percibida de la población	0,0%	10	5	9	12	7	8
Corrupción	0,0%	10	-	-	-	-	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	10	-	-	-	-	-
Internacionalización	0,0%	10	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	10	-	-	-	-	-

La Tabla 8.4 recoge la clasificación de los diferentes aspectos a los que hacen referencia los expertos en sus recomendaciones para mejorar el entorno con el fin de dinamizar el proceso emprendedor en Aragón. Las tres primeras recomendaciones tienen que ver con las políticas gubernamentales, el apoyo financiero y la educación y la formación. Los expertos encuestados inciden en la necesidad de contar con el apoyo de políticas gubernamentales que impulsen y faciliten las iniciativas emprendedoras y en diseñar medidas y programas que permitan mejorar el acceso a la financiación. También sitúan en un lugar destacado la educación y formación emprendedora como parte de la cultura, desde

Tabla 8.4.

Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor							
	Frecuencia	Ranking del año					
		2013	2012	2011	2010	2009	2008
Políticas gubernamentales	64,9%	1	3	4	3	4	3
Apoyo financiero	59,5%	2	1	2	1	3	2
Educación y formación	46,0%	3	2	3	2	2	1
Programas gubernamentales	24,3%	4	6	1	4	1	1
Normas sociales y culturales	16,2%	5	5	6	6	5	6
Transferencia I+D	13,5%	6	7	8	5	6	5
Estado del mercado laboral	10,8%	7	7	7	7	7	9
Capacidad emprendedora	5,4%	8	8	8	8	6	4
Infraestructura comercial y profesional	2,7%	9	4	5	6	8	4
Apertura de mercado, barreras	2,7%	9	8	8	9	8	6
Acceso a la infraestructura física	0,0%	10	9	7	7	9	6
Clima económico	0,0%	10	9	8	8	10	10
Composición percibida de la población	0,0%	10	9	10	10	10	8
Contexto político, institucional y social	0,0%	10	7	9	5	9	7
Crisis económica	0,0%	10	-	-	-	-	-
Corrupción	0,0%	10	-	-	-	-	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	10	-	-	-	-	-
Internacionalización	0,0%	10	-	-	-	-	-
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	10	-	-	-	-	-
Acceso a la información	0,0%	10	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	10	-	-	-	-	-

etapas tempranas, sin olvidar los programas gubernamentales y las normas sociales y culturales. Se trata de aspectos que son, en lo básico, coincidentes con los mencionados en el informe del año anterior. En cuanto a los aspectos que menos consideración tienen por los expertos a la hora de favorecer el proceso emprendedor, cabe citar los relativos al acceso a la información, los costes laborales, la internacionalización y el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas.

Por último, señalar 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 8.5 recoge los argumentos mencionados y que no se habían mencionado de forma explícita en el cuestionario realizado.

Tabla 8.5.

Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón
OBSTÁCULOS
1. Falta de cultura emprendedora
2. Miedo al fracaso
3. Falta de formación empresarial
4. Falta de motivación emprendedora
APOYOS
1. Clima económico
2. Ayudas y subvenciones
3. Apoyo a la innovación y la competitividad
4. Existencia de viveros de empresas
RECOMENDACIONES
1. Mayor formación emprendedora
2. Estímulo de la figura del inversor informal
3. Fomento de la cultura empresarial
4. Programas de apoyo al emprendimiento

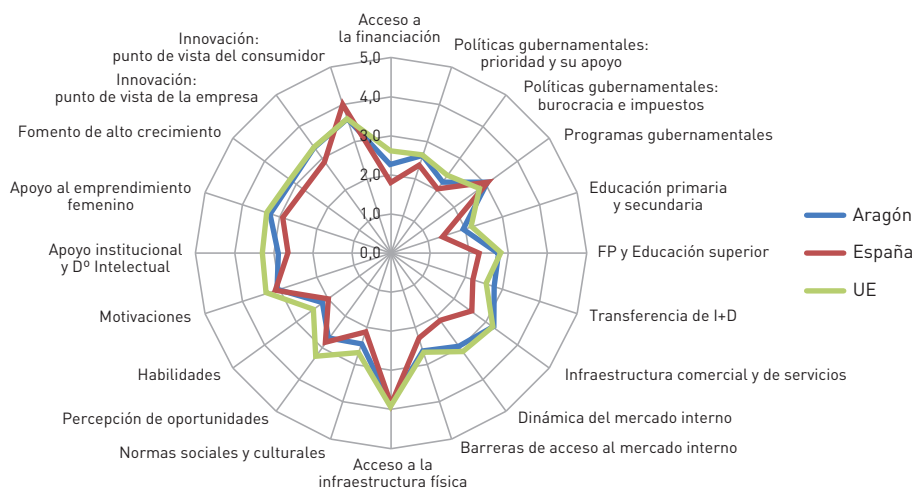
8.4. Situación Relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las principales condiciones de entorno

La Figura 8.2 concluye este capítulo representando la posición relativa de las valoraciones que hacen los expertos aragoneses en relación con sus homólogos en España y en el resto de países GEM de su mismo grupo económico. En relación a la comparación con el resto de España,

Aragón presenta, al igual que en el periodo anterior, unas condiciones medias por encima del promedio nacional en prácticamente la totalidad de los factores considerados. Respecto a los países GEM del mismo grupo económico, las valoraciones que hacen del entorno los expertos aragoneses se suelen situar, dentro del tono pesimista general, alrededor de la media europea, quedando por encima de dicha media los programas de apoyo gubernamental al emprendimiento y la transferencia en I+D. Sin embargo, Aragón queda por debajo de la media europea en el acceso a la financiación, en la percepción de oportunidades, motivaciones y habilidades emprendedoras y en la educación primaria y secundaria. No obstante, respecto a este último factor, se sitúa por encima de la media de otras comunidades españolas y se iguala con el resto de países europeos cuando se valoran las etapas de FP y educación superior.

Figura 8.2.

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





CAPÍTULO 9
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
EN LAS ZONAS RURALES

9.1. Introducción

El estudio de la actividad emprendedora en las zonas rurales 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 9.1). 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 del 50% de la población aragonesa en la capital de la Comunidad. De este modo, el 16,6% de la población de la provincia de Zaragoza reside en la actualidad en zonas rurales, frente al 40,5% de Huesca y el 57,4% de Teruel.

Tabla 9.1.

Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2013)

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	40,5%	16,6%	57,4%	24,9%
	Urbana	59,5%	83,4%	42,6%	75,1%

Fuente: Datos obtenidos a partir de la información facilitada por el INE (padrón a 1 de enero de 2013).

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 Pro-

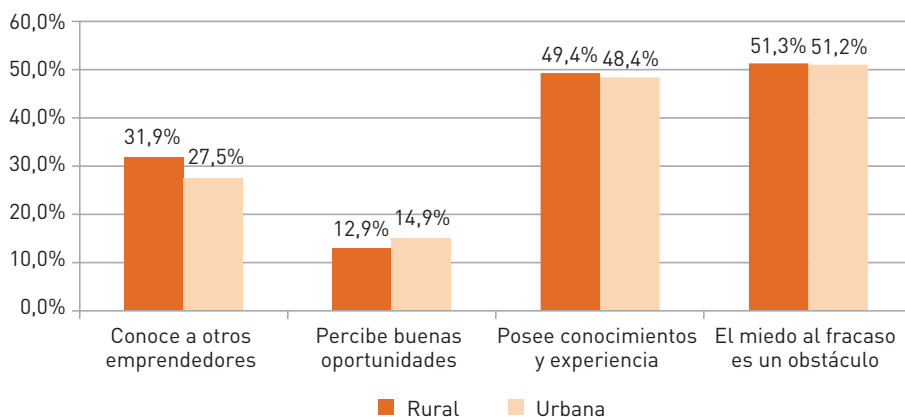
grama de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED) o el proyecto Rural Emprende (dentro del marco del Plan Avanza). En definitiva, el capítulo se aproxima y completa la información en relación con la actividad emprendedora en zonas rurales. En primer lugar, se examinan los valores, percepciones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

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

La identificación de valores y percepciones emprendedoras en la población rural y urbana (Figura 9.1) es bastante similar en las variables que hacen referencia a conocimientos y experiencia y miedo al fracaso, aunque éste ha disminuido respecto al año 2012 en los entornos rurales y ha aumentado ligeramente en los urbanos. Como consecuencia, también ha disminuido la percepción de oportunidades en las zonas urbanas respecto al año anterior (14,9% frente al 16,6% del año 2012), aunque sigue siendo superior que en la zona rural, donde se mantiene constante respecto 2012. En lo que hace referencia al contacto con otros emprendedores en su entorno, la población ubicada en entornos rurales manifiesta en mayor medida conocer a otros emprendedores (31,9% en las zonas rurales frente a un 27,5% en las urbanas) incrementándose las diferencias respecto al año anterior cuya proporción era muy similar.

Figura 9.1.

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

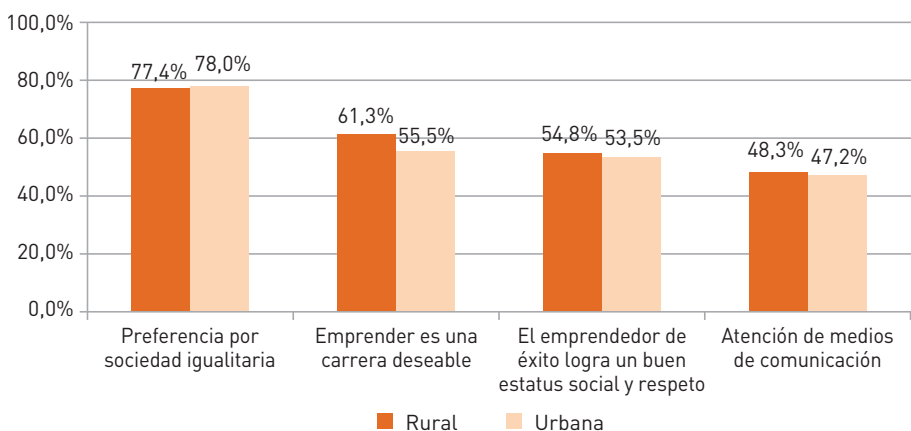


En cuanto a la valoración social del emprendimiento (Figura 9.2), indicar en primer lugar que la valoración de todos los indicadores es algo su-

perior en la población rural, excepto en el factor en el que se muestra preferencia por una sociedad igualitaria, que en este año 2013 ha cambiado su tendencia respecto al año anterior. En este indicador se produce un incremento de la valoración en las zonas urbanas de un 3,6%, frente al descenso de un 2,4% en las zonas rurales. Por lo que respecta a la valoración acerca de en qué medida el emprendimiento es una buena opción profesional, la población rural responde afirmativamente con mayor frecuencia (casi seis puntos porcentuales más). En consonancia con ello, en el ámbito rural prevalece la idea de que el emprendedor de éxito logra un buen estatus y el respeto de la sociedad, aunque esta percepción es muy similar en la zona urbana. Finalmente, en cuanto a la atención dispensada por los medios de comunicación respecto de la provisión de noticias sobre emprendedores de éxito, la población rural puntúa de forma ligeramente más alta este factor, si bien la diferencia, de nuevo, no es significativa.

Figura 9.2.

Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas



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

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

Figura 9.3.

Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2013

RURAL	Potencial 9,0% (11,7%)	Naciente 3,5% (2,2%)	Nueva 3,0% (2,8%)	Consolidada 15,1% (14,0%)	Cierres efectivos 1,0% (0,4%)
	TEA rural: 6,5% (5%)				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 21,6% (19%)				
	Total población involucrada en el proceso emprendedor en el ámbito rural: 30,6% (30,7%)				
URBANO	Potencial 7,4% (12,2%)	Naciente 2,2% (1,7%)	Nueva 1,2% (2,7%)	Consolidada 8,1% (9,9%)	Cierres efectivos 1,1% (1,0%)
	TEA urbano: 3,4% (4,4%)				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 11,5% (14,3%)				
	Total población involucrada en el proceso emprendedor en el ámbito rural: 18,9% (26,5%)				

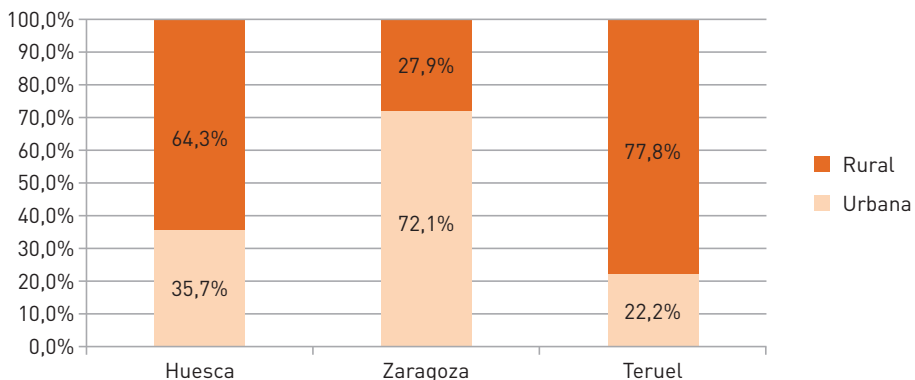
Nota: Entre paréntesis la información correspondiente a 2012.

Al igual que en el año 2012, la población rural se muestra más activa en términos emprendedores que la urbana, pero en este año 2013 en todas las fases del proceso emprendedor. En el último ejercicio, la tasa de emprendimiento rural casi duplica a la urbana (6.5% rural vs. 3.4% urbano), aumentando de forma sustancial la diferencia en relación con el ejercicio precedente (5,0% rural, 4.4% urbano). Esta mayor propensión a emprender en zonas rurales también se refleja en el emprendimiento potencial, que por primera vez pasa a ser superior en las zonas rurales (9,0%, frente al 7,4% de las urbanas). Las zonas rurales también han conseguido consolidar una mayor tasa de actividad (15,1% rural frente al 8,1% urbano) y han experimentado un menor cese efectivo de las mismas (1,0% rural frente al 1,1% urbano). Todo ello confiere al emprendimiento rural una mayor estabilidad en relación con el urbano.

Si nos fijamos en la importancia del emprendimiento rural en cada una de las tres provincias aragonesas (Figura 9.4) podemos observar que, en concordancia con la distribución de la población mostrada en la Tabla 9.1, en Teruel y Huesca la creación de nuevas empresas en las zonas rurales tiene un papel claramente preponderante. El caso de la provincia de Huesca es el más acusado, ya que su población representa un 40,5% del total, mientras que la proporción de iniciativas emprendedoras supera el 64%. Algo similar ocurre en Teruel, donde el 57,4% de la población rural aglutina casi el 78% de las iniciativas emprendedoras (un 13,5% más que el año anterior).

Figura 9.4.

Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia



9.4. A modo de conclusión

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



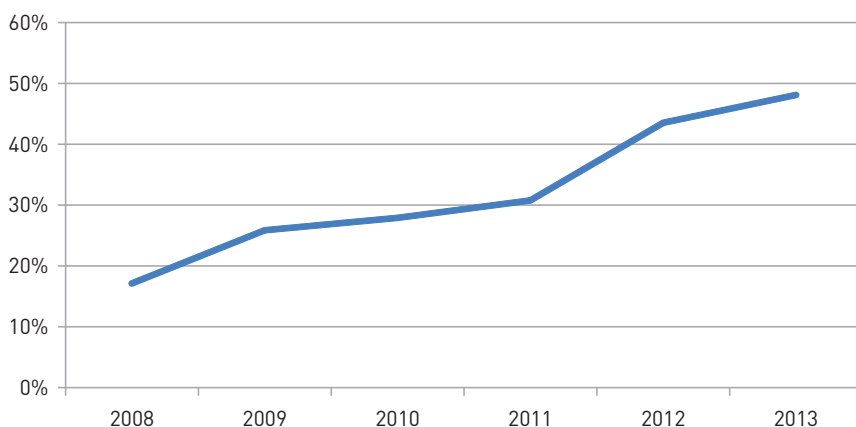
CAPÍTULO 10
EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

10.1. Introducción

España viene mostrando en los últimos años una dramática progresión de su tasa de desempleo juvenil: el 55,06% a final del año 2013, aproximadamente el doble que cinco años antes, lo que supone uno de los valores más altos de los países de la Unión Europea (donde la media es del 24,3%). Como puede observarse en la Figura 10.1, Aragón sigue la misma tendencia que el resto del país: a finales de 2013, el desempleo entre los menores de 25 años supera, según la Encuesta de Población Activa, el 50% frente al 46,2% del año 2012. Cabe destacar, además, que este problema es especialmente acuciante entre los jóvenes con niveles de educación primaria y secundaria, dado que sólo el 25% de los jóvenes desempleados han cursado educación superior. Por su parte, la tasa de desempleo es más alta en el caso de las mujeres jóvenes (un 52,7%, frente al 47,6% de los hombres); de hecho, el paro juvenil masculino se ha mantenido prácticamente inalterado respecto al año 2012, mientras que en el caso de las mujeres ha aumentado en un 7,8%.

Figura 10.1.

Evolución de la tasa de desempleo en menores de 25 años en Aragón



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2014)

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

En línea con estos argumentos, este capítulo proporciona una visión general acerca de las percepciones sobre la actividad emprendedora y su puesta en marcha entre los jóvenes aragoneses menores de 35 años, comparándolas con las de los adultos. En primer lugar, se presentan los valores, percepciones y actitudes 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.

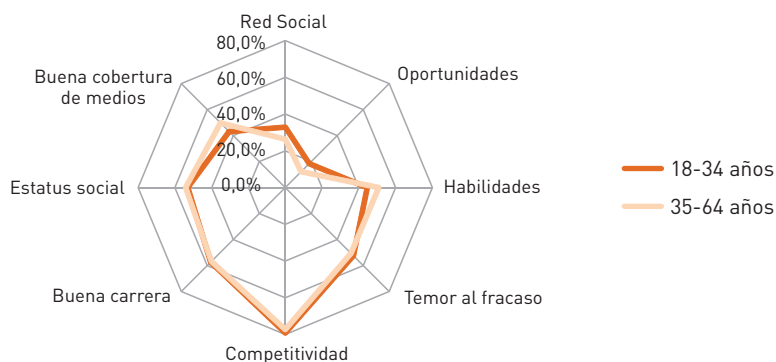
10.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven

Los valores y actitudes de la población joven⁸ con respecto al emprendimiento son similares a los de la población adulta (Figura 10.2), de forma que la población joven reproduce el modelo de los adultos con bastante precisión. Se podrían destacar dos diferencias: la mayor percepción de oportunidades por parte de los jóvenes (18,4% frente al 12,2% de los adultos) y la existencia de una red social para desarrollar las capacidades emprendedoras, donde los valores son ligeramente superiores entre el grupo de población joven (32,9% frente al 26,3% de los adultos). En relación a otras variables como la consideración del emprendimiento como una buena carrera profesional, el temor al fracaso, la competitividad o el estatus social, no se observan diferencias significativas entre ambos grupos. Curiosamente, las habilidades para emprender están ligeramente por debajo en el grupo de jóvenes (44,6% frente al 50,8% de los adultos) y también la buena percepción de la cobertura por los medios.

⁸ Desde el punto de vista de este informe, se entiende por emprendimiento juvenil el llevado a cabo por personas con edad inferior a 35 años.

Figura 10.2.

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



10.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón

Una vez identificadas las percepciones sobre la actividad emprendedora de nuestros jóvenes, la siguiente cuestión es cómo se materializan éstas en la puesta en marcha de nuevos negocios. En la Tabla 10.1 se observa que la tasa de actividad emprendedora juvenil en Aragón es, en 2013, menor que la de la población adulta en casi todas las etapas emprendedoras (2,2% vs. 2,7% en las actividades nacientes, 1,5% vs. 1,8% en las actividades nuevas y 3,4% vs. 13,2% en las actividades consolidadas). El emprendimiento juvenil potencial, al contrario, es muy superior al de la población adulta (un 11,2% juvenil frente al 6,1% adulto). En definitiva, el TEA en Aragón es más elevado entre los adultos (4,5% frente al 3,7% de los menores de 35 años), seguramente debido a que su experiencia y posibilidades económicas son, en promedio, superiores: Sin embargo, la proporción de jóvenes que se plantear crear su propia empresa en el

Tabla 10.1.

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

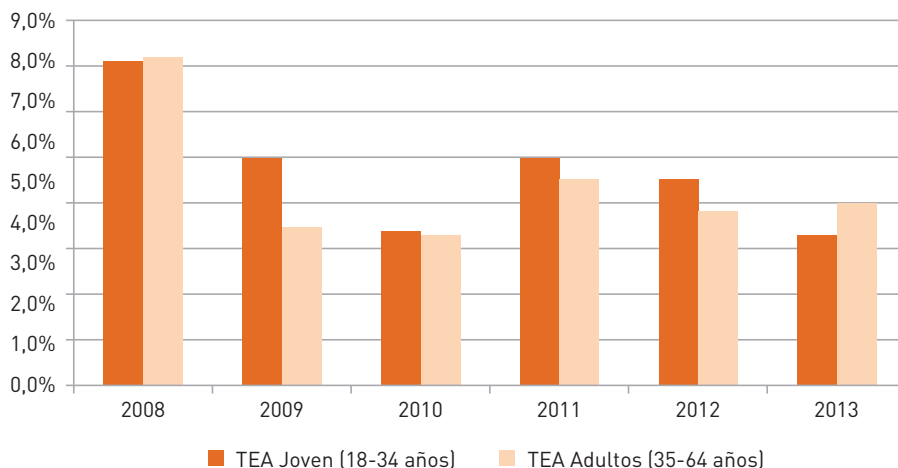
	Jóvenes	Adultos
Potenciales	11,2	6,1
Nacientes	2,2	2,7
Nuevos	1,5	1,8
Total Emprendedores (TEA)	3,7	4,5
Consolidados	3,4	13,2
Ex empresarios	0,3	1,4

futuro es claramente superior. En la medida que es la población adulta la que más emprende, también son mayores las tasas de cierre efectivo de negocios dentro de este grupo de población (1,4%, frente al 0,3% de los jóvenes).

En todo caso, estos datos contrastan con los obtenidos en ejercicios anteriores, en los que la tendencia siempre había sido una tasa de emprendimiento juvenil superior a la adulta, con la única excepción del año 2008 (Figura 10.3). Una posible explicación para el descenso observado en el emprendimiento juvenil podría encontrarse es que cada vez es mayor el número de jóvenes aragoneses (y españoles) que deciden buscar una oportunidad fuera de nuestras fronteras. Téngase en cuenta que el perfil del emigrante lo forman sobre todo jóvenes de entre 25 y 35 años, altamente cualificados y sin cargas familiares. La propia decisión de salir al exterior pone de manifiesto que este grupo está dispuesto a asumir mayores riesgos, perfil que corresponde habitualmente con el del emprendedor. No obstante, la tendencia está cambiando y cada vez hay más individuos con baja cualificación y recién licenciados que quieren dar sus primeros pasos fuera de España. Además, es posible que el grupo de edad de 45 años en adelante tenga especiales dificultades para encontrar un hueco en el mercado laboral actual por lo que debe necesariamente optar por el emprendimiento como salida profesional. En todo caso, es importante poner de manifiesto que la actividad emprendedora entre los menores de 35 años sufre un retroceso anual desde el 5,6% del año 2011, al 5,1% del año 2012, y al 3,7% del año 2013.

Figura 10.3.

Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2008-2013)



A la vista de los resultados obtenidos, parece conveniente potenciar la entrada de jóvenes en el proceso emprendedor ya que, tal y como se ha

observado en la Tabla 10.1, muchas de las buenas intenciones se quedan en un simple deseo de emprender (11,2%). Para ello, las iniciativas desde las Administraciones Públicas (también desde la empresa privada) deben tratar de dar salida a las ideas de los jóvenes, ofreciendo unas infraestructuras físicas y formativas que potencien la actividad emprendedora en este grupo de población. Sin embargo, es necesario incidir en la necesidad de apostar por iniciativas alternativas y creativas que tengan perspectivas de éxito, no simples réplicas de los negocios tradicionales, ya que van a ser en éstas donde se encuentre tanto el apoyo de las Administraciones Públicas como de las entidades que las financian.

10.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes

En cuanto al perfil socioeconómico del joven emprendedor (Tabla 10.2), éste se define habitualmente como un varón, con un nivel de estudios medio y situación laboral en activo. En la segmentación por edad y sexo se puede observar cómo el porcentaje de jóvenes mujeres emprendedoras es significativamente superior que la de la emprendedora adulta. Estos datos confirman que, dada la situación económica actual, emprender es una alternativa al desempleo, dadas las altas tasas de paro entre los jóvenes, sobre todo en el caso de las mujeres. Sin embargo, el nivel de participación en actividades emprendedoras es algo mayor entre los varones adultos que entre los jóvenes, seguramente debido al hecho de que el varón adulto cada vez ve más difícil el empleo por cuenta ajena como salida profesional.

Tabla 10.2.

Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2013

	Emprendedor joven	Emprendedor adulto
Sexo	H: 52,2% M: 47,8%	H: 66,5% M: 33,5%
Edad	27 años	44 años
Nivel de estudios mayoritario	Secundaria-F.P.	F.P.
Formación específica para emprender	64,0%	44,1%
Nivel de renta media (euros)	10.000-20.000 euros	30.000-40.000 euros
Tamaño del hogar	3,36	3,37 miembros
Situación laboral	Activa	Activa
Origen español	92,0%	93,2%

Con respecto al nivel de renta, ésta es, de acuerdo con lo esperado, inferior en los emprendedores jóvenes. No así el tamaño familiar, lo que puede implicar que muchos de estos jóvenes emprendedores todavía no han abandonado el hogar parental. Finalmente, respecto a la formación se observa que el porcentaje de emprendedores que afirman haber recibido algún tipo de formación específica para emprender es bastante superior en el caso de los menores de 35 años (64,0% frente al 44,1% de los adultos). Esta diferencia se acentúa con respecto al año pasado, lo que hace pensar en el esfuerzo que desde las Administrativas Públicas se ha hecho para incrementar la formación sobre emprendimiento en las distintas fases educativas. A pesar de ello, la Figura 10.2 indicaba que los menores de 35 años encuestados manifiestan tener menores habilidades para emprender que la población adulta, por lo que parece que son los que han recibido educación específica para emprender los que deciden lanzarse a la aventura de crear su propia actividad empresarial. Ello no deja de ser un indicador de que, finalmente, la educación para emprender consigue fomentar el espíritu emprendedor entre los jóvenes de nuestra Comunidad.

Finalmente, cabe destacar como diferencia con respecto a los datos registrados en 2012 que dentro del emprendimiento juvenil en Aragón se encuentran algunos jóvenes extranjeros. Dicha presencia extranjera es algo superior a la registrada entre los emprendedores adultos, aunque la diferencia no resulta estadísticamente significativa.



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Este informe GEM Aragón 2013 finaliza con una síntesis de las principales conclusiones que se derivan del estudio realizado. El primer resultado que merece nuestra atención es el índice de actividad emprendedora (TEA), que alcanza un valor de 4,2, lo que significa que en el momento de realización de la encuesta (mayo-julio de 2013) un 4,2% de los aragoneses con edades comprendidas entre 16 y 64 años se encontraba desarrollando un proyecto emprendedor con antigüedad inferior a 42 meses. Este dato representa una disminución del 8,7% en relación con el ejercicio precedente, caída que seguramente no resulta sorprendente si tenemos en cuenta que la realización de la encuesta coincide con el punto más bajo del ciclo económico por el que estamos atravesando. El ambiente de pesimismo general que rodeó la actividad empresarial a lo largo de todo el año 2013 y, sobre todo, durante el primer semestre del mismo, hacía especialmente complicado poner en marcha cualquier tipo de iniciativa emprendedora. En la medida en que a finales de dicho año comienzan a atisbarse algunos –leves– síntomas de recuperación y que la situación en 2014 parece haber confirmado dicha mejoría, es previsible que a los datos del próximo informe puedan mostrar una recuperación de la tasa de emprendimiento.

El estudio permite también descomponer el índice TEA, distinguiendo entre iniciativas *nacientes* (aquellas que se encuentran todavía en fase embrionaria, entendiéndose como tales las que todavía no han abonado salarios ni obtenido beneficios), e iniciativas *nuevas* (las que no superan los 42 meses de edad). Las iniciativas nacientes representan en 2013 un 2,6% del total, mientras que las nuevas suponen un 1,7%. La comparación de estas cifras con el promedio nacional muestra que la tasa de creación de empresas es en Aragón un punto porcentual inferior, ya que el 5,2% de los españoles gestionaban en el mismo período una empresa con antigüedad inferior a los tres años y medio. Una desagregación de este indicador en sus dos componentes muestra que la distribución del mismo no es muy diferente en el conjunto del país: el porcentaje de iniciativas nacientes es en España del 3,1% y del 2,1% el de las nuevas iniciativas.

Si combinamos los datos mencionados con el número de personas que participan en cada una de las iniciativas (1,9 en 2013) y con las cifras de población residente en la Comunidad, se deduce que en el momento de

realización del estudio había en Aragón un total aproximado de 67.800 emprendedores incipientes, dos terceras partes de los cuales podían considerarse como nacientes y el resto como nuevos. Esta cifra es aproximadamente un 3% inferior a la observada en 2012.⁹

Si sumamos a esta cifra las aproximadamente 83.400 personas involucradas en iniciativas ya consolidadas (las que superan los 42 meses de antigüedad), el número total de aragoneses propietarios de una actividad empresarial se sitúa en el entorno de los 151.200. Se trata de una cifra menor que la observada en 2012 (162.000 personas) y 2011 (194.000), aunque superior a la de 2010 (cuando apenas se superaban los 132.000).

El proyecto GEM también estima el número de personas que manifiesta tener intención de iniciar una actividad emprendedora en los próximos tres años (emprendimiento potencial). Este dato es particularmente interesante por cuanto permite anticipar, aunque con cierta cautela, el emprendimiento que va a tener lugar en un futuro más o menos inmediato. En 2013, los emprendedores potenciales en Aragón ascendían a 65.500, la segunda cifra más alta desde que se realiza el informe en la Comunidad Autónoma y solo superada por la que se alcanzó el año anterior. Esta cifra pone seguramente de manifiesto un hecho importante: se está produciendo un cambio importante tanto en el entorno económico como social, de manera que cada vez es mayor el número de personas que considera el emprendimiento como una alternativa laboral. Factores como la mejor valoración del empresario por parte de la sociedad y, sobre todo, el comportamiento del mercado de trabajo, en el que cada vez parece más difícil encontrar ocupación por cuenta ajena, hacen que muchos aragoneses interpreten el emprendimiento como la única vía para acceder al mercado laboral. No obstante, ello no nos debe impedir valorar esta cifra con cierto optimismo y como un síntoma de que la tasa de emprendimiento en los próximos años debería tender al alza.

El proyecto GEM, además de cuantificar el espíritu emprendedor de una determinada zona geográfica, también permite obtener información acerca de las razones por las que los entrevistados inician una actividad: en la mayoría de los casos (el 64,3% de las iniciativas en Aragón), la empresa se crea porque el emprendedor percibe una buena oportunidad de negocio, frente a un 29,8% de emprendedores que lo hace por necesidad (el 6% restante de los encuestados señala motivos de otra índole). Tal como hemos apuntado a lo largo del informe, el emprendimiento por necesidad experimenta un fuerte repunte durante los últimos años: mientras que en 2008 únicamente un 13% de las iniciativas puestas en marcha venían determinadas por este motivo, este porcentaje se multi-

⁹ Aunque la caída en el número de iniciativas es del 8,7%, la disminución en el número de personas involucradas en dichas iniciativas es inferior debido al aumento que se produce en el tamaño medio de cada una de ellas.

plica por más de dos en tan sólo tres años, si bien es cierto que en los dos últimos ejercicios se percibe una cierta estabilización del valor de este indicador, que apenas aumenta en relación con los años 2011 y 2012. La recurrentemente mencionada situación económica por la que atraviesa la Comunidad puede ayudarnos a entender mejor la evolución creciente del emprendimiento por necesidad.

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

Uno de los objetivos del proyecto GEM es caracterizar las iniciativas que se llevan a cabo, tanto en la comunidad aragonesa como en el resto de regiones y países que participan en el mismo. Se identifican, para ello, cuatro grandes sectores de actividad. En el caso de la actividad emprendedora total, los resultados apuntan a que aproximadamente la mitad de las iniciativas desarrolladas en 2013 en Aragón lo fueron en sectores orientados al consumo (cifra levemente inferior a la de 2012, aunque superior a la de los años precedentes), seguramente debido a que se trata de actividades cuyo coste de puesta en marcha es menor. En torno a una cuarta parte (24,6%) tienen un claro componente transformador (en 2012 este grupo representaba casi el 23% de las nuevas empresas) y un porcentaje similar de las iniciativas (25,5%) se dedican a la prestación de servicios a las empresas. El estudio identifica un cuarto grupo de actividades: aquellas relacionadas con el sector extractivo, aunque ninguno de los encuestados manifestó este último año estar implicado en una actividad de estas características (en los años anteriores, este grupo representaba entre el 5% y el 7% de las iniciativas totales). Cuando se comparan estos datos con los correspondientes a las actividades consolidadas (más de 42 meses de antigüedad), es posible destacar algunas diferencias importantes: por una parte, el porcentaje de actividades consolidadas orientadas al consumo disminuye en más de diez puntos; por otra, el sector extractivo absorbe casi el 20% de las iniciativas consolidadas. El porcentaje de empresas relacionadas con la transformación de bienes alcanza porcentajes similares en uno y otro caso, mientras que el peso de los servicios a empresas es inferior en los negocios consolidados (16,4% frente al 25,5%). Se trata, no obstante, de cifras que entran dentro de la lógica, ya que el ciclo de vida de las actividades en sectores directamente orientados al consumo es más corto, mientras que las actividades con un mayor componente industrial requieren de volúmenes de recursos más elevados, lo que incide directamente en el compromiso y la permanencia de este tipo de negocios.

En cuanto al tamaño de las actividades puestas en marcha en 2013 estas tienen, por lo general, una dimensión modesta. Aproximadamente la mitad de las nuevas empresas emplean únicamente al promotor de la misma, lo que se identifica con el autoempleo, mientras que un 41,2% generan entre 1 y 5 puestos de trabajo y un 11% emplean a seis o más personas. Se trata, en todo caso, de cifras algo mejores a las de los dos años precedentes, donde casi dos de cada tres nuevas empresas se basaban exclusivamente en el autoempleo y aproximadamente una de cada cuatro generaba entre 1 y 5 empleos.

El informe también proporciona información acerca del capital que se necesita para poner en marcha un negocio y la principal conclusión que puede obtenerse al respecto es que las nuevas iniciativas tienen una dimensión modesta. Así, la mediana de la distribución¹⁰ se ha situado en 2013 en 20.000 euros (la cifra es, en todo caso, superior a la de 2012, donde la mediana era únicamente de 10.000 euros, aunque inferior a la de los años previos). Por otra parte, los fondos son, con frecuencia, aportados en exclusiva por el emprendedor (en un 28% de las ocasiones, frente al 42% de 2012) y cuando este recurre a financiación externa aporta directamente en torno a las dos terceras partes de la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto, cifra similar a la de los años precedentes.

Este informe GEM Aragón dedica también un capítulo al análisis de la existencia de posibles diferencias en la propensión emprendedora entre hombres y mujeres. La circunstancia más reseñable es que el número de iniciativas emprendedoras desarrolladas por mujeres es proporcionalmente inferior (algo menos del 40% del total de iniciativas, frente al 60% que son impulsadas por hombres). A diferencia del ejercicio 2012, donde el ratio de actividad femenina sobre actividad masculina era en la Comunidad claramente superior al observado en el conjunto del país, en 2013 estas cifras son muy parecidas. Por lo demás, las actividades promovidas por emprendedores de ambos sexos apenas presentan diferencias en cuanto a sus características generales y no cabe decir que existan discordancias por razón de género.

Es también importante destacar que la puesta en marcha de una actividad empresarial no es fácil y conlleva riesgos importantes. En la medida en que el emprendedor esté fuertemente motivado e ilusionado por el proyecto, será capaz de afrontar las dificultades en mejores condiciones. Por ello, es importante conocer los motivos que le llevan a poner en marcha un negocio, ya que este conocimiento puede constituir un indicador, siquiera imperfecto, de su probabilidad de éxito. En este sentido, los resultados del estudio muestran que la proporción de ciudada-

¹⁰ El capital promedio necesario asciende a algo más de 55.000 euros, pero dicho valor se ve altamente condicionado por la presencia de valores extremos, por lo que entendemos que la mediana resulta más ilustrativa de la situación de nuestras empresas.

nos aragoneses que considera que la Comunidad presenta buenas oportunidades para emprender es del 14,4%, cifra que es un punto porcentual inferior a la del año 2012 y también algo más baja que en el promedio del país (16%).

Aunque el informe GEM utiliza como fuente de información principal el resultado que se deriva de una encuesta realizada a 2.000 ciudadanos residentes en la Comunidad, el estudio también hace uso de información más detallada proporcionada por un reducido número de expertos (40 en el informe de este último año) pertenecientes a diferentes ámbitos y que son seleccionados en función de su experiencia y competencia en su campo. Los expertos emiten su opinión acerca de la existencia de oportunidades para emprender en la comunidad, así como de la capacidad de la población aragonesa para emprender o el reconocimiento social que tienen los empresarios. Los resultados que se derivan de la valoración de los expertos no resultan especialmente optimistas y confirman que la crisis económica limita las oportunidades existentes, así como que la capacidad de la población para poner en marcha con éxito nuevas iniciativas es limitada.

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

Destacar igualmente que cuando se solicita a estos expertos que propongan algunas recomendaciones que favorezcan el proceso emprendedor, los factores citados con mayor frecuencia están directamente vinculados a los obstáculos apuntados. Así, sugieren fundamentalmente el desarrollo de medidas de apoyo y fomento al emprendimiento, el impulso de medidas que faciliten el acceso a la financiación y la mejora en los programas educativos en materias relacionadas con la creación de empresas.

Al igual que ocurría en las ediciones de 2011 y 2012, este año el informe GEM Aragón dedica un capítulo a analizar el emprendimiento en el ámbito rural, con resultados que corroboran la tendencia puesta de manifiesto en los años precedentes: la creación de nuevas empresas es superior en los municipios más pequeños (TEA del 6,5%) en relación con los de mayor dimensión (3,4%). También es más elevado el emprendimiento consolidado (que afecta en los pequeños núcleos rurales al 15,1% de la población entre 18 y 64 años, frente a un 8,1% en los municipios de más de 5.000 habitantes), mientras que el número de cierres es similar (1,0% frente al 1,1%). En consecuencia, hemos de insistir en

que en los municipios más pequeños la proporción de emprendedores, con independencia de su tipología, es superior (seguramente la ausencia de oportunidades alternativas supone un importante estímulo para ello) por lo que los programas de apoyo a este colectivo resultan de especial relevancia. En este sentido, propuestas como el PAED, a la que ya se ha hecho referencia en este documento, pueden desempeñar un papel fundamental, no solo por lo que representa en términos de ayuda a la hora de poner en marcha nuevos proyectos, sino también por el filtro que supone al identificar las propuestas menos viables, primando por tanto el emprendimiento de calidad.

La principal novedad que se introdujo en la edición de 2012 y que se mantiene este año es el análisis específico del emprendimiento juvenil. Es bien sabido que una de las principales preocupaciones de la sociedad, tanto española como aragonesa, es la alta tasa de desempleo juvenil. En consecuencia, cualquier iniciativa que permita mejorar la información disponible sobre este colectivo con el fin de diseñar, en su caso, las políticas adecuadas tendentes a mejorar su situación, debe ser bien recibida. En este sentido, los datos que se desprenden del informe ponen de manifiesto que los valores y actitudes de los jóvenes (entendiendo como tales a aquellos aragoneses con edad inferior a 35 años) con respecto al emprendimiento no difieren, en lo sustancial, de los observados en la población adulta, con la única excepción de la percepción de oportunidades, dimensión en la que los jóvenes identifican mayores posibilidades que los adultos (18,4% frente al 12,2%). En cuanto a los niveles de creación de nuevas empresas, el índice TEA es este año inferior en este colectivo (3,7% frente al 4,5% de los adultos), cuando en 2012 los jóvenes mostraban tasas de emprendimiento algo superiores. No obstante, las diferencias más acusadas se perciben en el emprendimiento potencial: casi un 11,2% de los jóvenes aragoneses tienen la intención de crear su propia empresa en el corto plazo, frente a un 6,1% de los adultos. Por ello, cualquier iniciativa tendente a apoyar el emprendimiento entre los más jóvenes a buen seguro influirá positivamente en el futuro, tanto desde el punto de vista de la generación de riqueza como desde la creación de empleo. En este sentido, medidas como las recogidas en la ley de emprendedores recientemente aprobada por el gobierno de la nación deberían incidir positivamente en los niveles futuros de creación de empresas.

En definitiva, este informe GEM Aragón 2013, enmarcado dentro del proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), supone un hito importante en la evaluación de la actividad emprendedora dentro de la Comunidad Autónoma. Los resultados que se derivan del mismo deben evaluarse de forma conjunta con el resto de iniciativas puestas en marcha desde otras instituciones (Gobierno de Aragón, Instituto Aragonés de Fomento, Cámaras de Comercio, etc.), con el fin de dotar de la mayor eficacia a las distintas actuaciones. Es precisamente en estos momentos de dificultad cuando la intervención de los poderes públicos

resulta especialmente relevante y es de esperar que las iniciativas que se están adoptando, tanto en la Comunidad Autónoma como desde el Gobierno de la Nación, puedan resultar de especial valor una vez superado este periodo de dificultad.

En este sentido, una de las principales actuaciones que se lleva a cabo en la Comunidad Aragonesa es el Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED), impulsado desde la *Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa 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 trece años de vigencia del programa se han atendido en torno a 12.000 propuestas. De todas ellas, 3.858 se han convertido en nuevas empresas, lo que significa aproximadamente uno de cada tres proyectos atendidos (32%). Y lo que es más importante, la mayoría de los proyectos descartados se han desestimado sin llegar a ponerse en marcha, normalmente por entender que la propuesta no resultaba viable. Si pensamos sólo 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, lo que puede situar a nuestra Comunidad en una posición de *desventaja* en relación con otras regiones. Recordemos que, según se ha mostrado en el capítulo 1 de este informe, el TEA en Aragón se sitúa en el 4,2%, frente al 5,2% que se observa en el promedio nacional, aunque también es cierto que algunas de las comunidades más pujantes del país, como Navarra o el País Vasco, presentan tasas inferiores a la aragonesa. Sin embargo, un menor número de empresas creadas podría verse compensado por la mayor calidad de las mismas, con la consiguiente reducción en el número de abandonos y un mayor volumen de emprendimiento consolidado. Es cierto que en estos últimos años se ha generalizado en la sociedad un interés por elevar las tasas de emprendimiento, pero más importante todavía es que las empresas creadas pervivan en el tiempo. En línea con este argumento, es evidente que los poderes públicos deben apoyar la creación de nuevas iniciativas, pero también lo es que los esfuerzos deberán orientarse hacia aquellas actividades con mayores probabilidades de éxito, fundamentalmente por dos motivos. Por una parte, en la medida en que los recursos disponibles son siempre limitados, una asignación eficiente de los mismos permitirá incrementar el número de iniciativas atendidas, con el consiguiente efecto en el bienestar social. Por otra, el fracaso empresarial tiene implicaciones, en ocasiones muy importantes, desde el punto de vista personal, por lo que la identificación anticipada de dichos fracasos tendrá igualmente efectos positivos sobre la sociedad.

Evidentemente, la magnitud del programa PAED es reducida en relación con el número total de iniciativas en marcha dentro de la Comunidad, pero es importante poner de manifiesto en este punto que, aunque el índice TEA es algo más bajo en Aragón, la información recogida en este documento ha puesto de manifiesto que la tasa de abandonos es sustancialmente inferior, mientras que la supervivencia de las empresas aragonesas (aproximada a través del volumen de emprendimiento consolidado) es más elevada. La figura 11.1, que pone en relación la tasa de supervivencia en el tiempo de las empresas creadas al amparo del programa PAED, en relación con la media española,¹¹ corrobora esta afirmación. Frente a las cifras habitualmente manejadas en la literatura, según las cuales menos de la mitad de las empresas creadas no superan los cinco años de vida (otros estudios también ponen de manifiesto que sólo una cuarta parte de las empresas alcanza los diez años), casi cuatro de cada cinco empresas creadas bajo la metodología PAED superan los cinco años de vida. Es importante, por último, destacar que la mayoría de las empresas creadas lo han sido en pequeños núcleos de población (del total de proyectos puestos en marcha, el 55% lo han sido en la provincia de Huesca y casi el 26% en Teruel, mientras que Zaragoza sólo representa el 19,6% 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 esta muestra mayoritaria de proyectos de emprendimiento en el ámbito rural que supone el programa PAED le añadimos los proyectos con carácter más urbano, como es el caso de los proyectos de emprendedores puestos en marcha a través del Servicio de Creación de Empresas y Emprendimiento del Instituto Aragonés de Fomento, 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 de 2013.

Y en este caso, un análisis realizado durante el año 2013 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 2008-2012 sigue reflejando casi 20 puntos de diferencia en positivo, al 5 año de existencia de la empresa, para aquellos iniciativas que han recibido el apoyo de estos servicios (61% frente al 42% de supervivencia media en España).

¹¹ Dicha media se obtiene de la información sobre supervivencia empresarial a partir de estudios realizados por el INE.

Figura 11.1.

Comparativa de la media de supervivencia de empresas creadas bajo metodología PAED, con la media de supervivencia de empresas estudiadas por el INE, en el período 2006-2010

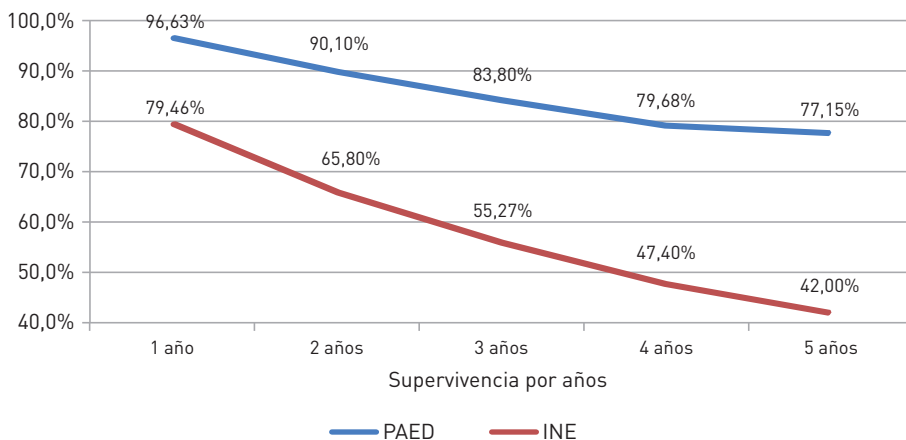
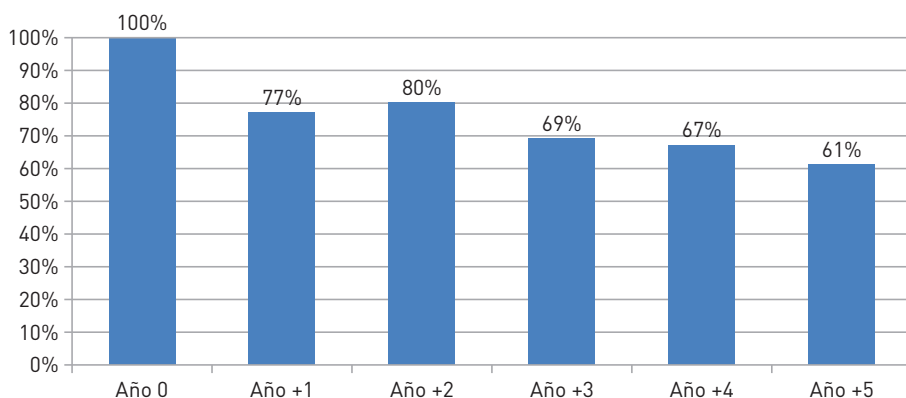


Figura 11.2.

Supervivencia empresas 2008-2012 a través del servicio de apoyo a emprendedores del Instituto Aragonés de Fomento



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 e Innovación, 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, Confederación de Empresarios de Zaragoza, Confederación de Empresarios de Aragón, Instituto Aragonés de Empleo, Asociación de Jóvenes Empresarios de Aragón, Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio, Universidad de Zaragoza, Universidad San Jorge, Caja de la Inmaculada, Ibercaja, Instituto Aragonés de la Juventud, Instituto Aragonés de la Mujer, Fundación Parque Tecnológico Aula Dei, Bantierra, UPTA-Aragón y ASES Aragón. 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 emprendedor aragonés.

Esta estrategia, que está en constante revisión, se materializa en iniciativas como el Concurso IDEA, el Día de la Persona Emprendedora, la gestión y mantenimiento portal único de emprendedores www.aragonemprendedor.com, la Cátedra Emprender de la Universidad de Zaragoza, el Premio Caixa Emprendedor XXI, el Startup Pirates Zaragoza, el Premio Joven Empresario de Aragón, el Diploma de Especialización en Consultoría y Asesoramiento para Profesionales del Emprendimiento, el Proyecto "Territorio Emprendedor", el encuentro UIMP: Emprendimiento, Economía y Sociedad, la homologación de formadores y consultores del emprendimiento así como en otras actuaciones en las que participa la Fundación, como son el Programa Emprender en la Escuela, el programa de radio y televisión "Canal Emprendedor" y el apoyo a centros de coworking y viveros de empresas, entre otras actividades.

Así pues, la Fundación Emprender en Aragón, gracias a estas actuaciones y a la implicación de sus organismos patronos, consigue prestar una gran cantidad de servicios de calidad a los emprendedores en todo el territorio aragonés, favoreciendo su vertebración y contribuyendo a la recuperación de la actividad económica.