

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2015 ARAGÓN

Realizan



Universidad
Zaragoza



FUNDACIÓN
EMPENDER
EN ARAGÓN



Departamento de Economía,
Industria y Empleo



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 Ortega Lapiedra

Sergio Palomas Doña

PATROCINADORES

Gobierno de Aragón.

Departamento de Economía, Industria
y Empleo

Fundación Emprender en Aragón

Edita: Universidad de Zaragoza

Imprime: INO Reproducciones

RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2015

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-CISE	Ana Fernández-Laviada <i>(Directora Ejecutiva GEM-España)</i>	Banco Santander UCEIF-CISE
	Asociación RED GEM-España	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> Asociación RED GEM-España	Asociación RED GEM-España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro <i>(Director GEM-Andalucía)</i>	Universidad de Cádiz
		Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz UTE Fujitsu Magtel
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata <i>(Director GEM-Aragón)</i>	Fundación Emprender en Aragón
		Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino <i>(Directora GEM-Canarias)</i>	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad
	Universidad de La Laguna	Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias
Cantabria	Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada <i>(Directora GEM-Cantabria)</i>	Santander
	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Paula San Martín Espina <i>(Coordinadora)</i> Gemma Hernando Moliner Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Lidia Sánchez Ruiz	Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
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
	Universitat Autònoma de Barcelona	Teresa Obis	Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno <i>(Director GEM-Castilla-La Mancha)</i> Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Adrián Rabadán Guerra	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
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	Universidad de León Fgulem
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 Marina Estrada de la Cruz 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 Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la C. Valenciana 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>(Director Ejecutivo GEM-Extremadura)</i> J. Carlos Díaz Casero <i>(Director Técnico)</i> M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Sodíex CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Philip Morris Spain, S.L. Palicrisa Imedexsa Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Fundecyt-Parque Científico y Tecnológico de Extremadura Fundación Universidad Sociedad Iberdoex Tambo
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Marta Amate López <i>(Directora GEM-Galicia)</i> Fausto Santamarina Fernández José Manuel Maceira Blanco Rafael Serrano Hernández	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Guillermo Viña González Norberto Penedo Rey Enrique Gómez Fernández	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Isabel Neira Gómez <i>(Directora Equipo USC)</i> Sara Fernández López <i>(Coordinadora Equipo USC)</i> María Bobillo Varela Nuria Calvo Babío Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda David Rodeiro Pazos Mercedes Teijeiro Álvarez M ^a Milagros Vivel Búa Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Madrid Ciudad	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López <i>(Director GEM-Madrid Ciudad)</i> Begoña Santos Urda <i>(Coordinadora)</i> Esperanza Valdés Lías <i>(Coordinadora)</i> Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Ayuntamiento de Madrid
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes <i>(Directora GEM-Melilla)</i> Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Comunidad Autónoma de Melilla

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón <i>(Directores GEM-Murcia)</i> Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra King's College London (UK)	Ignacio Contín Pilart <i>(Director GEM-Navarra)</i> Martín Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa
País Vasco	Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Maribel Guerrero <i>(Directora GEM-País Vasco)</i> Iñaki Peña José L. González-Pernía María Saiz Jon Hoyos Nerea González David Urbano	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
Trabajo de campo GEM-España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó <i>(Director gerente)</i> Joaquín Vallés <i>(Dirección y coordinación técnica)</i>	Asociación RED GEM-España

EQUIPO GEM ESPAÑA 2015

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla La Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM Com. de Madrid



GEM Ciudad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



ÍNDICE DE CONTENIDOS

El proyecto GEM Aragón 2015.....	19
I. Introducción	19
II. El modelo teórico GEM.....	19
III. El proceso emprendedor según el proyecto GEM	22
IV. Metodología.....	23
V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2014-2015.....	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	42
1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional 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.....	67
3.1. Introducción	69
3.2. Iniciativas inscritas en el Registro Mercantil.....	69
3.3. Sector general de actividad en que operan las iniciativas empreendedoras aragonesas	70

3.4. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras aragonesas	72
3.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas y de las empresas consolidadas	73
3.6. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	74
3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y en las consolidadas.....	77
3.8. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y en las consolidadas.....	79
3.9. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	81
3.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	82
3.11. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	84

CAPÍTULO 4

Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés.....	87
4.1. Introducción	89
4.2. Sexo	89
4.3. Edad.....	90
4.4. Nivel de estudios.....	91
4.5. Posesión de formación específica para emprender.....	92
4.6. Nivel de renta anual.....	93
4.7. Tamaño del hogar (hábitat).....	94
4.8. Situación laboral.....	94
4.9. Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2015.....	95

CAPÍTULO 5

La financiación del proceso emprendedor en Aragón.....	97
5.1. Introducción	99
5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una start up.....	99
5.3. El papel del inversor informal en Aragón y en el entorno GEM ...	100
5.4. Distribución y perfil de los inversores privados en negocios ajenos	102

CAPÍTULO 6	
Actitudes, motivación y capacidad para emprender en la población aragonesa	105
6.1. Introducción	107
6.2. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón	108
6.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender	109
6.4. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	111
6.5. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender	115

CAPÍTULO 7	
Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	117
7.1. Introducción	119
7.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	119
7.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón	122
7.4. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno	127

CAPÍTULO 8	
Actividad emprendedora en las zonas rurales	129
8.1. Introducción	131
8.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana	132
8.3. Principales indicadores del proceso emprendedor en el ámbito rural y en el urbano	134
8.4. A modo de conclusión	135

CAPÍTULO 9	
El emprendimiento juvenil	137
9.1. Introducción	139
9.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven	140
9.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón.....	141
9.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.....	143
CONCLUSIONES	145

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) 2008-2015. Evolución ...	33
1.2.	Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2008-2015. Evolución (%).....	35
1.3.	Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2008-2015.....	37
1.4.	Tasa de Actividades Abandonadas en Aragón y España. 2008-2015.....	39
1.5.	Evolución de la Tasa de Actividades Consolidadas y Abandonadas con respecto al TEA, 2008-2015	39
1.6.	Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población entre 18 y 64 años (2015)	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 2015 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 2015, 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 2015 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 2015 clasificados en función de su grupo económico	54
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 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 (2008-2015)	70
3.2.	Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2008-2015)	71
3.3.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal	73
3.4.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal	74
3.5.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados esperado a cinco años vista	75
3.6.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista	76
3.7.	Comparación de la expectativa de alto crecimiento en Aragón en relación con el resto de regiones españolas	76
3.8.	Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con los países de la OCDE	77
3.9.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal.....	78
3.10.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal.....	79
3.11.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal	80
3.12.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal	80

3.13. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal.....	81
3.14. Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal.....	82
3.15. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal.....	83
3.16. Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal.....	83
3.17. Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal.....	84
3.18. Distribución de las empresas en fase consolidada según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal.....	85
5.1. Importancia del inversor informal: regiones españolas	101
5.2. Importancia del inversor informal: países OCDE	102
5.3. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión	104
6.1. Comparación regional del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región	108
6.2. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades (Aragón y países de la OCDE) ...	109
6.3. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera tiene buenos conocimientos, habilidades y experiencia para emprender.....	111
6.4. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera tiene buenos conocimientos, habilidades y experiencia para emprender, países de la OCDE	112
6.5. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que emprender proporciona un buen estatus social	113
6.6. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que emprender proporciona un buen estatus social, países de la OCDE	113
6.7. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que los medios de comunicación dan buena cobertura al emprendimiento	114

6.8.	Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que los medios de comunicación dan buena cobertura al emprendimiento, países de la OCDE	114
6.9.	Percepciones, valores y aptitudes de los aragoneses respecto al resto de España y de países GEM de la Unión Europea.....	115
7.1.	Valoración de los expertos: factores del entorno	120
7.2.	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	127
8.1.	Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana	132
8.2.	Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas.....	133
8.3.	Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2015.....	134
8.4.	Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia..	135
9.1.	Evolución de la tasa de desempleo en menores de 25 años en Aragón por sexo	139
9.2.	Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven y adulta	141
9.3.	Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2008-2015).....	143
10.1.	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 2008-2012 ..	154
10.2.	Supervivencia de las empresas creadas a través del programa PAED (2001-2015)	154

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, 2015. Descomposición.....	32
1.2. Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2015.	34
1.3. Estimación del número de emprendedores incipientes.....	34
1.4. Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2008-2015 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 2015 y su comparación con el período 2008-2015	37
1.6. Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a julio de 2015 y su comparación con el período 2008-2015	38
1.7. Estimación del número de emprendedores potenciales en 2015 y comparación con el período 2008-2015	51
2.1. Iniciativas emprendedoras según clase y motivación	59
3.1. Registro empresarial	70
3.2. Número de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas.....	72
4.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor .	90
4.2. Evolución del TEA femenino y masculino en Aragón, 2008-2015.....	90
4.3. Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años)	91
4.4. Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (%).....	91
4.5. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)	92
4.6. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)	92
4.7. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (%).....	93
4.8. Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (media)	94
4.9. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor (%) ...	94
4.10. Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2015.....	95

5.1.	Características y distribución del capital semilla en 2015.....	100
6.1.	Entorno social: la motivación para emprender en la población aragonesa (porcentaje de respuestas afirmativas, 2015).....	110
7.1.	Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno	122
7.2.	Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón según la valoración de los expertos consultados	123
7.3.	Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora en Aragón, según la valoración de los expertos consultados ...	124
7.4.	Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor	125
7.5.	Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón	126
8.1.	Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2015)	131
9.1.	Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor.....	142
9.2.	Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2015	144

EL PROYECTO GEM ARAGON 2015

I. Introducción

Por octavo año consecutivo, Aragón elabora el informe sobre la situación de la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma a partir de los datos proporcionados por el observatorio *Global Entrepreneurship Monitor* (más conocido como proyecto GEM).

GEM es un observatorio internacional 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 en aproximadamente setenta 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:

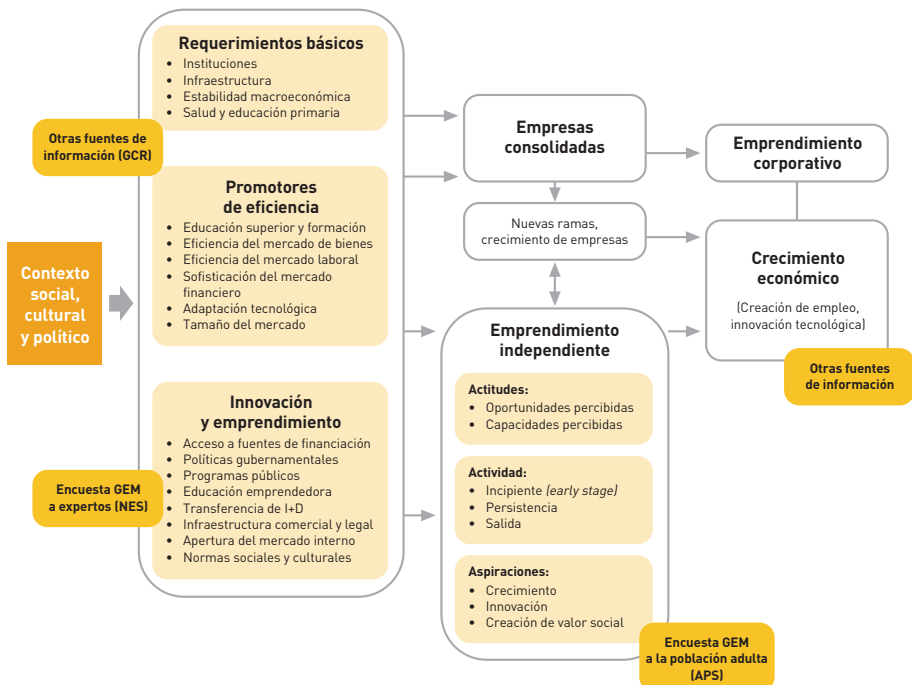
- 1) La elaboración de un **índice de actividad emprendedora**, distinguiendo entre el desarrollo de iniciativas empresariales (iniciativas en fase embrionaria, entendidas como aquellas actividades que tienen como objetivo poner en marcha un negocio que aún se encuentra en fase de organización y formalización; en la práctica, esto incluye las iniciativas en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no ha pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses) 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, entre otros aspectos.
- 4) Incorporación de **variables que reflejan la preocupación política y social sobre determinados aspectos relacionados con la creación de empresas**, tales como la incidencia de la participación femenina en el fenómeno emprendedor, la importancia de la actividad emprendedora en las zonas rurales o el emprendimiento corporativo. 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 Competiti-*

veness Report.¹ El primer grupo de países incluye a aquellas naciones menos desarrolladas y que basan su economía en los recursos productivos (y que reciben la denominación de economías impulsadas por los factores), mientras que las que han completado el ciclo de los requerimientos básicos se hallan inmersas en el segundo estadio (economías impulsadas por la eficiencia), en el que el impulso económico se logra a través de una mayor oferta y acceso a la educación y formación superior, una mayor eficiencia de los mercados de bienes y trabajo, una 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 este informe, esta clasificación de las distintas

Figura 0.1.

Contexto institucional y relación con el emprendimiento



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

¹ El Global Competitiveness Report (GCR), cita a los países mediante las expresiones anglosajonas: "factor driven", "efficiency driven" e "innovation driven" para indicar su nivel de desarrollo desde el estadio más bajo al más elevado. Para más información, consultar los informes GCR en su página web: <http://www.weforum.org>

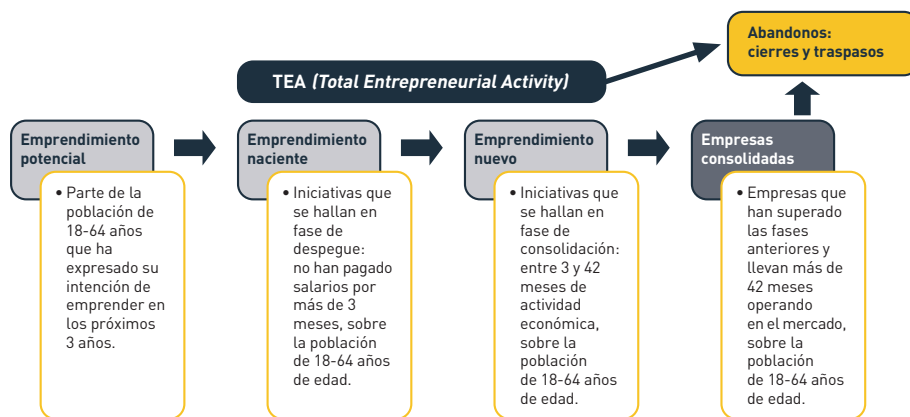
economías según su motor de desarrollo ayudará a comprender mejor y relativizar las tasas de actividad emprendedora que se producen dentro de las mismas. En particular, dicha clasificación se utiliza a lo largo de los dos primeros capítulos del informe, en los que se presentan los principales indicadores relacionados con la actividad emprendedora. Con el fin de no alargar excesivamente el documento, a partir del capítulo tres únicamente se compara la información de la Comunidad con la de los países de la OCDE que participan en el proyecto GEM (también con el resto de comunidades autónomas de nuestro país), por entender que son los más próximos a España (y, por extensión, a Aragón) tanto desde el punto de vista económico como social.

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 2015

En la conceptualización del modelo GEM, el aspecto al cual hay que prestar más atención de cara a la correcta interpretación de los resultados es el referente al de las nuevas iniciativas empresariales. Cuando se utiliza esta expresión es lógico pensar inmediatamente en el registro

de empresas y en las nuevas altas que tienen lugar en el mismo anualmente. Sin embargo, la definición de las nuevas iniciativas empresariales en el seno del proyecto GEM no se corresponde con esta última concepción, sino más bien con el volumen de iniciativas que se captan en la población en un año determinado y que están en fase incipiente o de consolidación. El momento crítico entre que una iniciativa sea considerada emprendedora o consolidada se establece en 42 meses, tal y como muestra la Figura 0.2, donde se diferencian claramente las etapas del proceso emprendedor que se analizan en GEM.

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

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

IV. Metodología

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

² GEM Aragón 2015 utiliza como única fuente de datos poblacionales de la Comunidad el INE.

- **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.

Tabla 0.1.

Distribución de expertos por área de interés	
Apoyo financiero	5
Políticas gubernamentales	5
Programas gubernamentales	4
Educación y formación emprendedora	4
Transferencia de I+D	4
Infraestructura comercial y profesional	4
Apertura del mercado interno	5
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	5
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 2015, 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	818.584 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	95,0%
Periodo encuestación	Junio-Julio 2015
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.

Provincia	Sexo		Edad					Ámbito		Total
	Hombres	Mujeres	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano	
Huesca	177	163	31	70	85	86	68	137	203	340
Teruel	109	102	21	42	53	54	41	120	91	211
Zaragoza	732	717	129	297	392	350	281	249	1.200	1.449
Total	1.018	982	181	409	530	490	390	506	1.494	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 2015, 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, 2014-2015

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 2014 y 2015.

	Aragón		España	
	2014	2015	2014	2015
(Verde = Incremento en relación con el valor del año anterior, Rojo = Disminución, Negro = La cifra se mantiene)				
TEA, tasa de iniciativas de hasta 42 meses sobre población 18-64 años	2014	2015	2014	2015
TEA total	4,67%	4,15%	5,5%	5,7%
Distribución del TEA, tomado como 100%	2014	2015	2014	2015
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	34,2%	25,2%	29,8%	24,8%
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	60,4%	74,8%	66,1%	73,5%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	5,4%	0,0%	4,2%	1,7%
TEA del sector extractivo	6,6%	7,2%	4,5%	4,9%
TEA del sector transformador	17,3%	18,1%	15,1%	14,5%
TEA del sector de servicios a empresas	20,7%	27,7%	28,7%	29,5%
TEA del sector orientado al consumo	55,4%	47,0%	51,8%	51,1%
TEA sin empleados	47,4%	52,4%	54,7%	50,5%
TEA de 1-5 empleados	41,8%	42,9%	37,1%	44,9%
TEA de 6-19 empleados	7,3%	4,8%	6,5%	4,1%
TEA de 20 y más empleados	3,5%	0%	1,7%	0,5%
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	15,9%	4,8%	14,7%	10,6%
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	11,4%	4,8%	10,7%	8,5%
TEA iniciativas que utilizan tecnología de menos de un año	10,5%	8,5%	11,6%	11,9%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	31,4%	18,9%	32,4%	20,9%
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	1,0%	0,0%	0,1%	0,2%

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

	Aragón		España	
	2014	2015	2014	2015
Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población				
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	36,73%	32,0%	35,7%	33,7%
Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	22,5%	24,9%	22,6%	26%
Posee habilidades, conocimientos y experiencias para emprender	47,18%	42,5%	48,1%	45,3%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	46,57%	42,4%	46,5%	72,1%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	6%	4,9%	8%	6,1%
Ha actuado como inversor informal o <i>Business Angel</i>	3,3%	1,9%	3,7%	3,2%
Valoración media de expertos de las condiciones de entorno (entre 1 y 5)				
Financiación para emprendedores	2,14	2,19	2,14	2,4
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,61	2,65	2,50	2,45
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,37	2,00	2,40	2,32
Programas gubernamentales	3,07	3,31	2,88	2,89
Educación y formación emprendedora en etapa escolar	1,84	1,74	1,84	2,09
Educación y formación emprendedora en etapa post escolar	2,69	2,66	2,61	2,58
Transferencia de I+D	2,55	2,63	2,45	2,36
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,09	3,25	3,03	2,68
Dinámica del mercado interno	2,64	2,50	2,87	2,68
Barreras de acceso al mercado interno (de menos a más favorable)	2,58	2,37	2,47	2,58
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,74	3,80	3,64	3,06
Normas sociales y culturales	2,67	2,60	2,64	2,63



CAPÍTULO I
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN

1.1. Introducción

El capítulo que sirve para dar comienzo al informe GEM Aragón 2015 centra su atención en el estudio de la propensión a la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma. El análisis de esta dimensión resulta importante para entender la dinámica emprendedora, principalmente por dos cuestiones. En primer lugar, y tomando como referencia una lógica temporal, analizar el fenómeno a lo largo de los ocho años que lleva desarrollándose el proyecto nos permite observar la evolución en el tiempo del comportamiento emprendedor de la sociedad aragonesa. Al mismo tiempo, nos faculta para 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. En segundo lugar, si adoptamos una perspectiva transversal, el estudio está en disposición de comparar la situación de la Comunidad con las demás regiones españolas, así como con los demás países que participan en el proyecto GEM. La posibilidad de establecer puntos de comparación con otras comunidades autónomas y con otros países se erige, probablemente, en uno de los elementos clave a destacar en el informe.

La primera cuestión a abordar dentro de este capítulo es el análisis de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés), que definimos 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. Por **iniciativas nacientes** entendemos aquellas actividades que tienen como objetivo poner en marcha un negocio que aún se encuentra en fase de organización y formalización. En la práctica, esto incluye las iniciativas en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no ha pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses. Por **iniciativas nuevas** se entienden 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 que también atraerá nuestra atención en este capítulo es la supervivencia de estas iniciativas en fase de establecimiento y consolidación. En las 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 in-

forme también analiza el abandono de iniciativas emprendedoras y las causas de este. 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

Se entiende por iniciativa emprendedora incipiente todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no excede los 42 meses de vida. El indicador más característico 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 que satisface los requisitos mencionados. Se trata, por tanto, de una medida general, pero bastante informativa, sobre la creación de empresas que ha tenido lugar en los últimos tres años y medio. Constituye, asimismo, el punto de partida en el que se apoyarán las valoraciones encaminadas a caracterizar la situación de la Comunidad en lo que a la creación de empresas se refiere.

La Tabla 1.1 ofrece la información de este indicador para Aragón durante 2015. Concretamente el TEA ascendió al 4,15%. Si descomponemos este dato por tipo de iniciativa, se observa que aquellas denominadas *nacientes* representan menos de un tercio de las actividades emprendedoras, un 1,20% de población adulta involucrada, mientras las *nuevas*, por su parte, aglutinan el 2,95% restante.

Tabla 1.1.

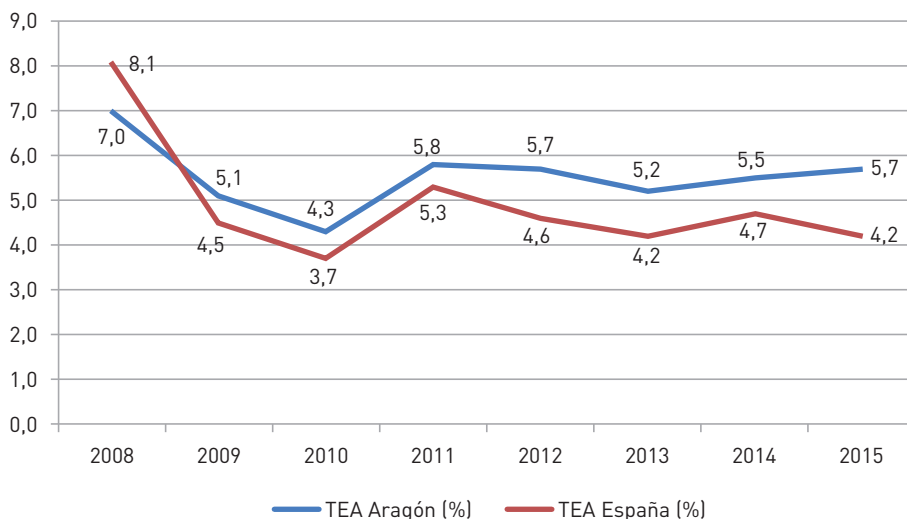
Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2015. Descomposición

TEA ARAGÓN 2015 (% sobre la población entre 18 y 64 años) 4,15%	% de iniciativas nacientes 1,20%
	% de iniciativas nuevas 2,95%

La Figura 1.1 muestra la evolución del TEA desde el año 2008 y su comparación con el dato observado para España. Salvo el primer periodo para el que se dispone de información, el TEA de la Comunidad se sitúa por debajo de la media nacional a lo largo de toda la serie. La senda que dibuja el TEA en nuestra Comunidad es muy similar a la que se observa

Figura 1.1.

Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2008-2015. Evolución



en el conjunto de España: fuerte disminución entre 2008 y 2010, coincidiendo con el periodo más acusado de la crisis económica, una mejoría ostensible en 2011 y una evolución razonablemente estable hasta el último periodo, con aumentos y disminuciones de cuantía reducida. Si nos circunscribimos exclusivamente al último periodo, el TEA para Aragón ha experimentado un ligero descenso (del 4,7% al 4,2%), mientras que a nivel nacional mantiene una cifra similar a la observada en el periodo anterior (dos décimas de incremento).

Con la información que hace referencia al TEA es posible inferir el número de iniciativas emprendedoras existentes en Aragón en el año 2015. Para ello, tomamos como punto de partida la población con edad comprendida entre los 18 y los 64 años a 1 de enero de 2015 (818.584) 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 5.913 y 13.712, mientras que el número de iniciativas *nuevas* se encontraría entre 18.102 y 30.233. Considerando de forma conjunta ambos tipos de iniciativas, se estima que el número de iniciativas emprendedoras en Aragón se encuentra en el entorno de 34.000. La comparación de estas cifras con las obtenidas el año anterior pone de manifiesto un retroceso sustancial en las iniciativas *nacientes* (9.813 frente a las 22.528 de 2014). El fenómeno contrario se observa para las iniciativas *nuevas*, que aumentan considerablemente y pasan de las 16.719 del año 2014 a 24.168 en 2015. La Tabla 1.2 muestra una síntesis de la información descrita.

Tabla 1.2.

Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2015				
Tipo de iniciativas	Estimación puntual (2015)	Estimación puntual (2014)	Estimación por intervalo	
			Extremo inferior	Extremo superior
Nacientes	9.813	22.528	5.913	13.712
Nuevas	24.168	16.719	18.102	30.233
TOTAL	33.980	39.426	26.833	41.128

Es importante notar en este punto que estas cifras no son directamente comparables con la información ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística en el Directorio Central de Empresas (DIRCE). El informe GEM aproxima la actividad emprendedora –concepto que difiere del registro anual empresarial–, distinguiendo entre actividades que se estaban poniendo en marcha (nacientes) y actividades en fase de consolidación de hasta tres años y medio de vida (nuevas), incluyendo todos los sectores y el autoempleo. Por ese motivo, los datos GEM pueden estar incluyendo iniciativas no registradas todavía en el DIRCE al cierre de la presente edición del informe GEM, 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 ofrecía información en relación al número de iniciativas emprendedoras dentro de cada categoría. No obstante, puede resultar de interés estudiar el número de emprendedores que participan en dichas actividades. Ambas cifras pueden diferir en la medida en que una iniciativa involucra frecuentemente a varios emprendedores. En concreto, el número medio de propietarios de cada iniciativa en 2015 es aproximadamente de 1,5, ya que el 61% de las iniciativas emprendedoras tenía un único propietario, el 21,1% tenía dos, el 12,7% tres y el 5,3% restante tenía cuatro o más. Si analizamos estos datos desglosando por tipo de iniciativa, en el caso de las *nacientes*, el 59,7% tenía un único propietario, el 22,1% dos propietarios, el 12,8% tres y el 5,4% cuatro o más. En el caso de las *nuevas* los porcentajes son del 63,5%, 19,2%, 12,3% y 5%, respectivamente. Teniendo en cuenta esta información, la Tabla 1.3 completa la información proporcionada en la Tabla 1.2 al estimar el número de emprendedores incipientes, tanto nacientes como nuevos, en la comunidad aragonesa.

Tabla 1.3.

Estimación del número de emprendedores incipientes			
	2015	2014	Variación
Emprendedores nacientes	15.931	37.318	-57,3%
Emprendedores nuevos	34.468	30.215	+14,7%
Total emprendedores incipientes	50.579	67.533	-25,1%

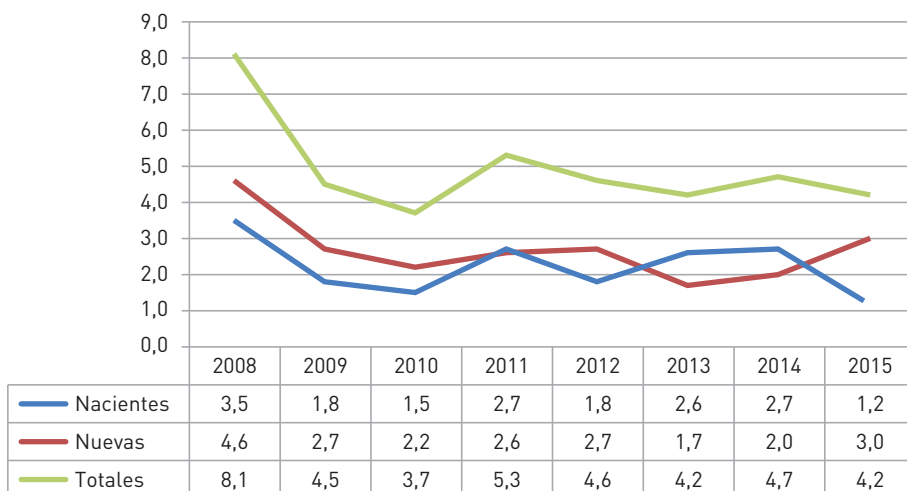
En 2015 en torno a 50.500 personas eran propietarias de una actividad con menos de 3 años y medio de antigüedad, lo que representa un descenso si lo comparamos con los guarismos observados el año anterior. Cabe señalar, como aclaración, que un individuo deja de considerarse emprendedor incipiente bien cuando abandona su actividad, bien cuando esta supera los 42 meses –considerándose, a partir de ese momento, como iniciativa consolidada-. En cuanto al tipo de emprendedores, algo menos de un tercio del total de los propietarios lo son de iniciativas *nacientes*, mientras que el resto lo son de iniciativas *nuevas*. Comparando con el año anterior, el número de emprendedores *nacientes* experimenta un ostensible retroceso en 2015. Por el contrario, el de emprendedores *nuevos* aumenta ligeramente.

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

En este apartado centramos nuestra atención en la evolución del TEA para Aragón en los últimos ocho años, periodo en el que se ha realizado el informe GEM en nuestra Comunidad. Si obviamos la cifra correspondiente a 2008, que es sustancialmente mayor al del resto de la serie, observamos que para el resto del periodo el TEA ha fluctuado entre el 3,7% y 5,3%. Tras el descenso de este indicador hasta el año 2010, en 2011 se atisba cierta recuperación, con un aumento en la tasa de actividad emprendedora propiciado fundamentalmente por el fuerte aumento de las iniciativas *nacientes*. En los siguientes años el TEA muestra una ligera tendencia descendente, que se invierte en 2014 pro-

Figura 1.2.

Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2008-2015. Evolución (%)



ducto del incremento en las iniciativas *nuevas*, aunque vuelve a reducirse en el último periodo como consecuencia de la notable caída que experimentan las iniciativas *nacientes*.

La Tabla 1.4 ofrece una síntesis de la evolución desde el año 2008 hasta el 2015 del número de iniciativas *nacientes* y *nuevas*, así como del conjunto de iniciativas emprendedoras. Hasta 2011 la evolución es similar para *nacientes* y *nuevas*: disminución entre 2008 y 2010 y aparente recuperación en 2011. Sin embargo, en 2012 y en 2013 la evolución de ambos tipos de iniciativas se separa. En el año 2012 se produce un incremento de las iniciativas *nuevas*, acompañado de una reducción de las *nacientes*. El patrón en 2013 es el opuesto: el número de iniciativas *nacientes* aumenta notablemente, mientras que se observa una acusada reducción en el número de iniciativas *nuevas*. En 2014 tanto iniciativas *nuevas* como *nacientes* vuelven a crecer, lo que resulta en el incremento del total de iniciativas incipientes respecto al año anterior. Finalmente, en 2015 las nacientes caen hasta el mínimo histórico de la serie, mientras que las nuevas aumentan notablemente.

Tabla 1.4.

Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2008-2015, en función de la fase en la que se hallan

Fase	Estimación puntual							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Naciente	28.272	15.223	12.983	22.476	15.771	21.660	22.528	9.813
Nueva	37.157	22.835	19.041	21.643	23.313	13.990	16.719	24.168
TOTAL (0-42 meses)	65.429	38.058	32.024	44.119	39.084	35.556	39.426	33.980
Fase	Variación anual							
	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2009-15
Naciente	-46,2%	-14,7%	73,1%	-29,8%	37,3%	4,0%	-56,4%	-65,3%
Nueva	-38,5%	-16,6%	13,7%	7,7%	-40,0%	19,5%	44,6%	-35,0%
TOTAL (0-42 meses)	-41,8%	-15,9%	37,8%	-11,4%	-9,0%	10,9%	-13,8%	-48,1%

1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa

El informe GEM también ofrece información sobre actividades que han superado los tres años y medio de actividad y a las que en terminología GEM se denomina *consolidadas*. En el caso de Aragón, un 6,7% de los individuos encuestados en 2015 declara estar involucrado en una iniciativa de estas características. Aplicando los mismos criterios que en apartados anteriores, este guarismo indica que en la Comunidad el total de empresas que han superado los tres años y medio de existencia es de 55.086.

La Tabla 1.5 nos muestra la evolución del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas *consolidadas* y el número total de estas en el horizonte temporal 2008-2015. Hasta 2011 se observa un aumento sostenido en el número de este tipo de iniciativas. Sin embargo, esta trayectoria se rompe en 2012, cuando se observa un acusado descenso, tendencia que se mantiene hasta el año 2015.

Tabla 1.5.

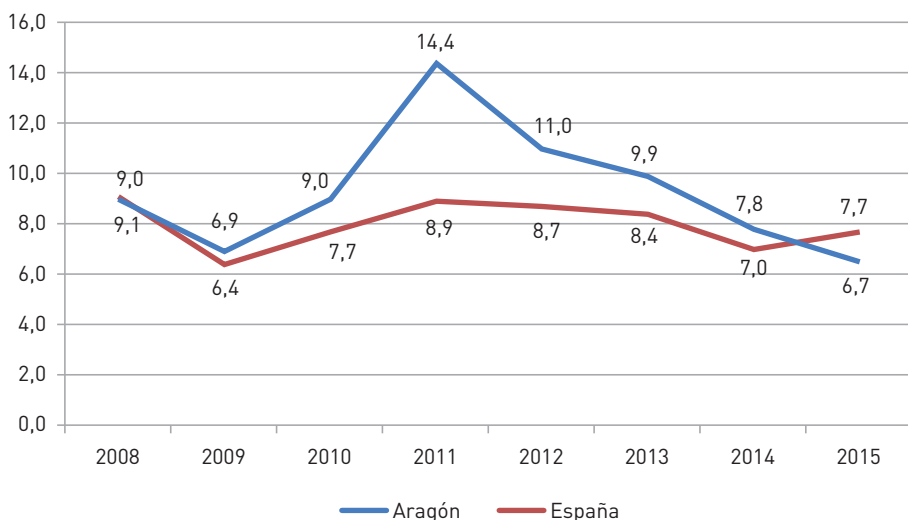
Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2015 y su comparación con el período 2008-2015

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Número de iniciativas	72.698	58.356	77.895	119.870	94.282	83.377	65.762	55.086
% de individuos involucrados	9,0	6,9	9,0	14,4	11,0	9,9	7,8	6,7

La Figura 1.3 ofrece una comparación de los datos para Aragón y España en relación al porcentaje de adultos involucrados en iniciativas *consolidadas*. En el conjunto de la serie, esta dimensión siempre ha mostrado valores superiores en Aragón que en el resto de España, a excepción del último periodo donde la media nacional se sitúa un punto por encima del valor para Aragón. Un análisis más detallado permite observar que la diferencia máxima se produce en 2011, cuando el dato de Aragón era

Figura 1.3.

Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2008-2015



5,5 puntos superior. En 2014 comienza a intuirse un cambio de tendencia que se consolida en 2015. Del análisis conjunto de la serie, para la que ya se dispone de un número de observaciones razonable, sí parece desprenderse la idea de que, con la salvedad hecha del último periodo, Aragón es una región que presenta una proporción de empresas *consolidadas* superior al promedio del país. El último dato disponible exige una lectura pausada y recomienda esperar a la información de 2016, al objeto de determinar si la tendencia se invierte y continúa decreciendo, o si se trata de una cuestión puntual que responde a una coyuntura específica.

Una información que puede resultar de interés analizar de forma complementaria a la consolidación de actividades es su abandono. En 2015, un 1,5% de los encuestados declaró haber abandonado una actividad el año anterior (Tabla 1.6). Este porcentaje indica, si lo traducimos en números absolutos, que en torno a 12.000 iniciativas emprendedoras fueron abandonadas. Es preciso notar que las cifras son prácticamente idénticas a las observadas para los tres últimos periodos, lo que indica cierta estabilización en esta dimensión.

Tabla 1.6.

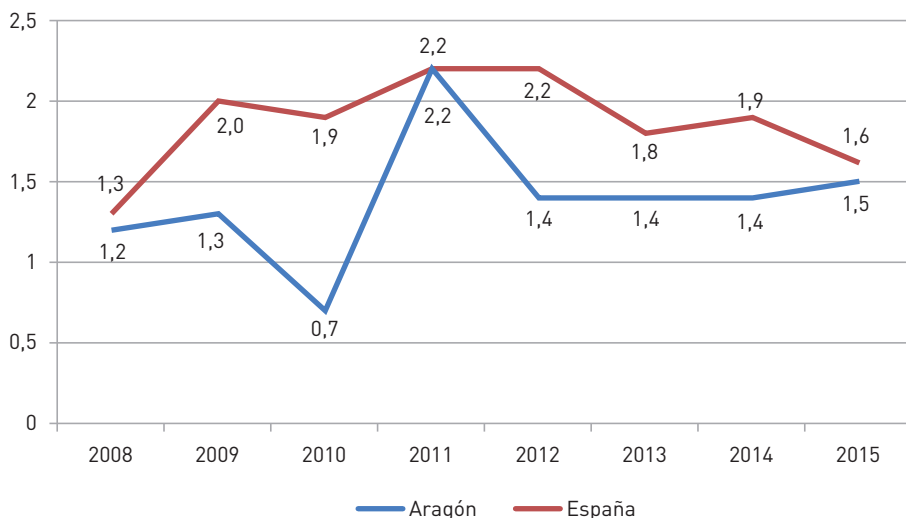
Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a julio de 2015 y su comparación con el período 2008-2015

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Número de iniciativas	9.693	10.994	6.058	18.313	11.999	11.454	12.160	12.238
% de individuos abandonan	1,2	1,3	0,7	2,2	1,4	1,4	1,4	1,5

Si realizamos una comparación de la tasa de abandono con la observada en el contexto nacional, en Aragón se observa una cifra ligeramente por debajo de la media: 1,5%, una décima menos que el promedio del país. Según se desprende de dicha Figura 1.4, el porcentaje de cierres en Aragón se ha mantenido sistemáticamente por debajo de la media del país (con la excepción del año 2011 donde las cifras se igualaban).

Figura 1.4.

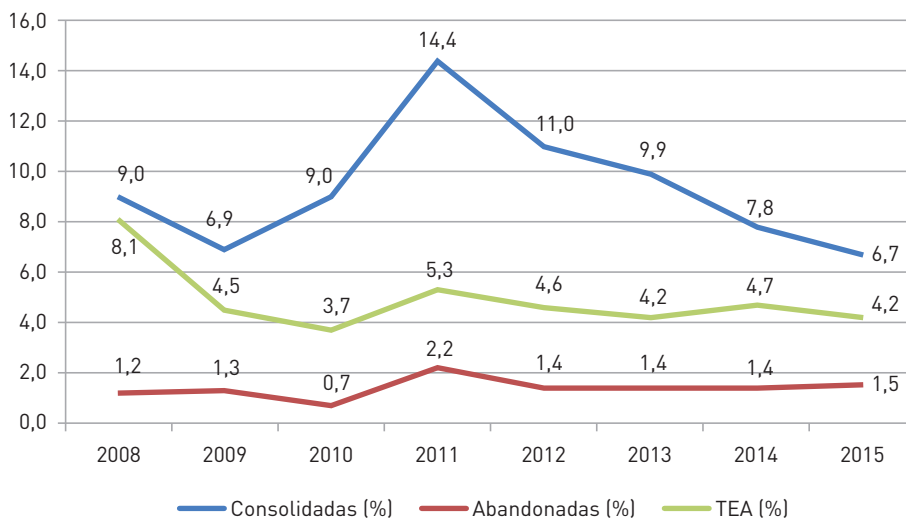
Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2008-2015



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. Como era de esperar, 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. 2008-2015

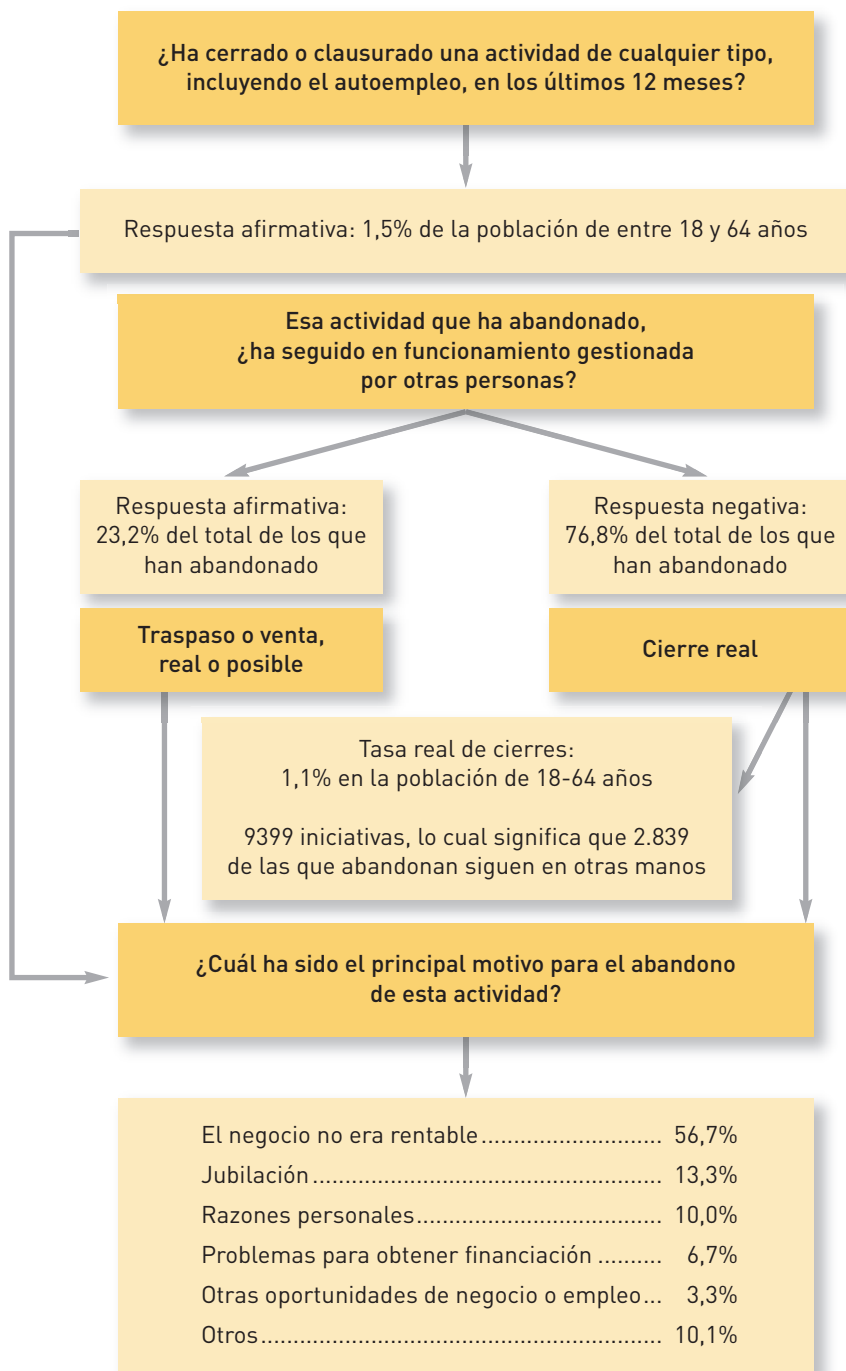


En relación al abandono, es importante notar que no todas las actividades en las que se produce este suponen la desaparición definitiva de las mismas, esto es, algunas de ellas pueden continuar, aunque sea en manos de otros propietarios. La Figura 1.6 nos ofrece una aproximación al porcentaje de actividades que han sido abandonadas de forma definitiva y a aquellas que siguen en funcionamiento. En 2015 el 76,8% de iniciativas abandonadas cerró definitivamente, mientras que el 23,2% continuó en manos de nuevos propietarios. Así, la tasa real de cierres (i.e., abandonos que implican la desaparición de la empresa) se reduce hasta el 1,1%. En términos absolutos esto implica que de las 12.238 iniciativas abandonadas en 2015, 9.399 supusieron un cese real de actividades, mientras que las 2.839 restantes continuaron bajo una nueva dirección. En el conjunto del país, la tasa de abandono efectivo en 2015 es idéntica a la aragonesa y también se sitúa en el 1,1%.

Los motivos por los que puede abandonarse una iniciativa son diversos, con implicaciones que pueden resultar claramente distintas. Así, el abandono por jubilación o por oportunidad de venta tiene implicaciones muy diferentes al abandono por falta de rentabilidad. La Figura 1.6 ofrece algunos detalles sobre el abandono y sus causas. El motivo principal para abandonar la actividad es no alcanzar un nivel de rentabilidad satisfactorio (56,7%), lo que podría asimilarse al fracaso de la misma. El segundo motivo se corresponde con la jubilación del emprendedor (13,3%), seguido por las razones personales (10,0%) y los problemas para encontrar financiación (6,7% de los abandonos).

Figura 1.6.

Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población en con edad entre 18 y 64 años (2015)



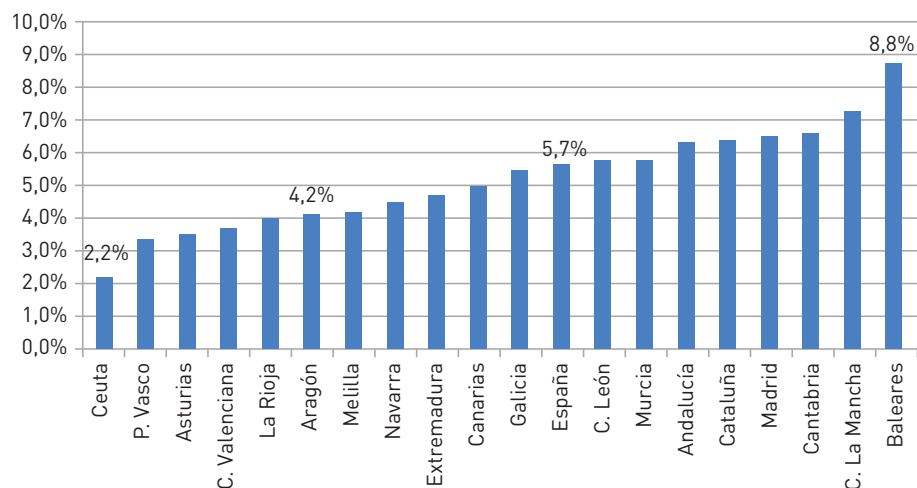
1.5. Actividad emprendedora en el contexto regional e internacional

En los apartados que anteceden a este se ha procedido a comparar los distintos indicadores de la actividad emprendedora a lo largo de los ocho años para los que se dispone información en la Comunidad Autónoma. En lo sucesivo tratamos de completar esta información, situando estos indicadores en el 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.

La Figura 1.7 compara el TEA de Aragón con el del resto de regiones españolas, así como con el promedio del país. En el gráfico se observa que el TEA de Aragón (4,2%) se encuentra, como ya se ha comentado anteriormente, por debajo de la media nacional (5,7%). Comparado con las demás regiones, Aragón se sitúa en el tercio inferior de la clasificación. En el extremo superior destaca Baleares, con Castilla La Mancha o Cantabria también en posiciones destacadas, mientras que en el extremo opuesto se sitúa Ceuta.

Figura 1.7.

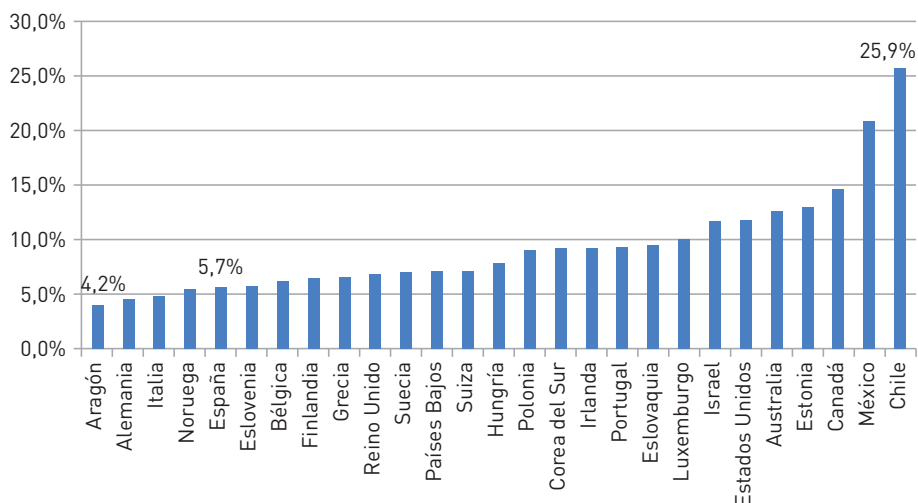
Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas



La Figura 1.8 muestra la comparación con los países de la OCDE que participan en el proyecto GEM. Dicha comparación sitúa a Aragón en el último puesto de la clasificación, aunque en valores muy próximos a los que presentan los países con un menor TEA, como Alemania, Italia o Noruega. Es importante notar que en esta comparación se observa una gran dispersión, como muestran los elevados valores de Chile o México.

Figura 1.8.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE



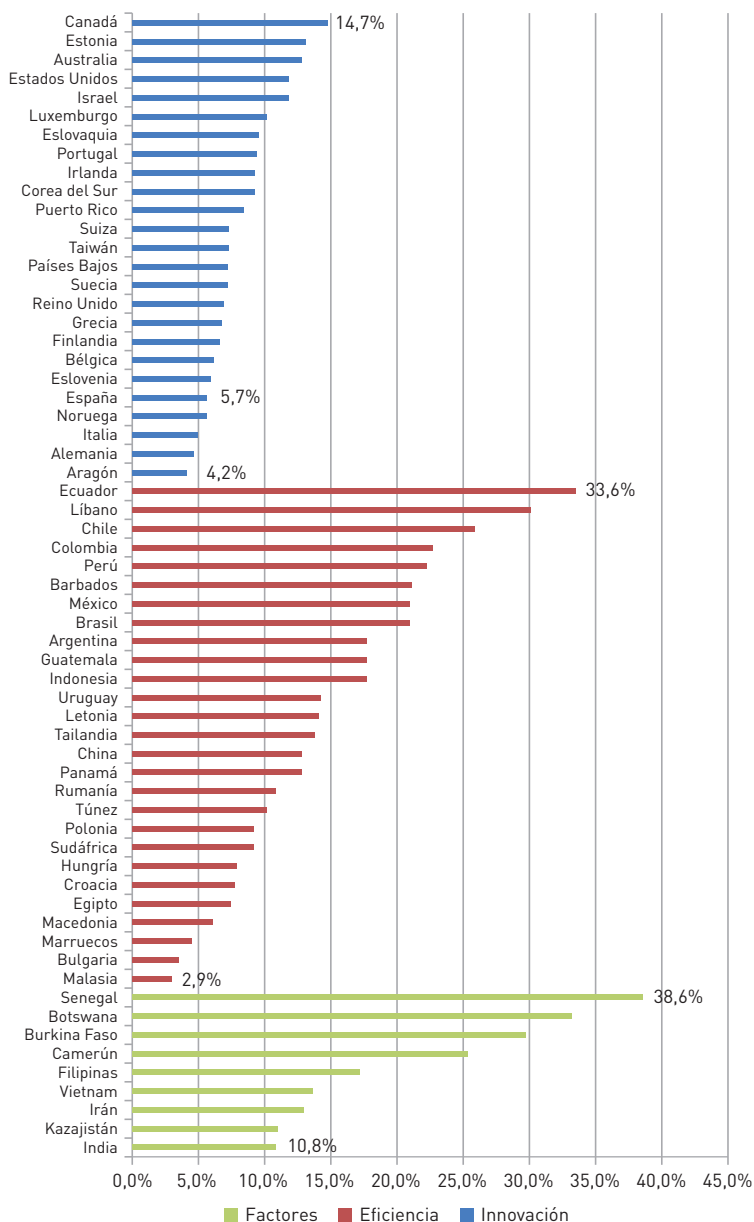
Para terminar con la comparación a nivel internacional, la Figura 1.9 recoge el índice TEA de todos los países que participan en el proyecto GEM. Antes de proceder al análisis de los datos es preciso realizar una aclaración de naturaleza metodológica, que permitirá una mejor interpretación de los mismos. El informe GEM proporciona los resultados de la actividad emprendedora en los países participantes agrupados en tres categorías: (i) economías impulsadas por los factores de producción, (ii) las impulsadas por la eficiencia y (iii) las impulsadas por la innovación. Dentro de las primeras se encuentran fundamentalmente 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 la oportunidad. Dentro del primer grupo, destacan en la clasificación países como Senegal o Botswana, con índices de emprendimiento por encima del 30%.

³ Un análisis más detallado de esta clasificación puede verse en el informe GEM España 2015.

Figura 1.9.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2015 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. Destacan en este grupo países como Ecuador, Líbano o Chile. Finalmente, entre los países desarrollados destacan Canadá, Estonia o Australia, con valores en el entorno del 12-14%. Aragón, que se ubicaría en este grupo, vuelve a ocupar el último puesto de la clasificación, aunque, como en otras ocasiones, con cifras muy similares a las ofrecidas por países como Alemania, Italia o Noruega.

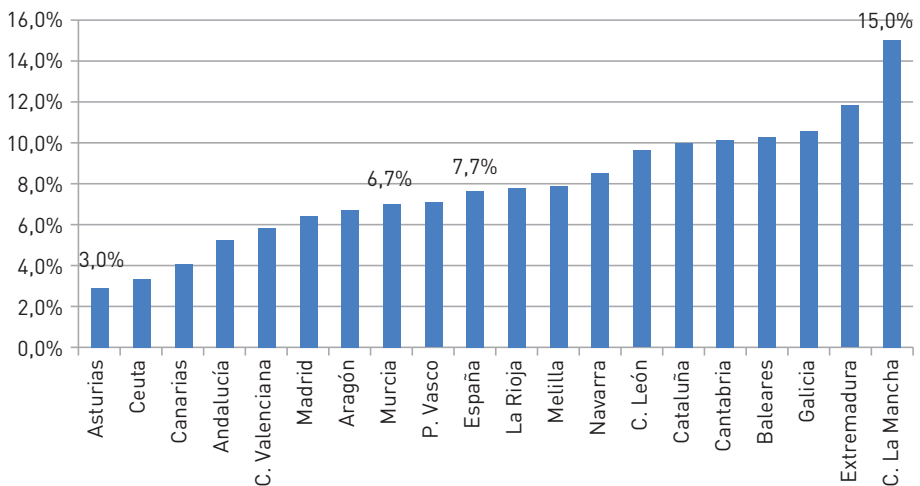
1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional GEM

El proyecto GEM 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 estas iniciativas en las regiones españolas. En el gráfico se observa que Aragón se sitúa en el segundo tramo de la clasificación. Los valores ofrecidos por nuestra Comunidad están lejos de los mostrados por las comunidades que ocupan los últimos lugares. En el extremo opuesto, destacan Castilla La Mancha y Extremadura, con guarismos por encima del 11% en ambos casos.

Figura 1.10.

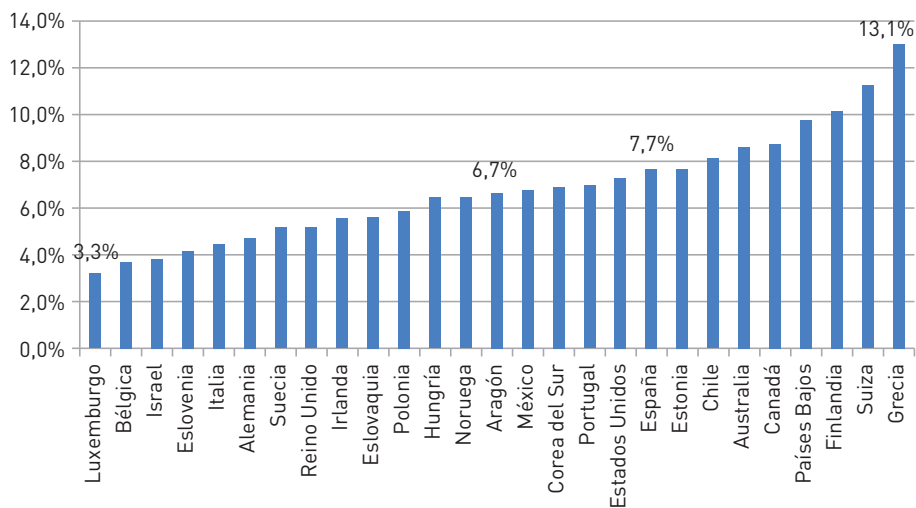
Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas



La Figura 1.11 compara la tasa de iniciativas *consolidadas* en el contexto de la OCDE. En este caso, Aragón ocupa una posición intermedia, en línea con la tendencia mostrada a lo largo de los últimos años, en un ranking que encabezan Grecia y Suiza. Los países con menor tasa de actividades *consolidadas* dentro del marco de la OCDE son Luxemburgo, Bélgica o Israel, que muestran cifras por debajo del 4%.

Figura 1.11.

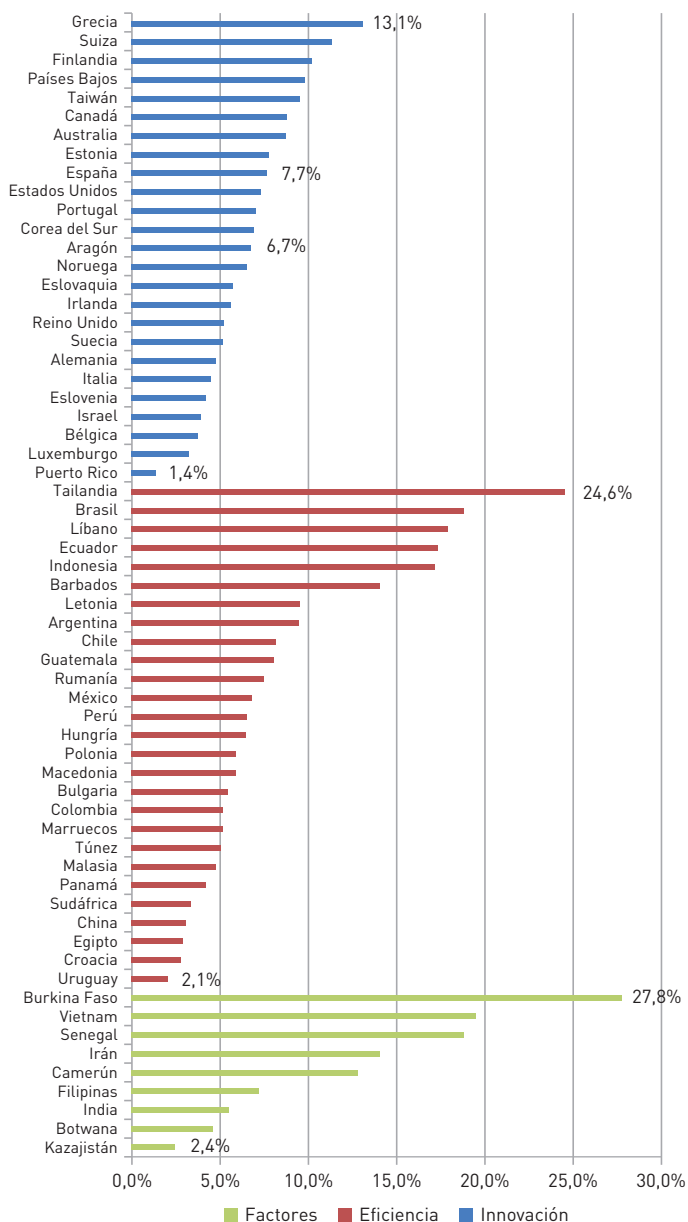
Actividad empresarial consolidada en la OCDE



Finalmente, la Figura 1.12 compara Aragón con el conjunto de países participantes en el proyecto GEM. A la cabeza de iniciativas *consolidadas* entre los países desarrollados se encuentra Grecia (13.1%). Entre los países cuya economía se basa en la eficiencia destaca Tailandia (24,6%), mientras que Burkina Faso (27,8%) lo hace entre las economías basadas en los factores productivos. En la cola de los tres grupos sobresalen Puerto Rico (1,4%), Uruguay (2,1%) y Kazajistán (2,4%).

Figura 1.12.

Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2015, clasificados en función de su grupo económico



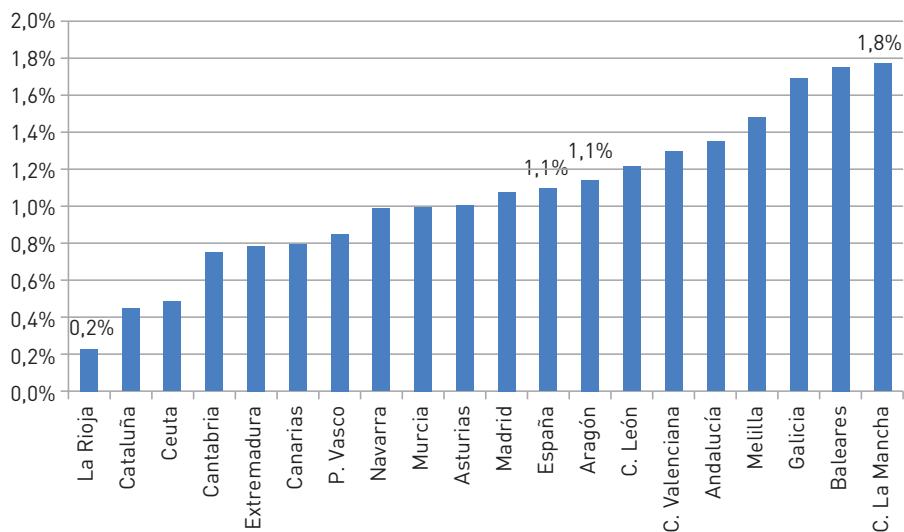
Este apartado concluye con la descripción del porcentaje de adultos que han abandonado una iniciativa en el último año. Como se ha discutido anteriormente, no todos los abandonos suponen el cese definitivo de la actividad. Una parte importante de ellos se produce debido al traspaso de la actividad a 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 el porcentaje de ceses efectivos es el 1,1% y el de abandonos el 1,5%.

En la Figura 1.13 se observa que la tasa de ceses efectivos en Aragón se sitúa en el tramo medio de la clasificación, nueve décimas por encima del nivel más bajo (La Rioja). Además, la Comunidad queda a una distancia de siete décimas del mayor valor entre las regiones españolas, que corresponde a Castilla la Mancha.

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

Figura 1.13.

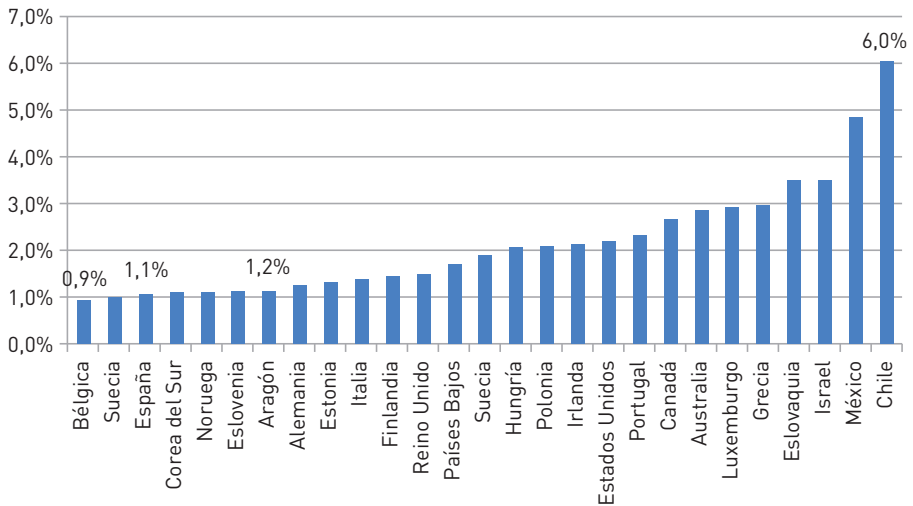
Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas



La Figura 1.14 analiza el cierre de iniciativas teniendo en cuenta todos los países GEM pertenecientes a la OCDE. Las mayores tasas de cese efectivo se dan en Chile (6,0%), país que ha ocupado sistemáticamente esta posición en los últimos años. Aragón, por el contrario, se encuentra cerca del extremo inferior, con un valor próximo a los países que ocupan los lugares más favorables de la clasificación (Bélgica y Suiza).

Figura 1.14.

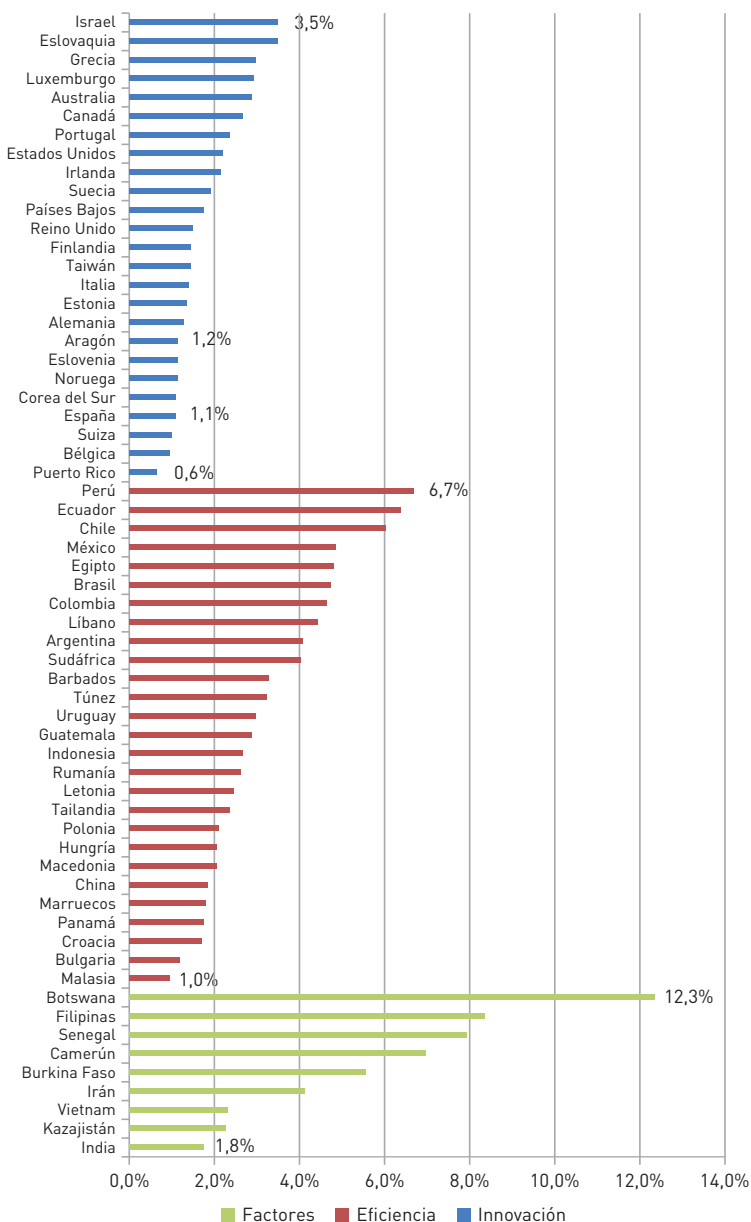
Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE



Finalmente, la Figura 1.15 realiza una comparación para el conjunto de países que participan en el proyecto GEM. Aragón ocupa posiciones de privilegio en esta clasificación. Entre las economías más desarrolladas Aragón se sitúa en el tramo inferior, lejos de los valores que presentan Israel o Eslovaquia. Entre las economías basadas en la eficiencia destacan países como Perú o Ecuador, con tasas de cierre superiores al 6% y Malasia (1,0%), en el extremo opuesto. Finalmente, entre las economías basadas en factores productivos, el mayor y menor valor corresponden a Botswana (12,3%) y la India (1,8%), respectivamente.

Figura 1.15.

Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2015, clasificados en función de su grupo económico



1.7. Potencial emprendedor

El capítulo primero finaliza analizando el potencial emprendedor de Aragón, 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 sintetiza el potencial emprendedor registrado para Aragón en el horizonte temporal 2008-2015. En 2015 un 4,9% de la población adulta declara tener intención de iniciar una actividad a corto o medio plazo. Este valor se encuentra por debajo del observado en el periodo anterior (6,0%). En todo caso, puede observarse que a lo largo de estos ocho años la tasa de potencial emprendedor ha experimentado fluctuaciones bruscas –debido seguramente a que se trata de un indicador muy volátil que se ve altamente afectado por la coyuntura económica– con un valor mínimo del 3,8% en 2009 y un máximo de 11,6% en 2012.

Si aplicamos el porcentaje de emprendedores potenciales sobre el total de la población adulta aragonesa, 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 ligeramente por encima de los 40.000.

Tabla 1.7.

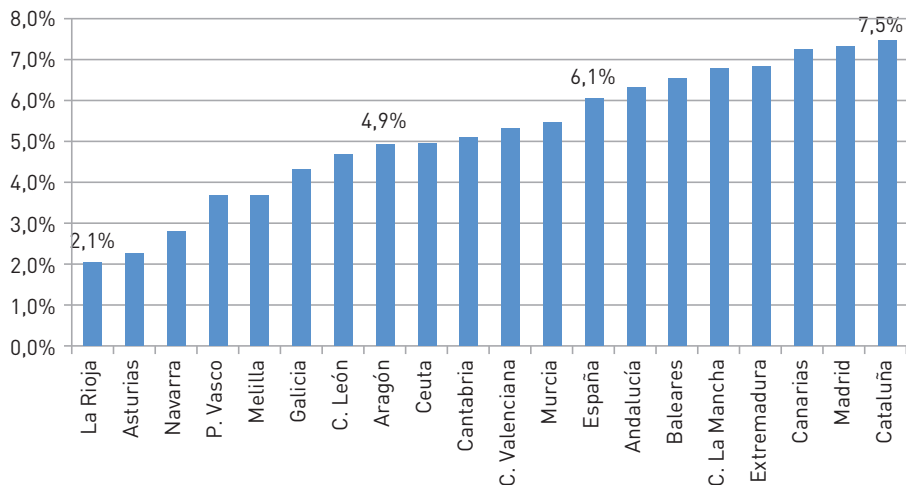
Estimación del número de emprendedores potenciales en 2015 y comparación con el período 2008-2015

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Número de emprendedores potenciales	62.197	32.138	39.813	57.438	99.424	65.510	50.580	40.446
% s/población entre 18 y 64 años	7,7	3,8	4,6	7,0	11,6	7,8	6,0	4,9

La Figura 1.16 nos permite comparar el potencial emprendedor de las diferentes regiones españolas. La tasa de emprendimiento potencial sitúa a la comunidad en la zona media de la clasificación en la que Cataluña y Madrid ocupan las primeras posiciones, con cifras en el entorno del 7,5%, mientras que en el extremo opuesto se encuentran La Rioja y Asturias con valores por debajo del 3%.

Figura 1.16.

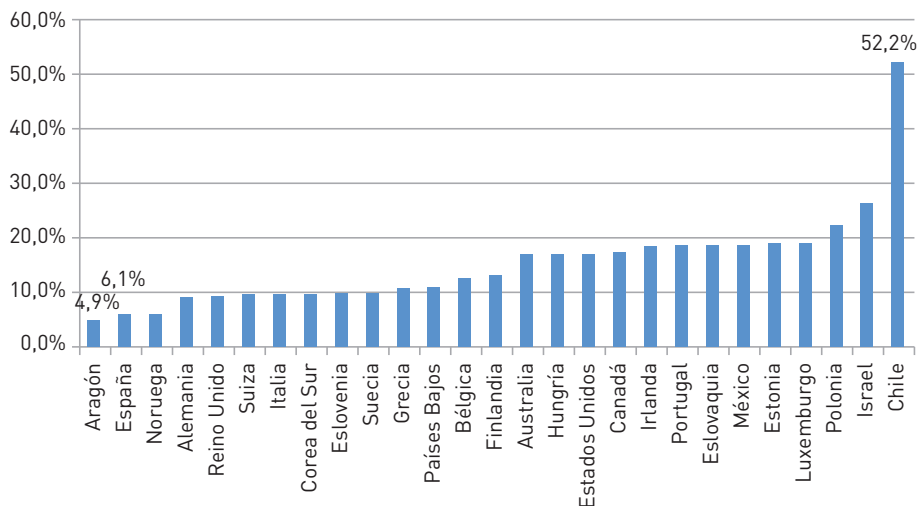
Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española



La Figura 1.17 ofrece información comparada para 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 la última posición en este bloque de países. En el extremo superior destaca Chile donde más de la mitad de su población adulta (52,2%) es considerado un emprendedor en potencia.

Figura 1.17.

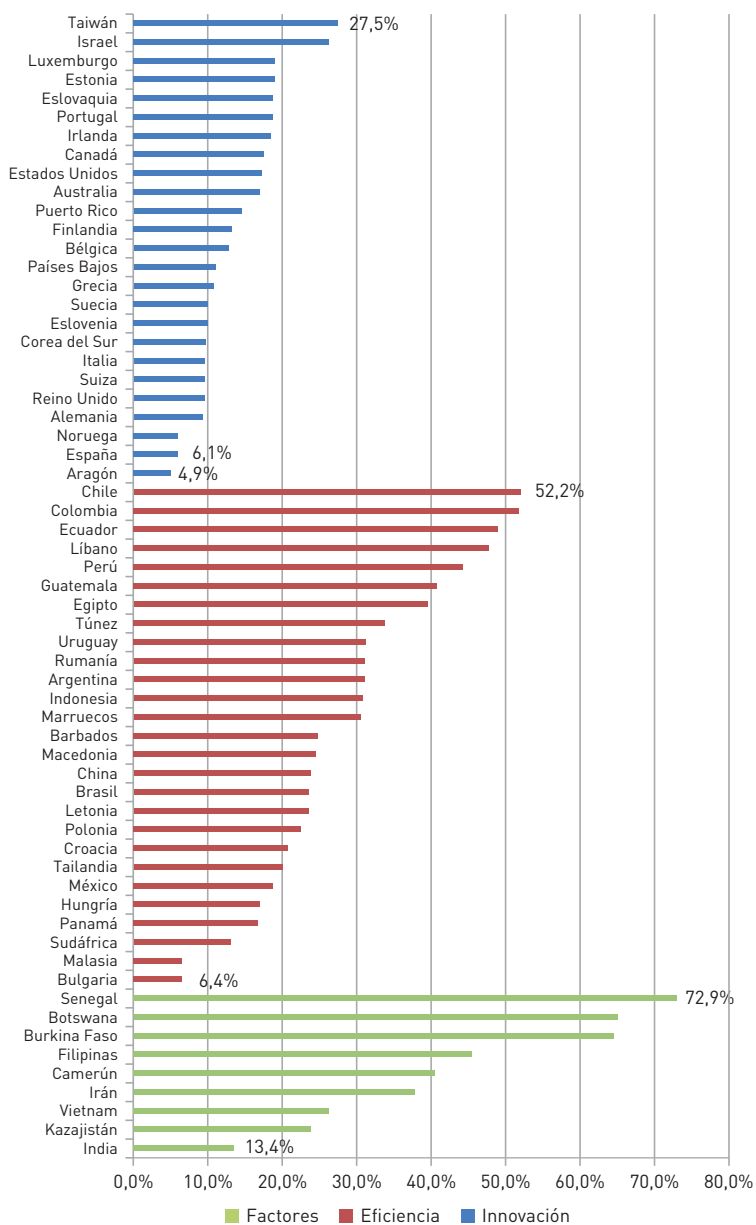
Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE



Finalmente, la Figura 1.18 muestra la comparación con el conjunto de países GEM. De nuevo, la tasa de potencial emprendedor aragonesa se sitúa en el último puesto del panel, junto a países como Noruega o Alemania. Al comparar los 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 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 relacionados 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 siguiente).

Figura 1.18.

Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2015, clasificados en función de su grupo económico





CAPÍTULO 2

TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

2.1. Introducción

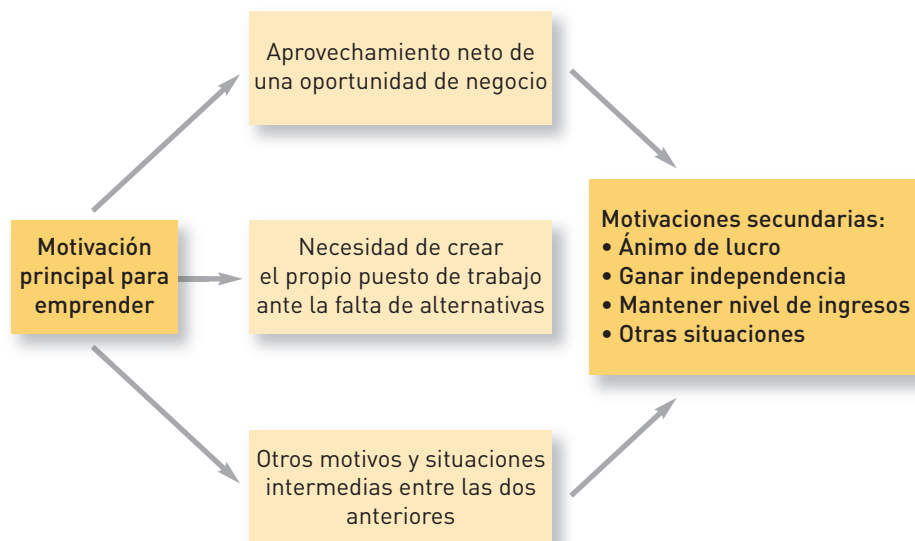
El capítulo 1 ha dibujado una imagen general del comportamiento emprendedor en la Comunidad Autónoma mediante el análisis de indicadores como la intención de comenzar una actividad, las actividades en proceso de desarrollo y consolidación, las actividades ya consolidadas y el abandono de actividades. La principal conclusión que se deriva del primer capítulo es que, aunque la tasa de emprendimiento en Aragón se sitúa por debajo de la media nacional para 2015, existe cierta persistencia de las iniciativas emprendedoras en nuestra Comunidad, que se manifiesta a través de un relativamente elevado nivel de consolidación y un reducido nivel de abandono efectivo.

El capítulo 2 continúa con el estudio del emprendimiento en Aragón a través del análisis de los motivos de los emprendedores para poner 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 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 la calidad 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 de los últimos años, estas precisiones pueden ayudar a entender muchos de los análisis que se muestran en este informe.

Dentro del 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 ilustra este planteamiento. Entre los emprendedores por oportunidad se separa, 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

La Tabla 2.1 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, el porcentaje de emprendedores que asegura verse motivado por la detección de una oportunidad total o parcial es sustancialmente mayor que el de los emprendedores que tratan exclusivamente de satisfacer una necesidad (74,8% frente a 25,2%). Respecto al año 2014, las cifras muestran un aumento importante del emprendimiento por oportunidad (60,4% en 2014) y una consiguiente reducción del emprendimiento por necesidad (34,2% en 2014).

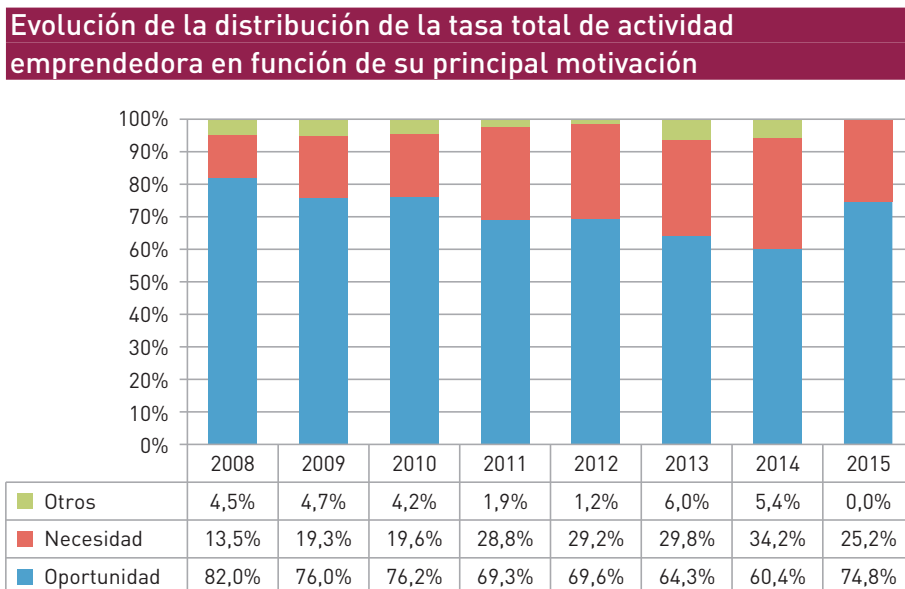
Un análisis complementario que puede resultar de interés consiste en centrarse en las iniciativas nacientes y nuevas por separado, lo que nos permite observar algunas diferencias. Por ejemplo, en el caso de los emprendedores nacientes, un 71,0% indica que su motivación responde a la detección de una oportunidad (total o parcial), frente a un 28,9% que aseguran emprender por necesidad. En el caso de los emprendedores nuevos, sigue predominando la oportunidad total o parcial (76,7% de casos), pero la necesidad tiene una menor importancia relativa que en el caso de los emprendedores nacientes, siendo la principal motivación en el 23,3% de los casos.

Tabla 2.1.

Iniciativas emprendedoras según clase y motivación						
Motivo de su creación	Naciente		Nueva		TEA	
	Sobre población adulta	Sobre Nacientes	Sobre población adulta	Sobre Nuevas	Sobre población adulta	Sobre TEA
Oportunidad pura	0,6%	45,9%	1,2%	38,3%	1,7%	39,8%
Oportunidad en parte	0,3%	25,1%	1,2%	38,4%	1,5%	35,0%
Necesidad	0,3%	28,9%	0,7%	23,3%	1,0%	25,2%
Total	1,2%	100,0%	3,0%	100,0%	4,2%	100,0%

La Figura 2.2 nos ofrece la evolución de la motivación para emprender en el horizonte 2008-2015. Como se acaba de indicar, la detección de una oportunidad ha constituido en 2015 la motivación fundamental para más del 70% de los emprendedores. Además, la figura muestra que 2015 invierte una tendencia creciente en la necesidad como motivación para emprender. En el periodo comprendido entre 2008 y 2014 el emprendimiento por oportunidad había descendido año a año, mientras que la necesidad había experimentado un considerable ascenso. El año 2015 supone una interrupción en esta tendencia, lo que podría interpretarse en clave positiva. En otros términos, si el crecimiento del emprendimiento por necesidad se ha vinculado tradicionalmente a la evolución negativa de la economía en los últimos años, la reducción de la necesi-

Figura 2.2.



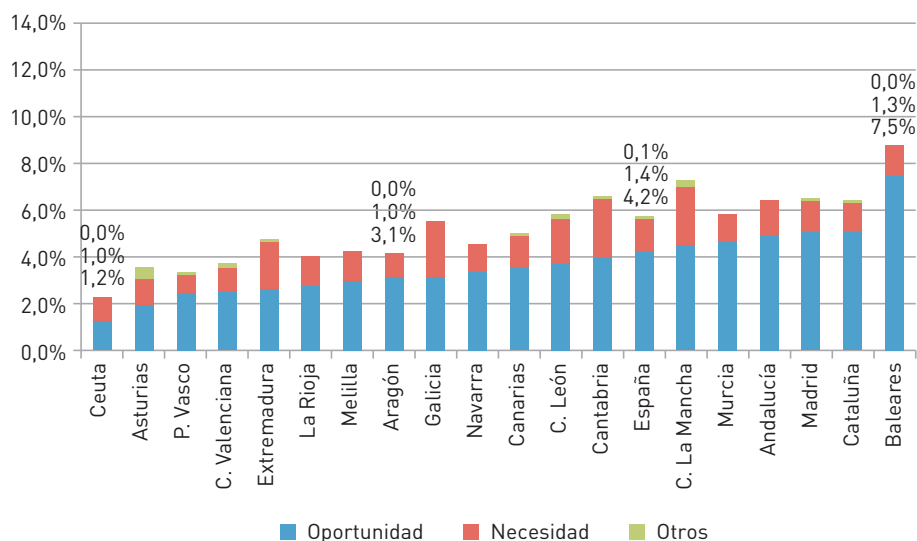
dad como argumento para iniciar una actividad de tipo emprendedor podría estar en sintonía con un paulatino proceso de recuperación de la actividad.

2.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional

La Figura 2.3 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. Con arreglo a esto, las regiones se ordenan en función de su TEA por oportunidad de menor a mayor. Aragón, con un 3,1%, 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 Ceuta, donde un 1,2% de la población declara haber iniciado una actividad al detectar una oportunidad y Baleares, donde este porcentaje es del 7,5%. La comparación de la posición de Aragón en 2015 y 2014 muestra que la Comunidad se sitúa prácticamente en el mismo lugar. En cuanto a los otros dos grupos de la descomposición, las cifras de la Comunidad no distan en demasía de la media nacional, especialmente en lo que se refiere al TEA por necesidad, que presenta valores muy similares.

Figura 2.3.

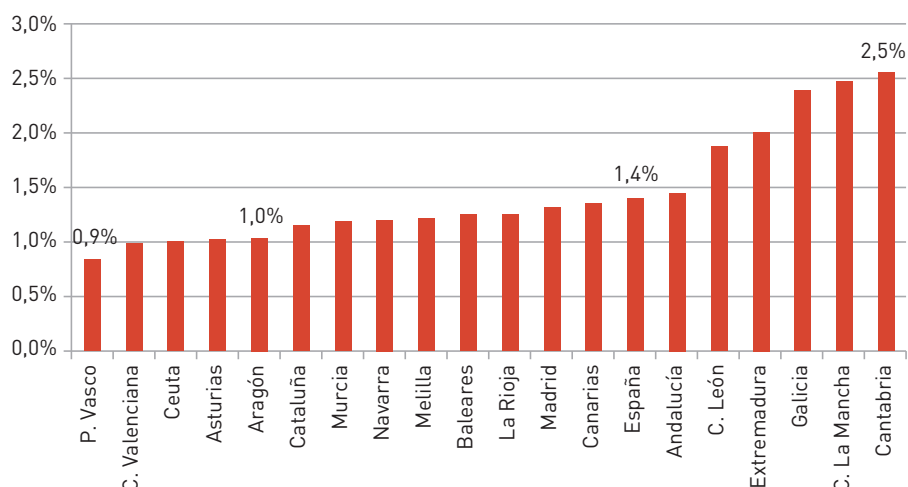
Motivos para emprender: comparación regiones españolas



La Figura 2.4 completa la comparación entre regiones españolas en el análisis de las motivaciones para emprender. En este caso, la ordenación responde al TEA por necesidad. Aragón se sitúa en el tercio inferior de la clasificación, con un 1,0% de adultos implicados en iniciativas emprendedoras motivadas por una necesidad. Este valor está cuatro décimas por debajo del que corresponde a la media nacional. En los extremos, nos encontramos con País Vasco que ofrece el menor valor entre las regiones españolas (0,9%) y Cantabria, que con un 2,5% representa el máximo en esta clasificación.

Figura 2.4.

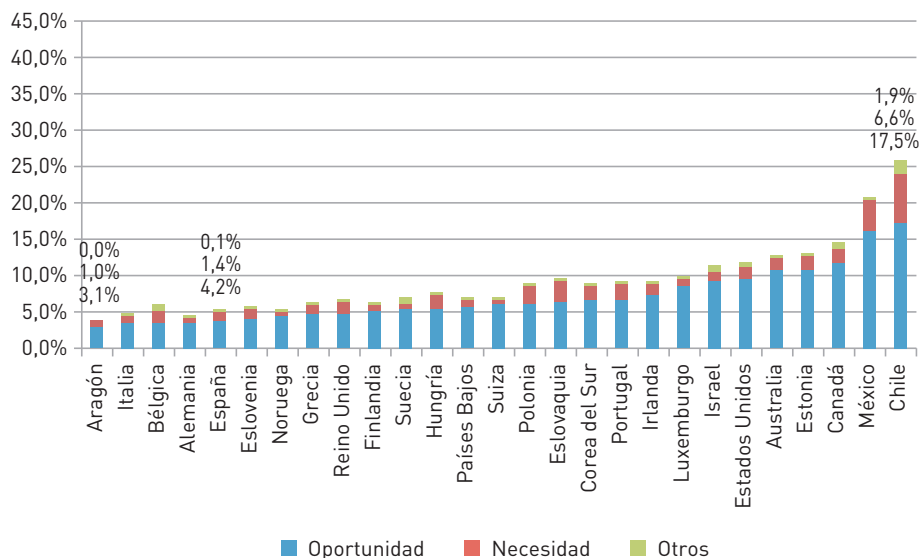
**Necesidad como motivo para emprender:
comparación regiones españolas**



La Figura 2.5 permite situar los análisis anteriores en un contexto internacional. En primer lugar, se compara la composición del TEA por oportunidad de Aragón con el resto de países del proyecto GEM que pertenecen a la OCDE, nuevamente ordenados 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 último puesto, con cifras muy similares a las que presentan, por ejemplo, Italia, Bélgica o Alemania. Cabe destacar, por una parte, que el valor para Aragón, aun siendo más bajo, no se separa en exceso del de la gran mayoría de países representados en la Figura 2.5. Por otra parte, la ordenación del 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.

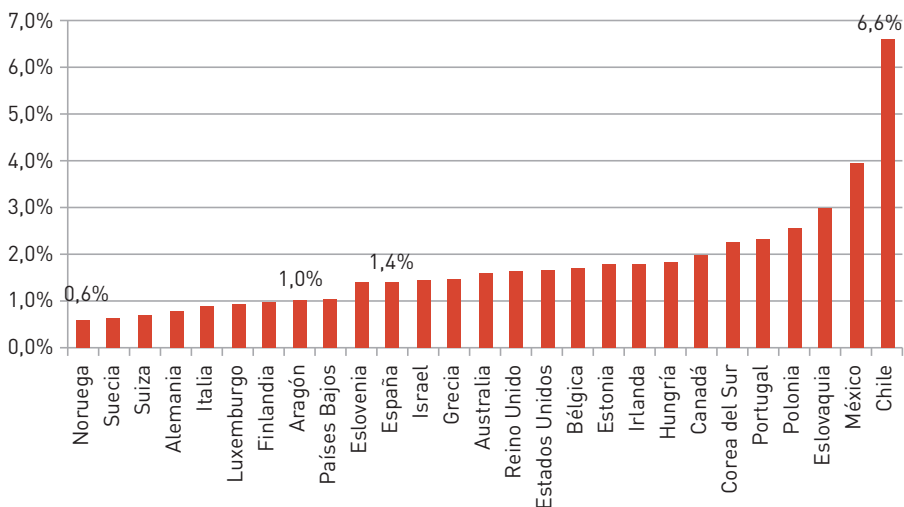
Motivos para emprender: comparación OCDE



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. Aragón ocupa el tercio inferior de la clasificación. Por la parte baja de este ranking destacan Noruega y Suecia, mientras que entre los países con mayor TEA por necesidad sobresale Chile, con cierta distancia sobre el resto de países considerados.

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 procede de forma análoga para el TEA por necesidad.

Entre los países desarrollados, Aragón ocupa nuevamente el último puesto en el TEA por oportunidad (Figura 2.7). A nivel global destaca Senegal, con un 27,7%. 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 rezagada entre los países más desarrollados.

Figura 2.7.

Motivos para emprender: comparación países GEM

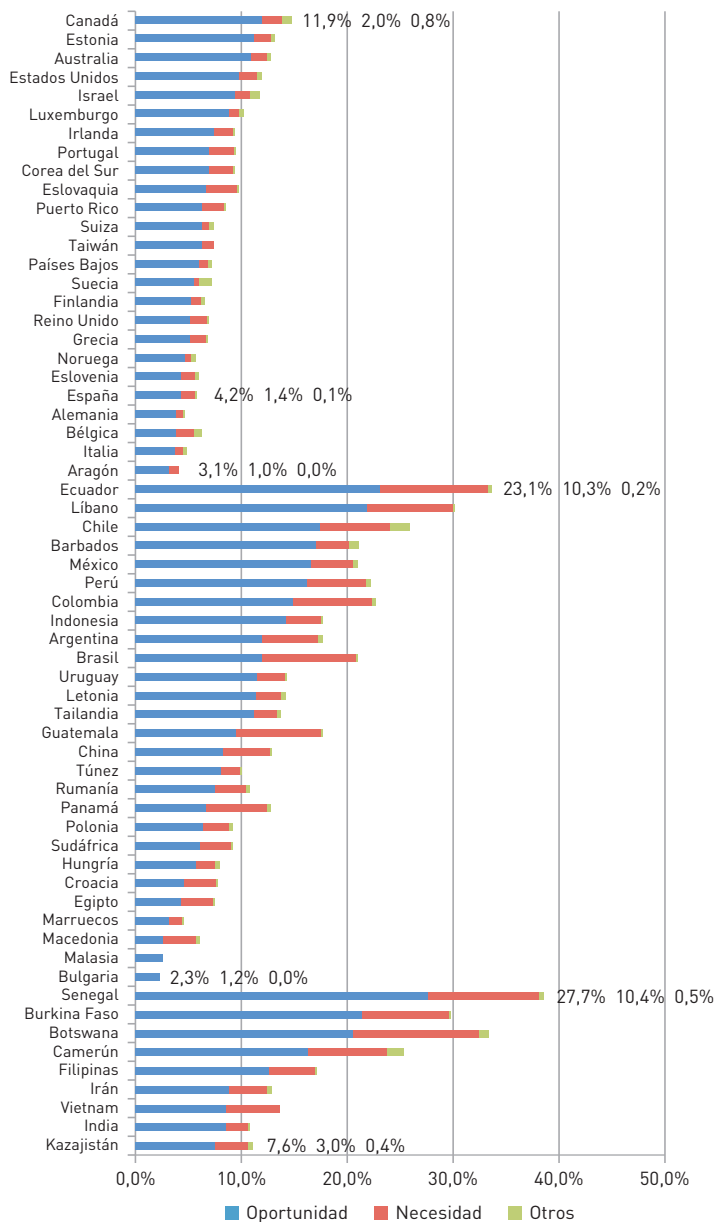
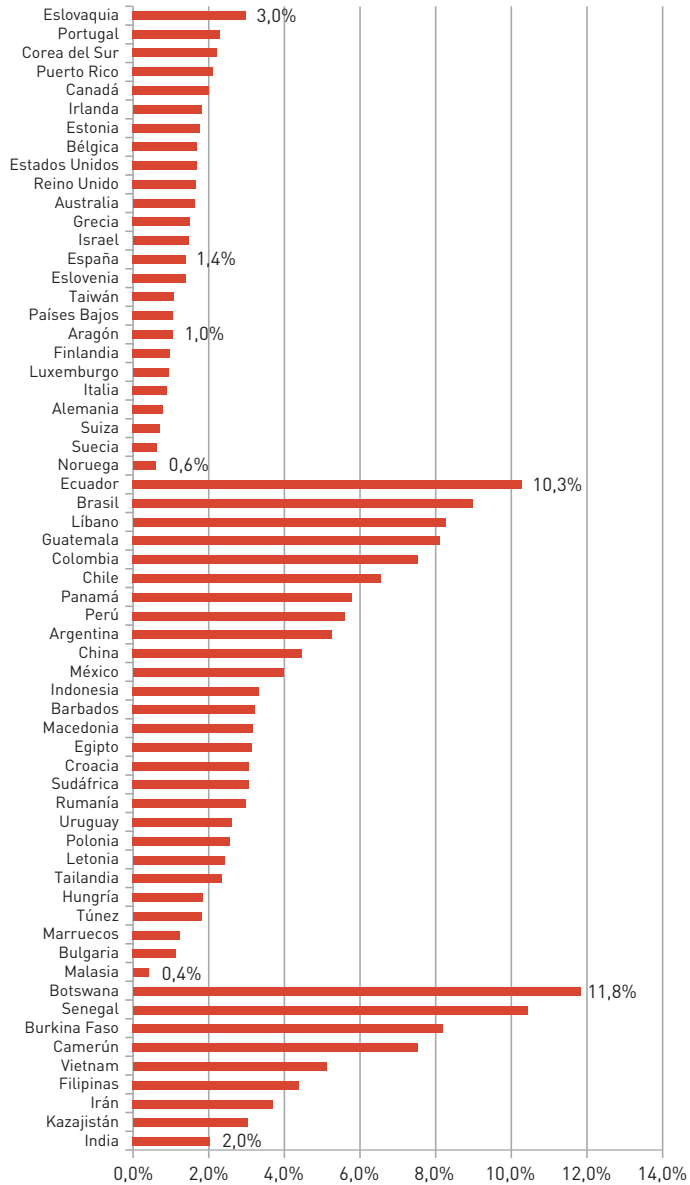


Figura 2.8.

Necesidad como motivo para emprender: comparación países GEM

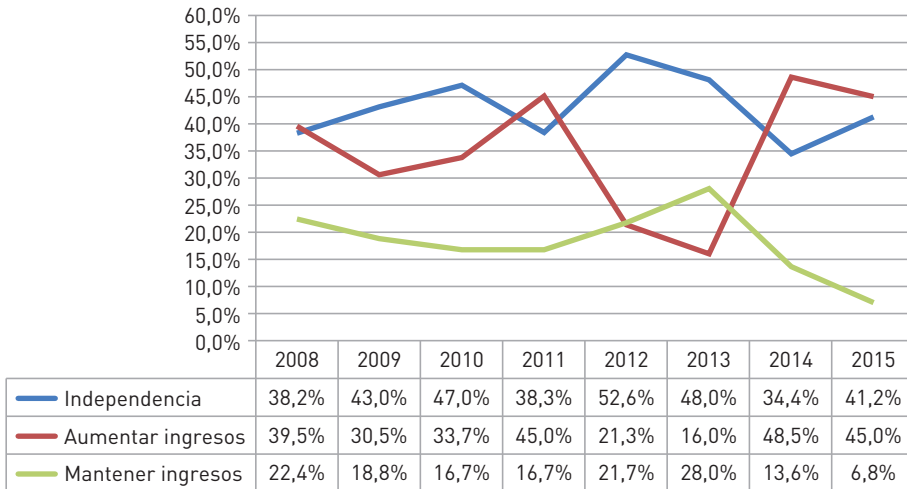


2.4. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad

Este capítulo finaliza analizando las razones que subyacen en la creación de empresas que surgen como resultado de la identificación de una oportunidad. Particularmente, se muestra qué iniciativas se ponen en marcha 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 2008-2015.

Figura 2.9.

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



Como se puede observar en la Figura 2.9, en 2015, más del 40% de los emprendedores por oportunidad deseaban aumentar su independencia. Con excepciones puntuales esta categoría había sido la dominante a lo largo de los últimos años. En 2015, de nuevo una notable mayoría de emprendedores por oportunidad afirman querer aumentar sus ingresos (45,0%), mientras que son minoría en esta ocasión los que buscan mantenerlos (6,8%).



CAPÍTULO 3

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

3.1. Introducción

El objetivo de este capítulo es profundizar en el conocimiento de las actividades resultantes del proceso emprendedor que se desarrollan en nuestra Comunidad Autónoma. Para ello, es importante analizar diferentes dimensiones que caracterizan a las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado. Por lo tanto, en este capítulo se desarrollan diez epígrafes que ayudan a conocer con detalle la dimensión de las iniciativas emprendedoras y consolidadas aragonesas:

- Iniciativas inscritas en el Registro Mercantil (3.2)
- Sector general de actividad en el que operan las iniciativas (3.3)
- Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras (3.4)
- Dimensión de las iniciativas emprendedoras y consolidadas aragonesas (3.5)
- Potencial de crecimiento en el empleo (3.6)
- Innovación en las iniciativas en la fase emprendedora y consolidada (3.7)
- Grado de competencia que afrontan (3.8)
- Uso de nuevas tecnologías (3.9)
- Grado de internacionalización (3.10)
- Grado de expansión esperada en el mercado (3.11)

3.2. Iniciativas inscritas en el Registro Mercantil

Para conocer con detalle cuál es la situación en la Comunidad, GEM Aragón identifica el porcentaje de iniciativas emprendedoras que se dan de alta en el Registro Mercantil. En la Tabla 3.1 se observa como casi la mitad de las actividades nacientes (47,5%) han sido ya registradas. En el caso de las actividades nuevas, sorprende que solo están registradas el 70,5%, mientras que casi una de cada cinco se encuentra todavía sin registrar (el 11% restante de los encuestados manifiesta no saberlo con seguridad). Esta cifra contrasta con la obtenida en el ejercicio precedente, en el que todos los nuevos negocios se encontraban registrados.

Tabla 3.1.

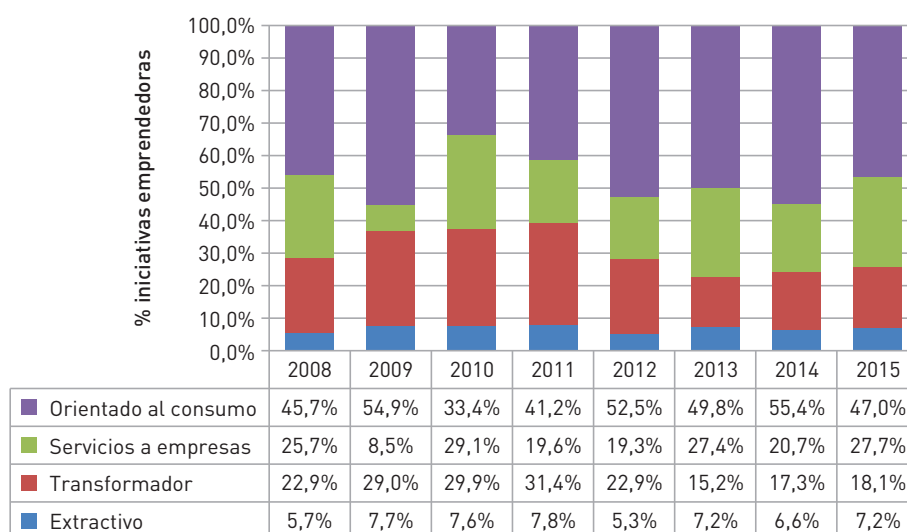
Registro empresarial			
Tipo de actividad	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)
Registrada	47,5%	70,5%	61,0%
No registrada	52,5%	18,5%	32,5%
No está seguro/a	0,0%	11,0%	6,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

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

El informe GEM clasifica las iniciativas en cuatro sectores de actividad: sector orientado al consumo, servicios a empresas, sector transformador y sector extractivo. Teniendo en cuenta esta clasificación sectorial, y de acuerdo con los datos de la Figura 3.1, prácticamente la mitad de las iniciativas emprendedoras registradas por el informe GEM Aragón 2015 se ubican en el sector orientado al consumo (47%). Se trata una cifra que, aunque inferior a la del año 2014, se mueve en una línea similar a la de ejercicios anteriores. No debe resultar sorprendente la alta

Figura 3.1.

Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2008-2015)

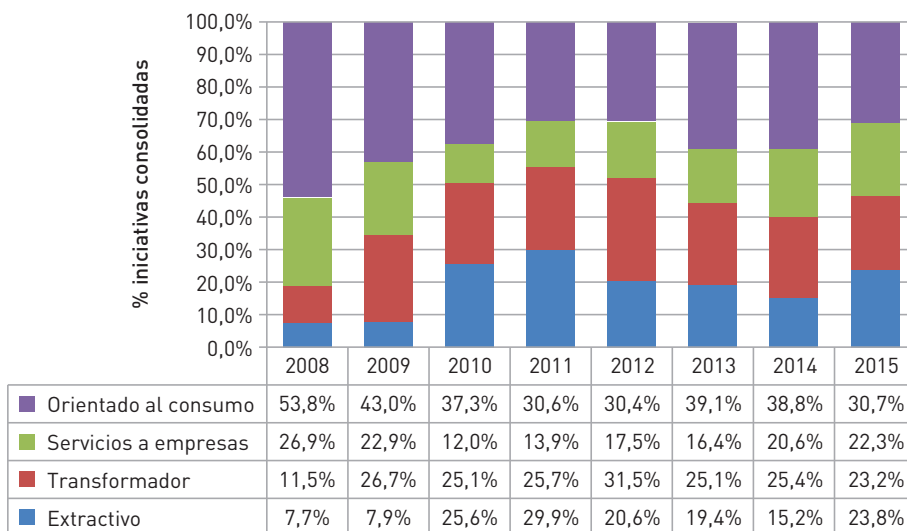


proporción de empresas dentro de este grupo ya que, por sus características, son las que necesitan de una menor inversión, junto con las que se dedican a proporcionar servicios a empresas (y que suponen aproximadamente una de cada cuatro nuevas iniciativas en 2015). Al sector transformador se orienta el 18,1% de los nuevos negocios, mientras que algo más del 7% de las empresas se constituyen en el sector extractivo.

La Figura 3.2 analiza la distribución de la actividad emprendedora que supera los 42 meses (consolidada), lo que nos permite compararla con la de la actividad incipiente y extraer algunas conclusiones de interés. Igual que en las actividades incipientes, el grupo predominante en las iniciativas consolidadas es el de las empresas en actividades orientadas al consumo, aunque la proporción de las mismas se sitúa en el 30,7%. Por el contrario, el peso de las empresas que operan en los sectores transformador y extractivo es mayor en las actividades consolidadas que en las incipientes (el 23,2% y 23,8% respectivamente).

Figura 3.2.

Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2008-2015)



3.4. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras

Conocer el tamaño de las iniciativas emprendedoras, aproximado a través del número de propietarios, es de gran interés ya que nos ayuda a saber cuál es la dimensión real de las mismas. La Tabla 3.2 proporciona información acerca del número de propietarios para las iniciativas nacientes (las 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 (las que han superado los 3 años y medio de existencia) en Aragón durante el periodo 2008-2015.

Si nos centramos en los años 2015 y 2014, observamos como el número medio de propietarios de las iniciativas que se encuentran en el periodo naciente se mantiene en cifras muy similares (1,66 en 2014, 1,62 en 2015), mientras que disminuye para las iniciativas nuevas y consolidadas, especialmente en el caso de las primeras que pasan de 1,83 propietarios por empresa a 1,51. En todo caso, es importante destacar que el número de propietarios de cualquier tipo de iniciativa es reducido, ya que lo más habitual es que estas no superen los dos promotores. De hecho, tal como se ha señalado en el capítulo 1, un 61% de las iniciativas emprendedoras constituidas en 2015 tenía un único propietario, el 21,1% tenía dos, el 12,7% tres y únicamente un 5,3% tenía cuatro o más. Si analizamos estos datos desglosando por tipo de iniciativa, en el caso de las *nacientes*, el 59,7% tenía un único propietario, el 22,1% dos propietarios, el 12,8% tres y el 5,4% cuatro o más. En el caso de las *nuevas* los porcentajes son del 63,5%, 19,2%, 12,3% y 5% respectivamente.

Tabla 3.2.

Número medio de propietarios en las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas

	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
2015	1,62	1,51	1,54	1,68
2014	1,66	1,83	1,73	1,77
2013	2,12	1,60	1,92	1,74
2012	2,00	1,67	1,80	1,93
2011	1,60	1,80	1,71	2,00
2010	2,20	1,30	1,65	1,70
2009	1,83	1,90	2,04	2,28
2008	2,22	1,91	1,87	1,56

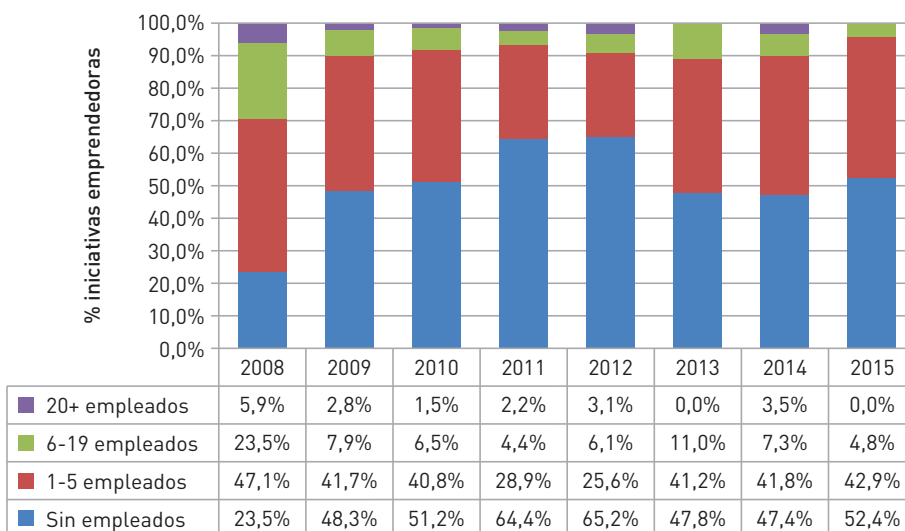
3.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas y de las empresas consolidadas

Con el objetivo de profundizar en cuál es la dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas teniendo en cuenta otros aspectos más allá del número de propietarios, puede resultar de interés clasificarlas en función del número de puestos de trabajo que generan. En nuestro caso distinguimos entre las que no tienen empleados (sólo el emprendedor), las que generan entre 1 y 5 empleos, las que generan entre 6 y 19 y las que generan 20 o más puestos de trabajo.

En la Figura 3.3 se muestra la evolución de la distribución por tamaños de las iniciativas emprendedoras (nacientes y nuevas) durante el periodo 2008-2015, observándose que en el año 2015, más de la mitad de las iniciativas no tiene ningún empleado (únicamente el propietario) y un 42,9% sólo generan entre uno y cinco empleos. En definitiva, sólo el 5% de iniciativas emprendedoras aragonesas generan más de 6 empleados y ninguna de ellas alcanzó en 2015 los 20 trabajadores. Estos datos confirman de nuevo la reducción en el tamaño medio de las empresas de nueva creación: mientras que en los dos años precedentes en torno al 11% de las nuevas empresas superaban los cinco trabajadores, este porcentaje se sitúa en 2015 por debajo del 5%.

Figura 3.3.

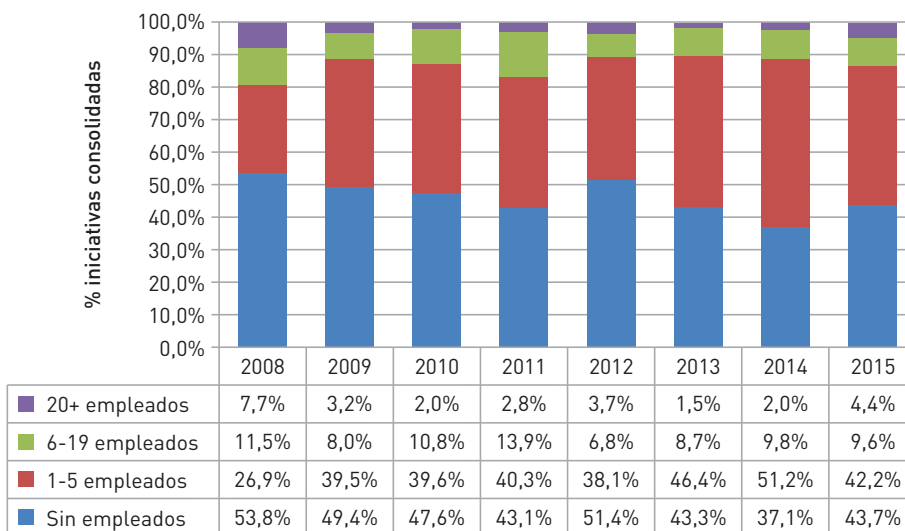
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal



Si replicamos la información recogida en la Tabla 3.3 para las empresas que superan los tres años y medio de antigüedad (Tabla 3.4) observamos, en primer lugar, que la proporción de nuevos negocios que únicamente emplean a su promotor se reduce en casi diez puntos porcentuales mientras que se mantiene casi en las mismas cifras la proporción de las que generan entre 1 y 5 puestos de trabajo. En el polo opuesto, un 14% de las empresas consolidadas emplean a 6 o más trabajadores, cifra similar (hay un ligero aumento) a la del año anterior. En definitiva, con el paso del tiempo el tamaño medio de las empresas aragonesas aumenta, aunque las micro pymes siguen dominando claramente el panorama empresarial aragonés y es muy reducido el número de empresas de medio o gran tamaño en fase consolidada.

Figura 3.4.

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



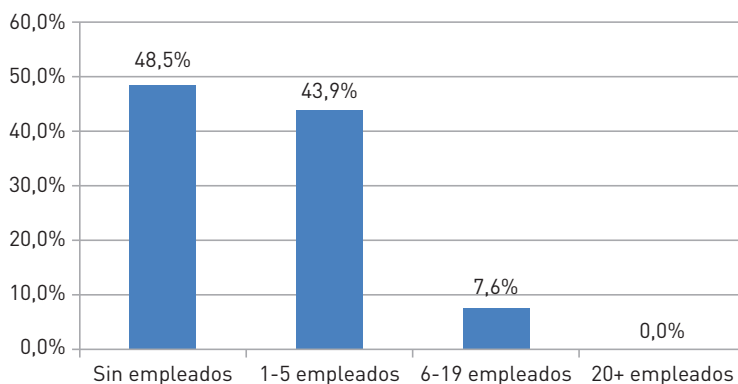
3.6. Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

Un ejercicio que puede resultar de interés es utilizar las opiniones de los emprendedores entrevistados para conocer cuál es el potencial de crecimiento de las iniciativas que han puesto en marcha. En este sentido, se les ha preguntado su opinión acerca del número de empleados que prevén alcanzar dentro de cinco años. Las Figuras 3.5 y 3.6 muestran los resultados referidos a las actividades emprendedoras y a las consolidadas, respectivamente.

Los emprendedores nuevos y nacientes (Figura 3.5) se muestran escasamente optimistas. Comparando la Figura 3.5 con la Figura 3.3, que recoge el número de empleados que trabajan actualmente en las iniciativas emprendedoras, se pueden extraer algunas conclusiones. Así, la gran mayoría de nuevos emprendedores que no emplean en la actualidad a ningún trabajador piensan seguir en la misma situación dentro de cinco años (el 52,4% de negocios sin empleados en la actualidad, que se reduce únicamente al 48,5%), mientras que el porcentaje de empresas que emplea hoy entre 1 y 5 trabajadores y el de las que lo hará dentro de cinco años es también muy similar (42,9% y 43,9% respectivamente). Tal como hemos comentado en la sesión anterior, algo menos del 5% de las empresas de nueva creación emplean hoy más de cinco empleados y este porcentaje apenas crecerá hasta el 7,6%. Es también destacable el empeoramiento de las expectativas en relación con el año 2014, en el que aproximadamente uno de cada cuatro nuevos negocios pensaba que seguiría sin contratar a ningún trabajador en el futuro, mientras que el 16,6% preveía superar los seis empleados en un horizonte temporal de cinco años (un 5,1% de los mismos incluso apostaba por superar los 20 trabajadores).

Figura 3.5.

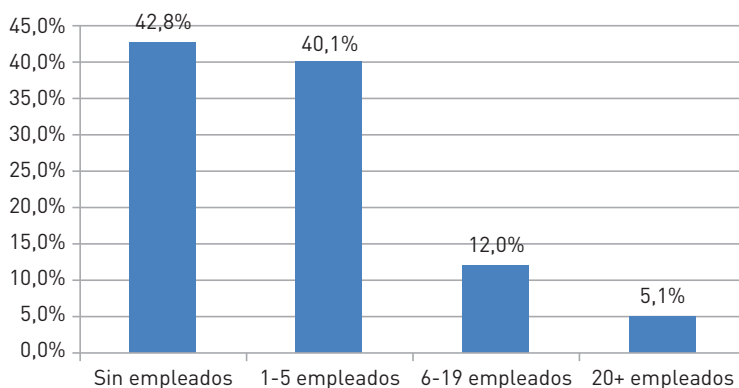
Distribución de las empresas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista



La Figura 3.6 examina la misma cuestión, aunque ahora para el caso de los emprendedores aragoneses consolidados. Si el porcentaje de iniciativas consolidadas que actualmente no tienen empleados es del 43,7%, esta cifra apenas se verá modificada en un horizonte temporal de cinco años (la cifra esperada es 42,8%). En el polo opuesto, la cuota que representan las iniciativas que esperan tener más de 20 empleados se sitúa en el 5,1%, frente al 4,4% actual, lo que apunta a un ligero incremento.

Figura 3.6.

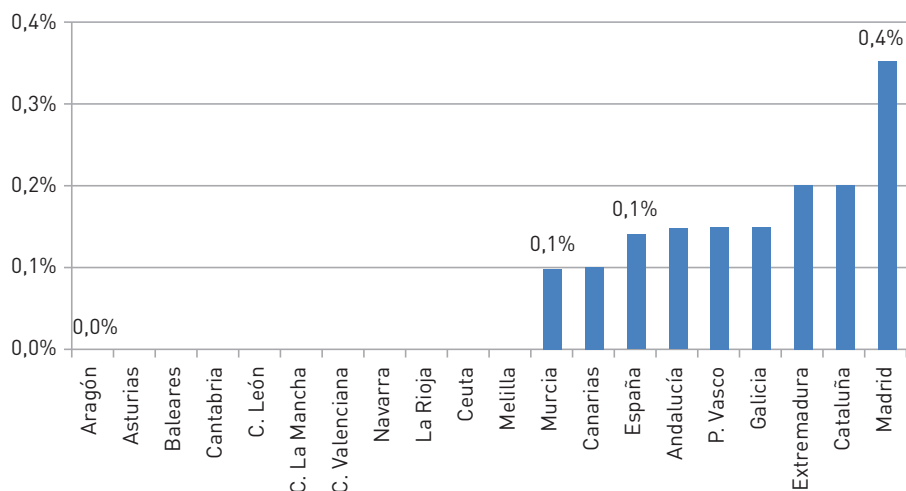
Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista



Esta parte del análisis concluye con una comparación entre las distintas regiones españolas y entre los países de la OCDE que participan en el proyecto en lo que se refiere a las expectativas de que algunas de las empresas constituidas alcancen elevados niveles de creación de empleo. El supuesto es que una mayor proporción de empresas de *alto crecimiento* tendrá una incidencia positiva en la economía de la Comunidad. En este sentido, la situación en Aragón no resulta especialmente favorable. Según se muestra en la Figura 3.7, la proporción de iniciativas

Figura 3.7.

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

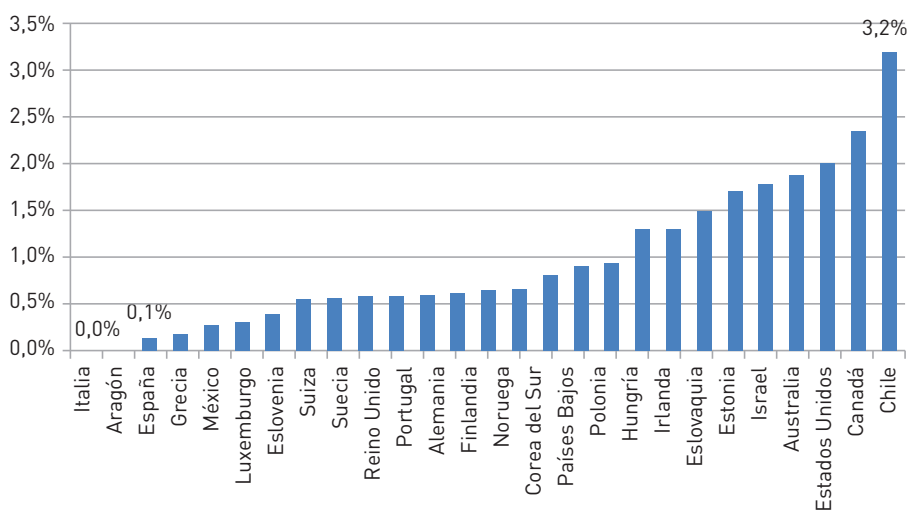


empresedoras de alto crecimiento es baja en todas las regiones: en 9 de las 17 comunidades autónomas de nuestro país, además de en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, ninguno de los emprendedores incipientes entrevistados estaba gestionando una empresa en la que sus expectativas pasaran por emplear a 20 o más personas en un horizonte temporal de cinco años. En el resto de Comunidades, la situación no es muy diferente ya que, con la excepción de Madrid, el porcentaje oscila entre el 0,1 y el 0,2%.

En este sentido y como puede constatarse en la Figura 3.8, España ocupa una posición rezagada en el contexto de los países más desarrollados. Sólo Italia tiene una ratio más baja de empresas de alto crecimiento, mientras que en la mayoría de países este porcentaje supera el 0,5%, con algunos casos especialmente destacados como EEUU, Canadá o Chile.

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

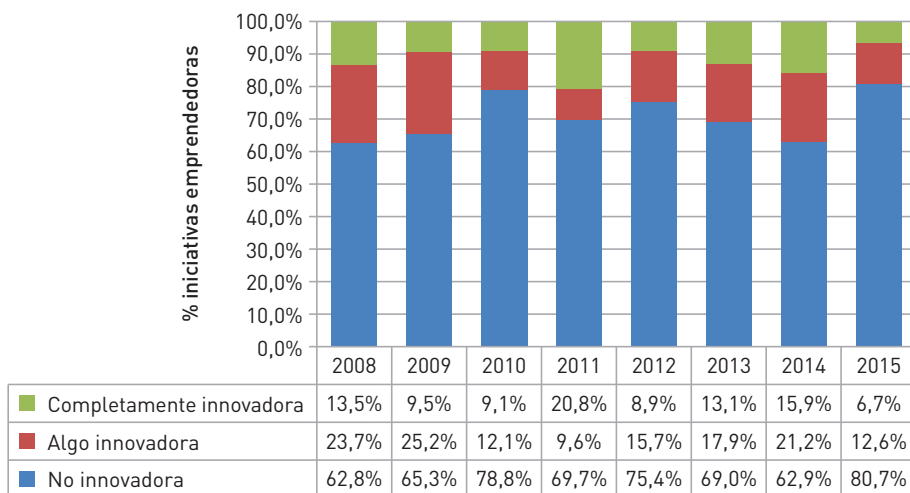
El impulso a la innovación en la UE sigue siendo un tema relevante desde el punto de vista de las políticas públicas de apoyo al empresario, especialmente en lo que hace referencia a la financiación y al desarrollo de proyectos. El concepto de innovación es multidimensional y se puede analizar desde muchos puntos de vista: gestión, producción, distribu-

ción, implantación, etc. El Proyecto GEM se ha centrado en los últimos años en la dimensión relacionada con las características del producto o servicio que se ofrece al cliente. Por consiguiente, los resultados que muestran las siguientes figuras han de entenderse como referidos únicamente a esta dimensión.

La Figura 3.9 muestra la evolución, desde 2008, del grado de innovación de las iniciativas emprendedoras aragonesas. En ella cabe destacar que, en el año 2015, en torno a una cuarta parte de las mismas ofrecen al mercado, en mayor o menor medida, algún tipo de innovación. Sin embargo, en la mayor parte de los casos el componente innovador de estas iniciativas es modesto: no llegan al 5% las empresas que se definen como completamente innovadoras, la cifra es la más baja de toda la serie desde que se realiza el Informe GEM y considerablemente inferior a la obtenida en 2013 y 2014, años en los que estos porcentajes se situaron por encima del 13%.

Figura 3.9.

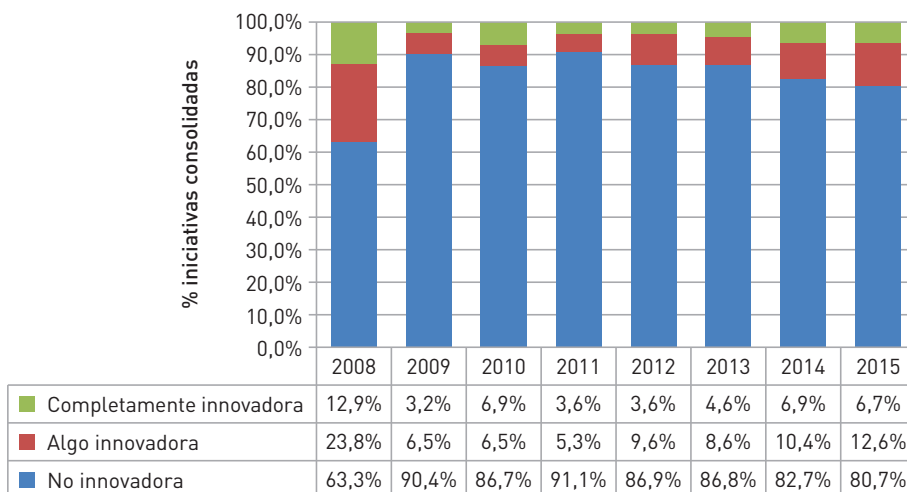
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal



La Figura 3.10 muestra la evolución en el grado de innovación de las iniciativas consolidadas. En este caso, el porcentaje de empresas que ofrece algún tipo de innovación es del 19,3%. En este grupo también ha aumentado la proporción de empresas cuyos productos no son en absoluto innovadores (80,7% en 2015). Otro dato a destacar es que el porcentaje de iniciativas completamente innovadoras es superior en el caso de las empresas consolidadas (6,7%) que en el de las incipientes (4,8%).

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

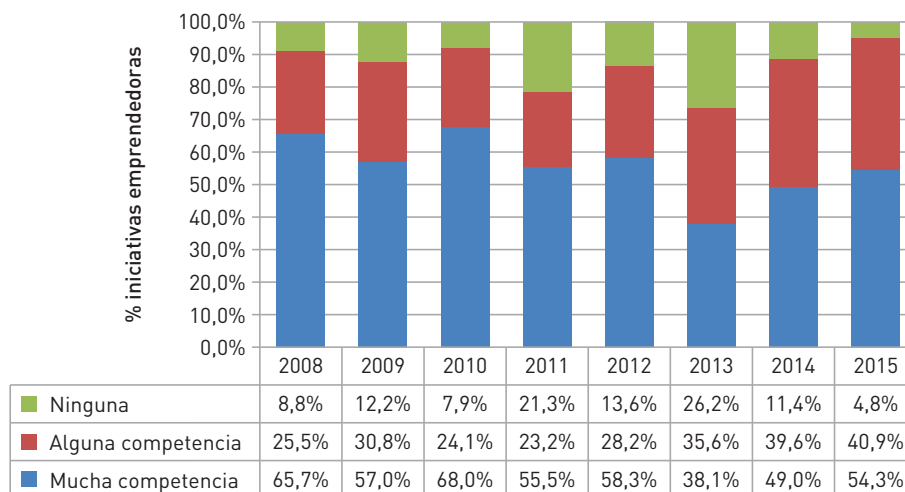
Un aspecto que no puede ser olvidado al analizar las iniciativas emprendedoras es el grado de competencia que deben afrontar, por lo que en este epígrafe profundizamos en esta cuestión. El Informe GEM aproxima el nivel de competencia de forma cualitativa, a partir de la cantidad estimada de competidores que ofrecen los mismos productos que la empresa del entrevistado.

Las Figuras 3.11 y 3.12 muestran el resultado que se desprende de la respuesta a esta cuestión para los dos tipos de iniciativa que consideramos a lo largo de este capítulo. Si nos centramos en las iniciativas emprendedoras, el 54,3% manifiestan tener mucha competencia. Esto supone una consolidación en la tendencia hacia una mayor competencia en los dos últimos años, pasándose del 38,1% en 2013 al 54,3% en 2015. Por el contrario, únicamente un 4,8% de los emprendedores entrevistados manifiesta no tener ninguna competencia (esta cifra es menos de la mitad que la existente en 2014). Un 40,9% de las empresas en fase emprendedora manifestaba tener alguna competencia.

En el caso de las iniciativas consolidadas (Figura 3.12), un 65,2% de las iniciativas soportan una elevada competencia, mientras que sólo un 6%

Figura 3.11.

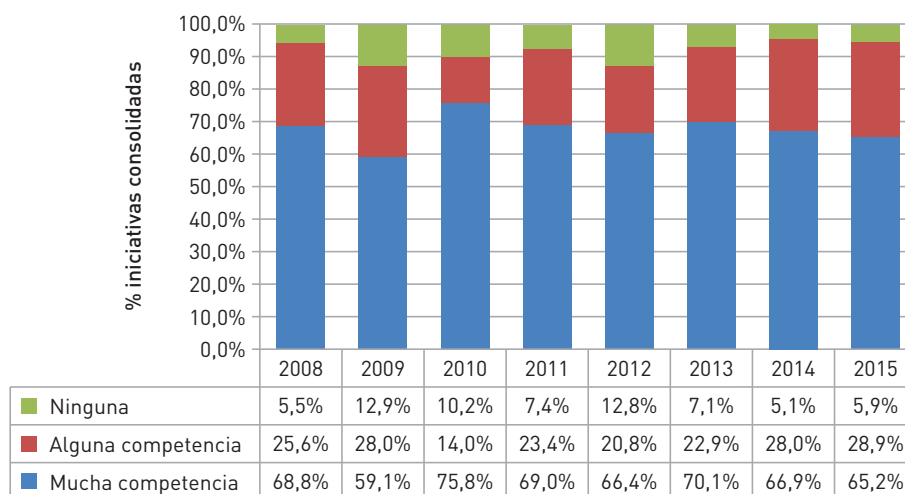
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal



de las mismas manifiestan no tener ninguna competencia. Si comparamos estas cifras con las de las actividades en fase emprendedora, la conclusión es que hay más actividades consolidadas en los extremos (con mucha y con ninguna competencia).

Figura 3.12.

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



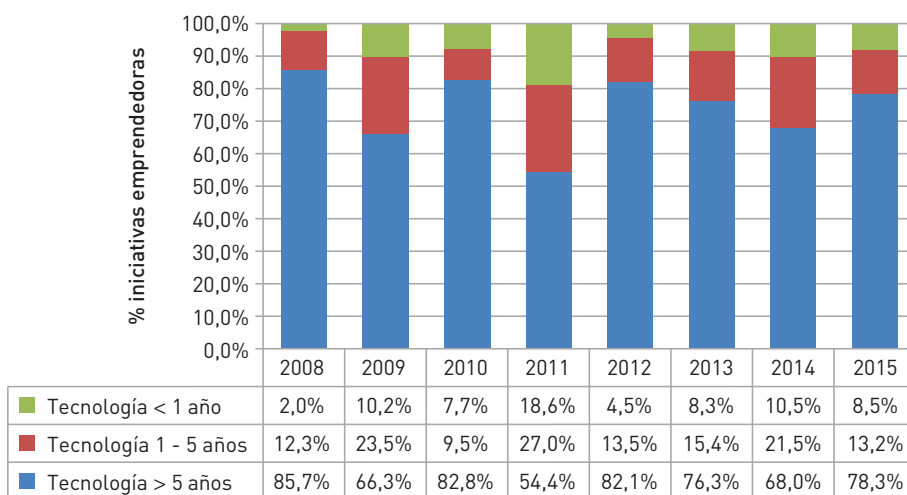
3.9. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Otro elemento relevante para conocer cuáles son las características más importantes de las actividades relacionadas con el proceso emprendedor es el uso y adopción de nuevas tecnologías por parte de las empresas en el desarrollo de sus procesos productivos o la prestación de los servicios que ofrecen. En las Figuras 3.13 y 3.14 se muestra 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), tres cuartas partes de las iniciativas manifiestan usar tecnologías con más de cinco años de antigüedad, mientras que el 8,5% adoptan tecnologías de última generación (menos de un año de antigüedad).

Figura 3.13.

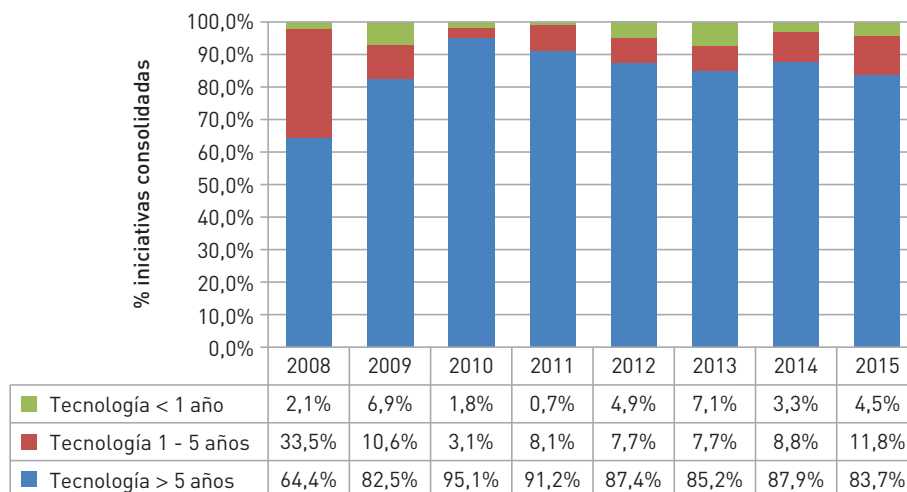
Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal



En el caso de las iniciativas consolidadas (Figura 3.14), las conclusiones son similares. El porcentaje de iniciativas consolidadas que usan tecnologías con más de 5 años de antigüedad es del 83,7% (más de cinco puntos por encima de las empresas en fase emprendedora), mientras que el uso de tecnologías con menos de un año de antigüedad sólo se observa en el 4,5% de los casos.

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

En una sociedad cada vez más globalizada, la apertura a nuevos mercados debe ser uno de los rasgos distintivos de las iniciativas emprendedoras y consolidadas. Muchos de los esfuerzos de las empresas españolas deberían orientarse a conseguir una mayor internacionalización, de modo que éstas sean menos dependientes del comportamiento del mercado nacional. Sin embargo, la internacionalización no siempre resulta sencilla, especialmente durante los primeros años de vida de la empresa.

La Figura 3.15 muestra la propensión a la exportación de las iniciativas emprendedoras aragonesas entre 2008 y 2015. En 2015, el 81,1% de las nuevas empresas aragonesas dicen no exportar. Se trata de la cifra más elevada de la serie desde que se realiza el informe GEM Aragón. En el polo opuesto, solo un 3,8% de los emprendedores indica que sus ventas en el exterior suponen al menos un 25% de su volumen de negocio.

La Figura 3.16 muestra la propensión a la exportación de las iniciativas consolidadas. Aunque parecidas, las cifras son ligeramente mejores que en los negocios incipientes. El 79,1% de las empresas en fase consolidada no exporta, lo que supone un incremento respecto a los dos últimos años.

Figura 3.15.

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

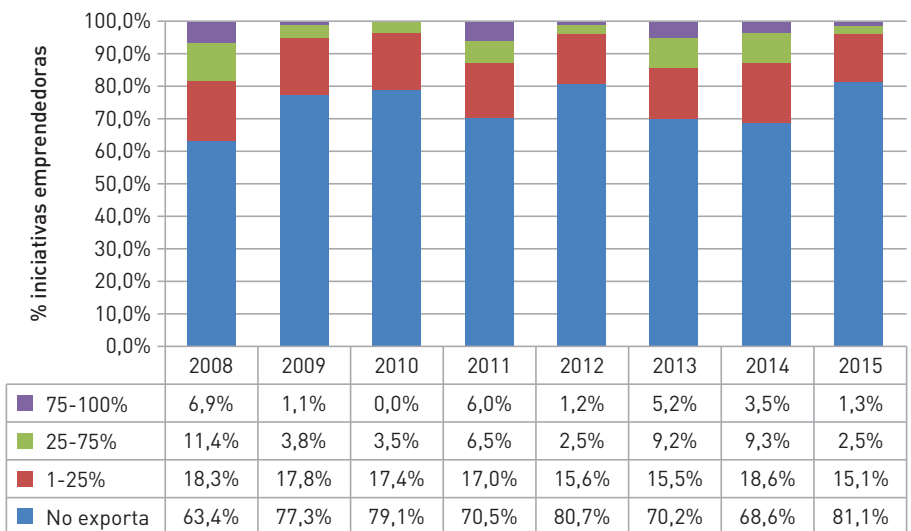
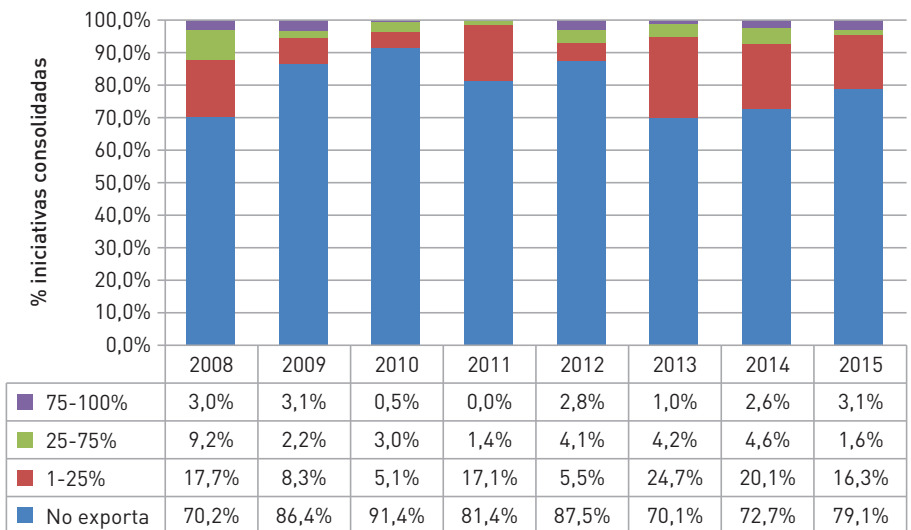


Figura 3.16.

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

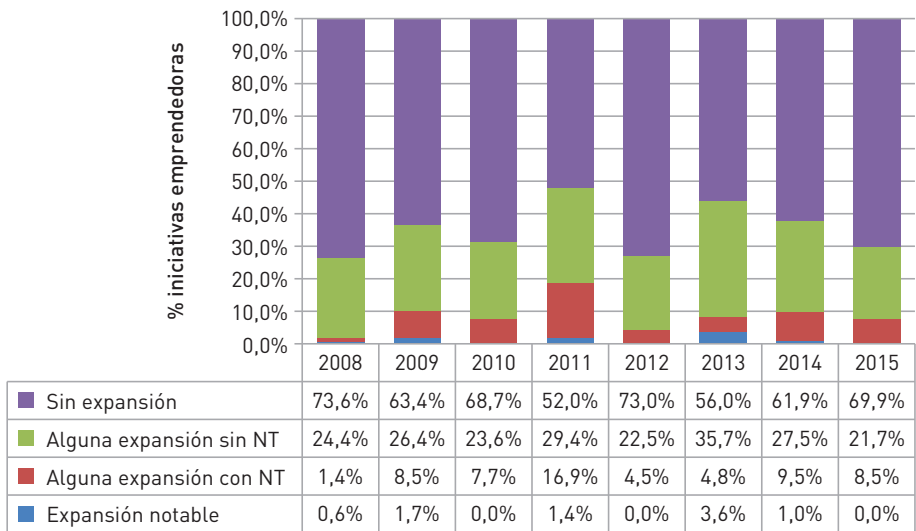


3.11. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Para finalizar este capítulo, el equipo técnico GEM calcula un valor que pretende aproximar cuál será la expansión potencial en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas. 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. El porcentaje de iniciativas emprendedoras sin expectativas de expansión alcanza el 69,9%. En el lado más positivo, un 30,1% tiene expectativas de expansión.

Figura 3.17.

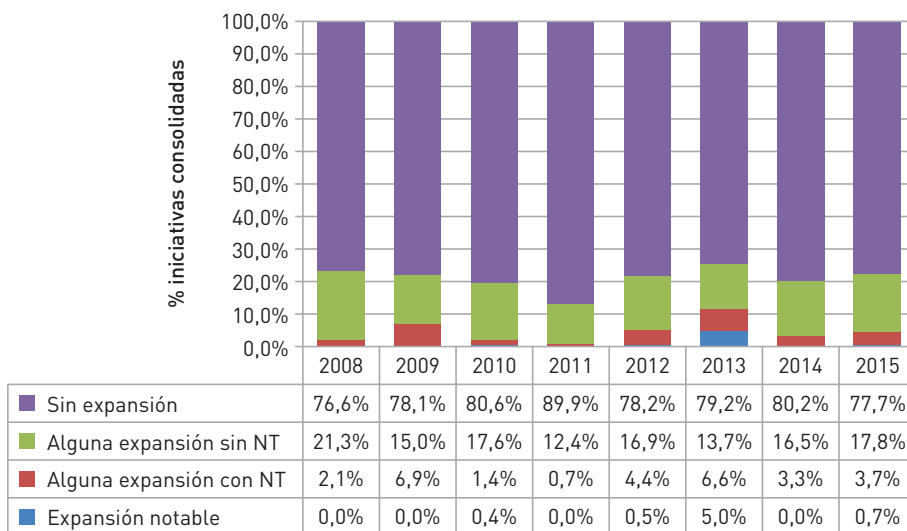
Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal



Por último, la Figura 3.18 muestra la expansión esperada de las iniciativas consolidadas, en las cuales la situación mejora ligeramente con respecto a los dos ejercicios anteriores. En este caso, la proporción de iniciativas emprendedoras sin expectativas de expansión disminuye ligeramente respecto a 2014 (80,2% frente a 77,7%), a la par que mejoran las expectativas de empresas con alguna expansión (21,5%) y con expansión notable (0,7%).

Figura 3.18.

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





CAPÍTULO 4
PERFIL SOCIOECONÓMICO
DEL EMPRENDEDOR ARAGONÉS

4.1. Introducción

En el capítulo anterior hemos profundizado en qué características tienen las actividades resultantes del proceso emprendedor. El objetivo de este capítulo es estudiar el perfil socioeconómico de las personas que intervienen en dicho proceso. Este perfil se ha elaborado a partir de la información proporcionada por los entrevistados que estaban involucrados en alguna iniciativa emprendedora (potencial, naciente, nueva, consolidada o abandonada) y se articula en torno a las siguientes dimensiones:

- Sexo (4.2)
- Edad (4.3)
- Nivel de estudios (4.4)
- Posesión de formación específica para emprender (4.5)
- Nivel de renta anual (4.6)
- Tamaño del hogar (4.7)
- Situación laboral (4.8)

Para finalizar, el último epígrafe del capítulo (4.9) sintetiza los resultados que se desprenden de este análisis, con el fin de disponer de una visión global del perfil socioeconómico del emprendedor aragonés. Esto puede ayudarnos 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 dichos grupos.

4.2. Sexo

La Tabla 4.1 muestra el sexo del emprendedor según la fase del proceso en la que se encuentra la actividad. En 2015 el porcentaje de iniciativas emprendedoras promovidas por hombres supera al de las promovidas por mujeres. En todo caso, las diferencias entre los distintos tipos de iniciativa son importantes en algunos casos. En las actividades calificadas como nacientes, no existen diferencias entre hombres y mujeres. Sin embargo, en el resto de grupos es más importante la presencia

masculina. Así, en la categoría de emprendedor nuevo, por cada negocio impulsado por una mujer se observan casi dos impulsados por un hombre (35,6% frente a 64,4%). Las diferencias en actividades consolidadas y potenciales son menores que en las nuevas, pero siguen siendo favorables a los hombres. Por último, las mujeres están al frente del 60% de las actividades 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	60,2%	50%	64,4%	55,6%	53,1%	40%
Mujer	39,8%	50%	35,6%	44,4%	46,9%	60%

La Tabla 4.2 muestra la evolución de la descomposición de la actividad emprendedora por sexo en el período 2008-2015. Como se puede observar, el patrón no es diferente del observado en años previos. El año 2015 es el cuarto con menos diferencias entre el emprendimiento femenino y el masculino. A lo largo del período 2008-2015 las cifras varían entre el 8,8% del año 2008 (mayor equilibrio entre hombres y mujeres) y el 49,6% del año 2009 (máxima disparidad).

Tabla 4.2.

Evolución del TEA femenino y masculino en Aragón, 2008-2015								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Femenino	45,6%	25,2%	35,7%	34,7%	42,9%	37,6%	43,0%	39,8%
Masculino	54,4%	74,8%	64,3%	65,3%	57,1%	62,4%	57,0%	60,2%
Diferencial	-8,8%	-49,6%	-28,6%	-30,6%	-14,2%	-24,8%	-14,0%	-20,4%

4.3. Edad

La edad media del emprendedor aragonés es de algo más de 40 años, cifra ligeramente inferior a la del año 2014 (Tabla 4.3), que era casi dos años más alta. Esta edad apenas varía entre los distintos tipos de emprendedor incipiente que se consideran en el informe. Únicamente los emprendedores consolidados y aquellos que abandonan la actividad superan con claridad esta edad media, hasta situarse en 47,5 años (consolidados) y 46,1 (que abandonan), respectivamente. En todo caso, el patrón de edad no difiere significativamente del observado en 2014.

Tabla 4.3.

Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años)						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que abandona
2015	40,5	40,8	40,7	47,5	40,2	46,1
2014	42,1	41,6	42,6	47,5	38,7	45,8

La Tabla 4.4 trata de proporcionar un mayor detalle en relación con la edad media de los individuos que ponen en marcha nuevos negocios, identificando la proporción de emprendedores en cada uno de los grupos de edad. En ella se observa como los intervalos más habituales son los comprendidos entre 25 y 34 (32,5%) y entre 35 y 44 años (32,5%). Estas cifras difieren de forma importante de las correspondientes al año 2014, puesto en el año anterior los emprendedores nuevos y nacientes en estos dos rangos de edad sólo suponían el 44,1% del total (frente al 65% de 2015). La franja de edad entre los 35 y 44 años también es la más frecuente entre los emprendedores potenciales y los que abandonan, mientras que los emprendedores consolidados tienen a situarse en un rango de edad entre los 45 y los 54 años.

Tabla 4.4.

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	1,2%	0,0%	1,7%	0,0%	12,5%	3,3%
25-34	32,5%	33,3%	32,2%	10,4%	19,8%	10,0%
35-44	32,5%	37,5%	30,5%	29,6%	29,2%	36,7%
45-54	26,5%	16,7%	30,5%	34,1%	25,0%	20,0%
55-64	7,2%	12,5%	5,1%	25,9%	13,5%	30,0%

4.4. Nivel de estudios

La siguiente característica socioeconómica que se analiza es el nivel de estudios. La Tabla 4.5 permite constatar que la formación más frecuente en el emprendedor de una iniciativa nueva y naciente es la de una titulación superior universitaria (37,5% y 35,6%, respectivamente), con una representación también significativa de los emprendedores con educa-

ción secundaria y de formación profesional (26,5% en los dos casos). También es destacable el hecho de que los grupos con menor formación presentan una tasa de fracaso proporcionalmente elevada (los emprendedores con educación primaria suponen el 10,8% de las nuevas aperturas y el 20,9% de los cierres), al contrario de lo ocurre con los universitarios (36,2% de las aperturas, 23,3% de los cierres). Un dato que merece destacarse es que el 42,7% de los emprendedores potenciales tienen estudios de primaria, frente a 16,4% correspondiente al año anterior. Finalmente, el titulado en formación profesional es el más frecuente en las actividades que se han abandonado.

Tabla 4.5.

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	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Primaria	10,8%	16,7%	8,5%	20,9%	42,7%	20%
Secundaria	26,5%	25%	27,1%	18,7%	11,5%	20%
FP	26,5%	20,8%	28,8%	31,3%	21,8%	36,7%
Universidad	36,2%	37,5%	35,6%	29,1%	24%	23,3%

4.5. Posesión de formación específica para emprender

Según la Tabla 4.6, se observa que en 2015 el porcentaje de emprendedores que manifiestan no haber recibido formación específica para emprender es superior al que afirma haberla recibido (67,5% frente a 31,3%). Es importante destacar las diferencias que existen entre el emprendedor naciente y el nuevo. En el caso del primero, la mayoría de los emprendedores sí ha recibido formación específica para emprender, mientras que en el del segundo son mayoría los que no. En todo caso,

Tabla 4.6.

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	31,3%	58,3%	20,3%	23%	34,4%	50%
No	67,5%	41,7%	78%	76,3%	65,6%	50%

las cifras de emprendedores que han recibido formación específica se reducen de forma significativa respecto al año 2014, pasando del 45% al 31%. Con la excepción del emprendedor que ha abandonado, en el resto de categorías (consolidado y potencial) los porcentajes de formación específica se mantienen relativamente bajos y, en todo caso, por debajo de los observados en el año anterior.

4.6. Nivel de renta anual

La Tabla 4.7 presenta la distribución de los emprendedores en función de su nivel de renta. Es importante apuntar que, al tratarse de una variable especialmente sensible, un porcentaje importante de los entrevistados (casi la mitad) opta por no contestar a esta pregunta, lo que hace que los comentarios que se plantean a continuación deban valorarse con especial cautela.

Una vez hecha esta precisión, cabe señalar que 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 superior al que se observaba en los informes anteriores. Los grupos más representados son los constituidos por los emprendedores con ingresos entre 30.000 y 40.000 euros (35%) seguidos de los que obtienen entre 20.000 y 30.000 euros (26,7%). Se trata de cifras superiores a las de 2014, donde el grupo de ingresos más frecuentes era el que ganaba entre 10.000 y 20.000 euros.

En el resto de categorías la renta más frecuente es más baja. En el caso de los emprendedores potenciales lo más frecuente sigue siendo obtener ingresos entre 10.000 y 20.000 euros (32,8%), como ocurría en 2014, al igual que los emprendedores que han abandonado la actividad. En los

Tabla 4.7.

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 €	5%	5,6%	4,8%	3%	20,3%	14,3%
10.000-20.000 €	10%	11,1%	9,5%	9,1%	32,8%	42,9%
20.001-30.000 €	26,7%	16,7%	31%	36,4%	21,9%	28,6%
30.001-40.000 €	35%	38,9%	33,3%	32,3%	14,1%	4,8%
40.001-60.000 €	15%	11,1%	16,7%	13,1%	7,8%	9,5%
60.001-100.000 €	6,7%	11,1%	4,8%	5,1%	3,1%	0%
>100.000 €	1,7%	5,6%	0%	1%	0%	0%

emprendedores consolidados el nivel de renta más frecuente es ligeramente superior y se sitúa entre 20.000 y 30.000 euros (en este caso, el nivel de renta más frecuente es más bajo que el del año 2014).

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 4.8 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 personas de los emprendedores nuevos y las 3,4 de los emprendedores nacientes y que han abandonado. Estas cifras son similares a las del año 2014.

Tabla 4.8.

Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (media)						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Personas	3,1	3,4	3,0	3,2	3,3	3,4

4.8. Situación laboral

La última característica que analizamos es la situación laboral del emprendedor. En la Tabla 4.9 se pone de manifiesto que la situación que predomina es la de trabajador a tiempo completo, algo que resulta natural en el caso de los individuos que ya están gestionando su propia

Tabla 4.9.

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	92,7%	75%	100%	100%	52,1%	44,8%
Tiempo parcial	0%	0%	0%	0%	6,3%	10,3%
Jubilación	2,4%	8,3%	0%	0%	4,2%	13,8%
Labores del hogar	1,2%	4,2%	0%	0%	10,4%	6,9%
Estudiante	0%	0%	0%	0%	8,3%	3,4%
En paro/otra	3,7%	12,5%	0%	0%	18,8%	20,7%

empresa. Un dato a tener en cuenta es que no hay emprendedores nacientes en situación de desempleo (el año 2014, una cuarta parte se encontraba en paro) y se ha reducido drásticamente (del 14,3% de 2014 al 3,7% en 2015) los desempleados que emprenden iniciativas incipientes.

4.9. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2015

Para terminar, a continuación se recoge una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2015 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 un individuo varón, en torno a 40 años de edad, con nivel de estudios universitarios, con ingresos entre 30.000 y 40.000 euros y que se dedica a tiempo completo a la actividad.

Tabla 4.10.

Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2015						
	Emprendedor incipiente (TEA)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Sexo	H: 60,2% M: 39,2%	H: 50% M: 50%	H: 64,4% M: 35,6%	H: 55,6% M: 44,4%	H: 53,1% M: 46,9%	H: 40% M: 60%
Edad	40,5 años	40,8 años	40,6 años	47,5 años	40,2 años	46,1 años
Nivel de estudios mayoritario	Universitarios	Universitarios	Universitarios	FP	Primaria	FP
Formación específica para emprender	31,3%	58,3%	20,3%	23%	34,4%	50%
Nivel de renta media (euros)	30.001-40.000	30.001-40.000	30.001-40.000	20.001-30.000	10.000-20.000	10.000-20.000
Tamaño del hogar	3,1	3,4	3,0	3,2	3,3	3,4
Situación laboral	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa



CAPÍTULO 5

**LA FINANCIACIÓN DEL PROCESO
EMPRENDEDOR EN ARAGÓN**

5.1. Introducción

La financiación del proceso emprendedor es uno de los elementos que más influye en la magnitud y características de la actividad emprendedora y 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 durante esta crisis ha sido el acceso a la financiación y no cabe duda de que las iniciativas emprendedoras no son ajenas a este problema. La dificultad de acceder a financiación ajena complica la disponibilidad de 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 apoyo recibido por parte de las iniciativas emprendedoras.

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

La Tabla 5.1 muestra las características y distribución del capital semilla de las iniciativas emprendedoras puestas en marcha durante 2015. Como se puede observar, estas iniciativas necesitaron una media de capital semilla de 28.878 euros, frente a los 59.434 euros de 2014, lo que supone un descenso de más del 50%. En todo caso, este valor puede verse fuertemente influido por casos extremos, por lo que seguramente resulta más representativa la mediana, que en 2015 fue de 17.495 euros (frente a los 12.092 euros de 2014). Por otro lado, la moda, o inversión más frecuente, ascendió en 2015 a 15.000 euros (6.000 euros en 2014).

Tabla 5.1.

Características y distribución del capital semilla en 2015						
	Capital semilla necesario por start-up (euros)		Capital semilla aportado por el emprendedor (euros)		Capital semilla aportado por el emprendedor (% sobre total)	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Media	28.878	59.434	16.296	39.190	51,00	48,81
Mediana	17.495	12.092	15.000	7.988	51,80	45,00
Moda	15.000	6.000	15.000	1.000	100	100
Desv. típica	29.820	113.115	29.820	96.087	44,55	41,31
Mínimo	900	600	200	200	0	0
Máximo	120.000	400.000	80.000	400.000	100	100

La Tabla 5.1 también proporciona información acerca del importe que aporta el emprendedor. En 2015, la media de capital semilla aportada por los emprendedores ascendió a 16.296 euros. Aunque esta cifra es significativamente inferior a la de 2014 (39.190 euros), los datos del año pasado muestran una mayor dispersión. Si observamos los datos correspondientes a la media y la moda, vemos que se sitúan en los 15.000 euros, cifras que superan a las del año 2014. Por último, la Tabla 5.1 indica qué proporción de la inversión inicial es asumida por el promotor en aquellos casos en los que una parte de la misma es aportada por otros agentes (inversiones informales, entidades financieras, etc.). La principal conclusión que se extrae es que cuando se acude a inversores externos, estos aportan, en promedio, en torno a la mitad de los recursos necesarios. En este sentido, las cifras son ligeramente superiores a las del año pasado.

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

A lo largo de los últimos años se ha prestado cierta atención a un grupo de agentes que en estos últimos años han adquirido cierta importancia en el ámbito del emprendimiento y que en la literatura anglosajona se conocen como *business angels* (no existe una traducción unánimemente aceptada en castellano y se habla, entre otros términos de inversores informales –la opción adoptada en este documento–, inversores privados o inversores ángel). Estos inversores, además de apoyar financieramente los proyectos con los que se vinculan, proporcionan con frecuencia apoyo en la gestión. Aunque su participación sigue siendo todavía menor, en los últimos años han adquirido cierta relevancia y las previsiones apuntan a que su peso seguirá aumentando en el futuro, por lo

que en esta sección se analiza la importancia que suponen estos en las nuevas iniciativas emprendedoras. Según los datos disponibles, en 2015 los inversores informales aportaron un 3,3% de la inversión necesaria en las nuevas iniciativas puestas en marcha. La Figura 5.1 recoge la posición de Aragón en el contexto de las diferentes comunidades autónomas del país y en ella se observa como este tipo de inversores tiene todavía en nuestra comunidad un peso reducido: solamente un 1,9% de la población adulta ha actuado en 2015 como inversor privado en negocios de otros, porcentaje que se reduce sustancialmente en relación con el 3,3% del año anterior y que nos sitúa por encima de Asturias, Comunidad Valenciana, La Rioja, Murcia y Castilla y León.

La posición española (y, a la vista de lo apuntado, aragonesa) tampoco es demasiado favorable. España se encuentra entre los países donde el peso de los inversores informales es, todavía, reducido. La Figura 5.2 analiza el fenómeno en el contexto de la OCDE y en ella se muestra como los países con mayor proporción de inversión informal son Chile, Méjico y Eslovaquia, mientras que los niveles más bajos los encontramos en Italia, Portugal, Reino Unido o Noruega, con porcentajes que rondan el 2%, cifra similar a la aragonesa.

Figura 5.1

Importancia del *inversor informal*: regiones españolas

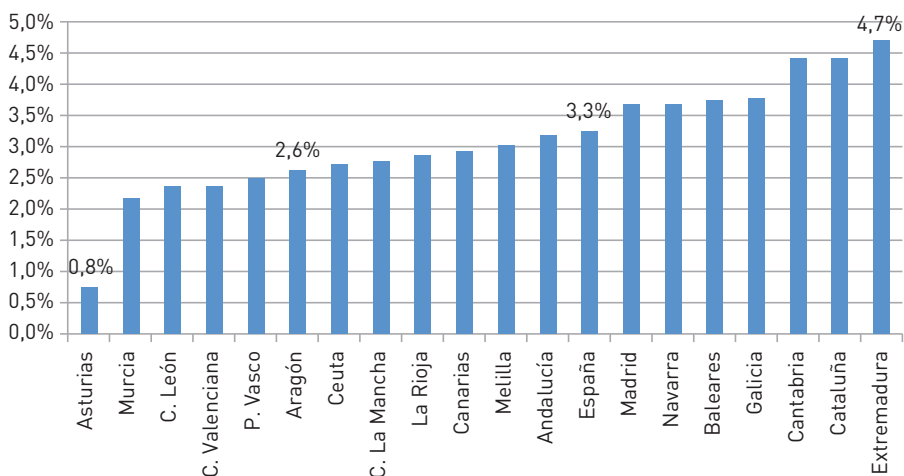
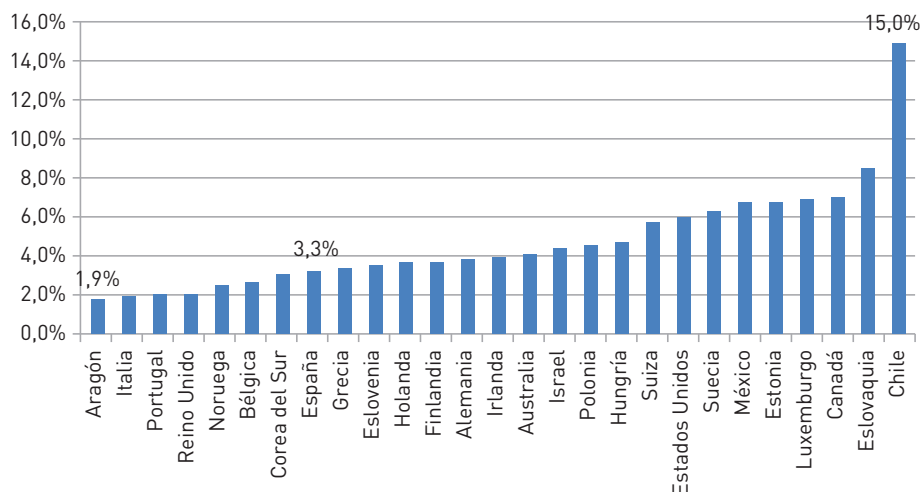


Figura 5.2

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 es un hombre en un 46% de los casos y una mujer en el 54%. La edad media del inversor privado es de unos 48 años y su perfil es el de un individuo con estudios de nivel medio (45% de los casos) o superior (36%) y con formación específica en materia de emprendimiento (43%) y que vive en un hogar medio de tres personas. Entre sus planes a corto plazo no está incluido emprender aunque percibe buenas oportunidades para ello en los próximos seis meses en su zona, tiene las habilidades y conocimientos necesarios para poner en marcha un negocio y no tiene miedo al fracaso (67%). Un 11% es empresario consolidado o participa en una empresa consolidada. El 28% vive en el medio rural y el 72% restante en entornos urbanos.

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

Un 54% son hombres
y un 46% mujeres

19% tiene estudios de nivel bajo
45% tiene estudios de nivel medio
36% tiene estudios superiores

Edad media de 48 años
(desviación típica: 9 años)

Corresponden a un hogar medio
de tres personas

Situación laboral activa 69%
Otro caso 31%

El 43% tiene formación específica
para emprender

El 17% es emprendedor potencial

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

El 11% es propietario o participa
en una empresa consolidada

El 77% con rentas pertenecientes
al tercio superior

Tiene habilidades y experiencia
para emprender el 67%

Ve buenas oportunidades el 35%

Vive en el entorno rural el 28%

El 67% no teme al fracaso

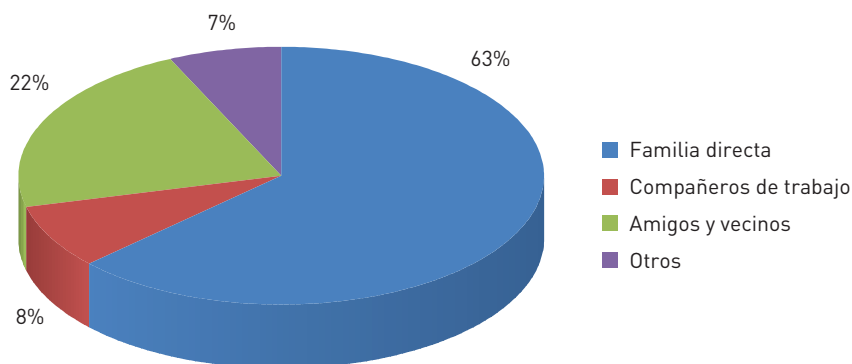
Si comparamos el perfil del inversor privado aragonés entre 2014 y 2015, los principales aspectos a destacar son los siguientes:

- Aumenta muy ligeramente la participación femenina en este colectivo.
- La edad media permanece estable ya que pasa de 47,9 en 2014 a 48 años en 2015.
- Disminuye la proporción de personas con estudios superiores y se incrementa la de personas con estudios medios.
- Aumenta la proporción de inversores que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos meses en su zona (del 27,3% en 2014 al 35% en 2015).
- Mejora levemente la presencia de inversores con habilidades y conocimientos para emprender.
- Aumenta el porcentaje de inversores que no temen al fracaso.

Finalmente, la Figura 5.3 ofrece información sobre la relación del inversor privado con el beneficiario de su inversión. Predomina la relación de tipo familiar (63% de los casos), aunque la presencia de esta fórmula ha disminuido ligeramente con respecto al año 2014, donde suponía un 69,1% del total. El segundo grupo en importancia es el formado por amigos y vecinos, que suponen un 22% y que crece en aproximadamente 15 puntos porcentuales respecto a 2014.

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 algo más de 18.000 euros (frente a los 20.000 euros de 2014), pero este dato está afectado por casos atípicos, por lo que resulta más representativa la mediana de 8.949 euros. La moda o inversión más frecuente es de 6.000 euros.



CAPÍTULO 6

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

6.1. 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. Estas motivaciones prevalecen con frecuencia sobre los riesgos percibidos y permiten ampliar la red de empresas que operan en regiones como la nuestra. En todo caso es importante poner de manifiesto que 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 las opiniones facilitadas por la población activa aragonesa. A la luz de los datos, podremos ver que la percepción sobre las oportunidades para crear empresas en Aragón es similar a la media nacional. Sin embargo, la Comunidad ocupa una posición más discreta si la comparación se realiza en relación con el resto de países que integran la muestra. También

son razonablemente positivos los resultados que hacen referencia a la opinión de la población y de los expertos con respecto a la apreciación social de la actividad de creación de empresas.

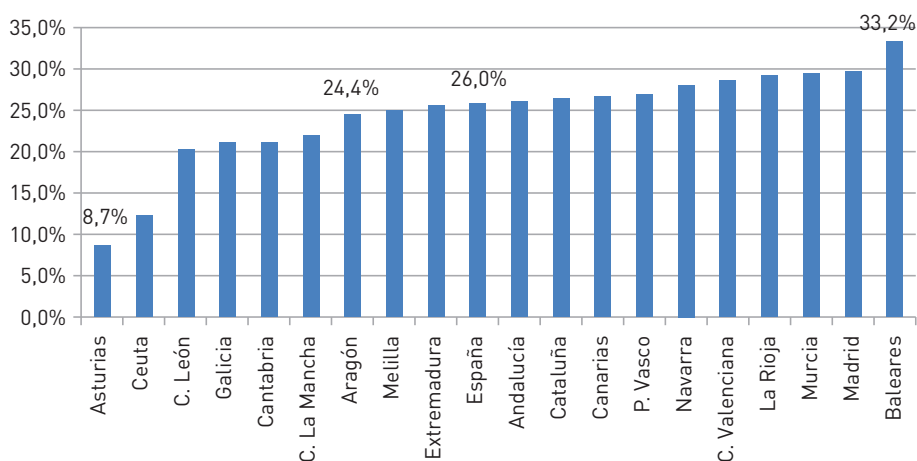
6.2. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón

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 percibe buenas oportunidades para emprender durante 2015 (Figura 6.1) es del 24,4%. Esta cifra es casi 2 puntos porcentuales superior a la del año 2014 (22,5%) y se sitúa ligeramente por debajo de la media nacional (26%), que también se ha incrementado en algo más de 3 puntos respecto a 2014. Estos datos pueden ser un indicador de la percepción de que, aunque con lentitud, poco a poco se observa una tendencia de recuperación económica y de un cauto desarrollo de una cultura de emprendimiento.

La Figura 6.1 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 Cantabria, Castilla-León, Castilla-La Mancha, Asturias, Galicia, y Ceuta, si bien es cierto que comunidades cuya percepción de oportunidades para emprender era inferior a la comunidad aragonesa durante el 2014, este año han elevado sus expectativas y superan a Aragón, como es el caso de La Rioja y Navarra. Es importante

Figura 6.1.

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

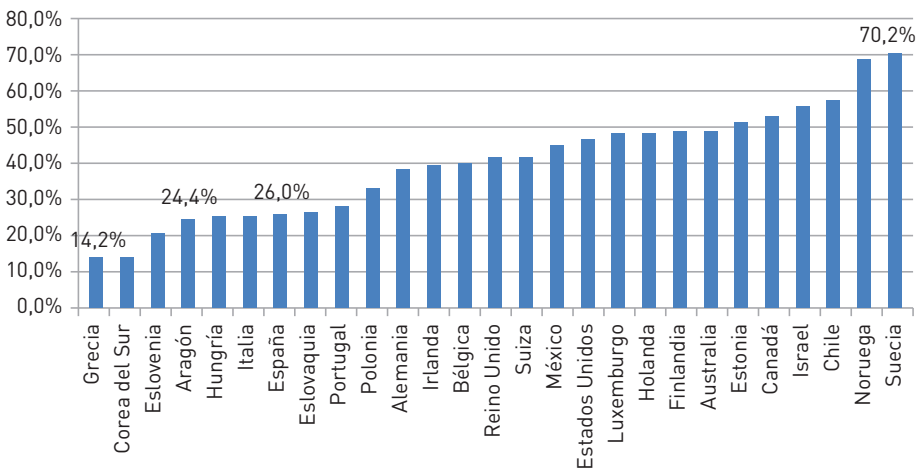


destacar que, en esta dimensión, las diferencias entre regiones son elevadas, superando los 24 puntos porcentuales si hacemos referencia a los extremos de la distribución (Asturias y Baleares).

A nivel internacional, Aragón se posiciona comparativamente en niveles peores a los de 2014. La Figura 6.2 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 Eslovenia, Corea y Grecia y, como ya se ha puesto de manifiesto, algo por debajo de la media de España. En esta comparación cabe destacar que los países que ocupan los primeros puestos de la clasificación son Noruega y Suecia. Además, es importante poner de manifiesto la enorme disparidad existente entre países, de manera que entre los dos extremos de la clasificación (Suecia y Grecia) hay 56 puntos porcentuales de diferencia.

Figura 6.2.

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



6.3. 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 6.1 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 algo más de un tercio de la población aragonesa conoce a un emprendedor. Además, en torno al 43% de

los encuestados considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un negocio, un 42,4% que el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender, un 52,3% que poner en marcha un negocio es una buena elección profesional y un 45,9% que triunfar gracias a un negocio propio proporciona un buen estatus social. Un 46,9% considera que los medios de comunicación proporcionan una buena cobertura a los nuevos empresarios y un 72,5% 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 6.1 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 6.1 presentan en general variaciones algo inferiores a las de 2014, destacando el decremento de la población que ha conocido a un emprendedor en los dos últimos años (alrededor de 5 puntos porcentuales menos). De modo similar, la tendencia es decreciente cuando se pregunta a los encuestados si se tienen los conocimientos y habilidades para poner en marcha una iniciativa de negocio, o si el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender. Igualmente, sigue la tendencia decreciente que comenzó en 2012 acerca de la percepción que se tiene sobre el buen estatus social que proporciona poner en marcha un nuevo negocio. Sin embargo, la percepción sobre el deseo de que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar o sobre si es una buena elección profesional poner en marcha un negocio, presenta este último año valoraciones más favorables.

Tabla 6.1.

Entorno social: la motivación para emprender en la población aragonesa (porcentaje de respuestas afirmativas, 2015 y 2014)		
Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	2015	2014
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	32,1	36,7
Tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha una iniciativa de negocio pequeña	42,5	47,2
El miedo al fracaso NO sería un obstáculo para emprender	42,4	46,6
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	75,4	72,5
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	52,3	51,7
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	45,9	48,9
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	46,9	51,1

6.4. 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, analizamos una serie de factores que impulsan la motivación en el proceso de creación de empresas. Dichos factores son la posesión de conocimientos y habilidades para crear una empresa y el apoyo social que reciben los emprendedores (este último medido a través de la percepción de la población aragonesa entre 18 y 64 años acerca de si el emprendimiento proporciona un buen estatus social), así como de la cobertura que los medios de comunicación otorgan al proceso de creación de empresas.

Las Figuras 6.3 y 6.4 profundizan en la información comentada al presentar los resultados sobre la percepción acerca de la capacidad para emprender por parte de la población. A nivel nacional, la posición de Aragón es inferior a la de España en algo menos de tres puntos porcentuales. Esta percepción ha descendido en casi cinco puntos respecto al año 2014. A nivel internacional la posición de Aragón y España es media, con países como Chile, Polonia y Estados Unidos a la cabeza y Corea, Italia y Noruega en el otro extremo.

Figura 6.3.

Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera tiene buenos conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

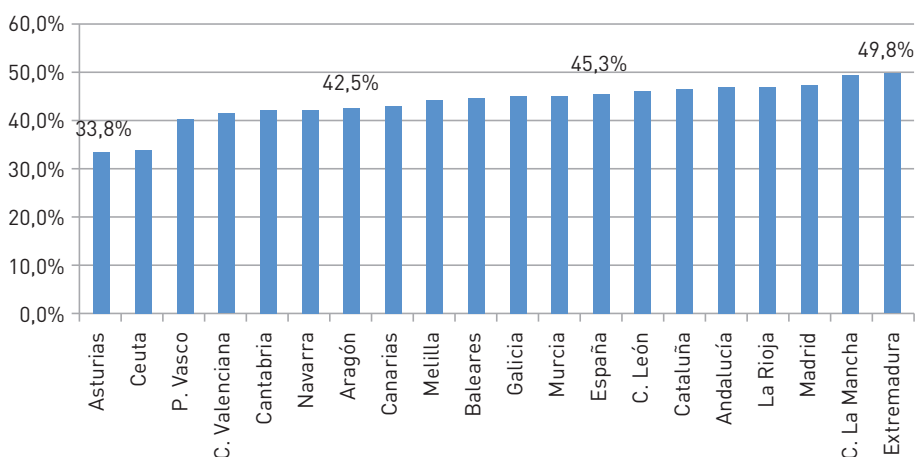
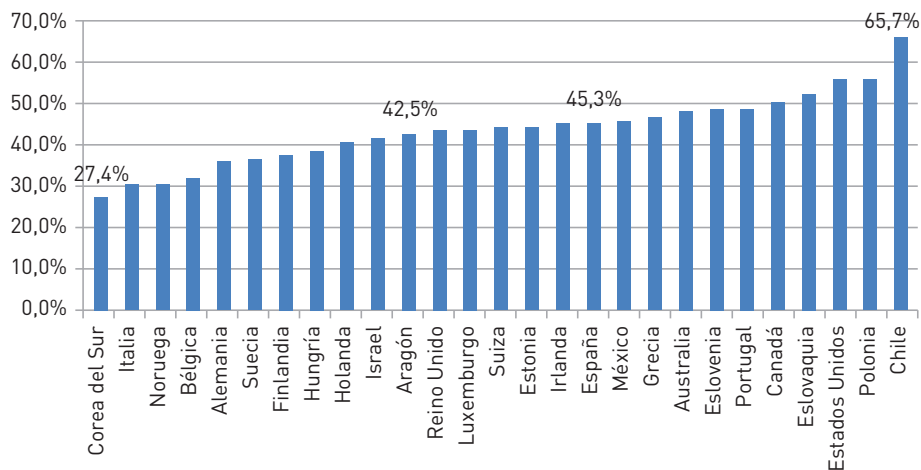


Figura 6.4.

Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera tiene buenos conocimientos, habilidades y experiencia para emprender, países de la OCDE



El análisis continúa con los datos que hacen referencia al apoyo social que recibe el emprendedor (Figuras 6.5, 6.6, 6.7 y 6.8). La información basada en la percepción que tiene la población en relación a si emprender proporciona un buen estatus social pone de manifiesto que Aragón (46%) se sitúa dentro de las posiciones inferiores cuando se compara con otras comunidades autónomas, mientras que la media nacional se sitúa algo más de dos puntos por encima (48,4%, Figura 6.5). Si la comparativa se hace dentro del grupo de países de la OCDE (Figura 6.6), Aragón, al igual que España, se sitúan en el extremo inferior de la clasificación, siendo Israel y Finlandia quienes ocupan las primeras posiciones.

Finalmente, la Figura 6.7 muestra el porcentaje de población entre 18 y 64 años que considera que los medios de comunicación dan buena cobertura al emprendimiento. En 2015 el 46,9% de la población encuestada en la comunidad aragonesa está de acuerdo ubicándose al mismo nivel que la media de España (Figura 6.7) y ocupando la mediana de la clasificación. Dentro del grupo de países de la OCDE, Aragón se sitúa una posición inferior en cuanto a la percepción de cobertura por parte de los medios de comunicación, siendo Portugal y Australia quienes ocupan las primeras posiciones (Figura 6.8)

Figura 6.5.

Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que emprender proporciona un buen estatus social

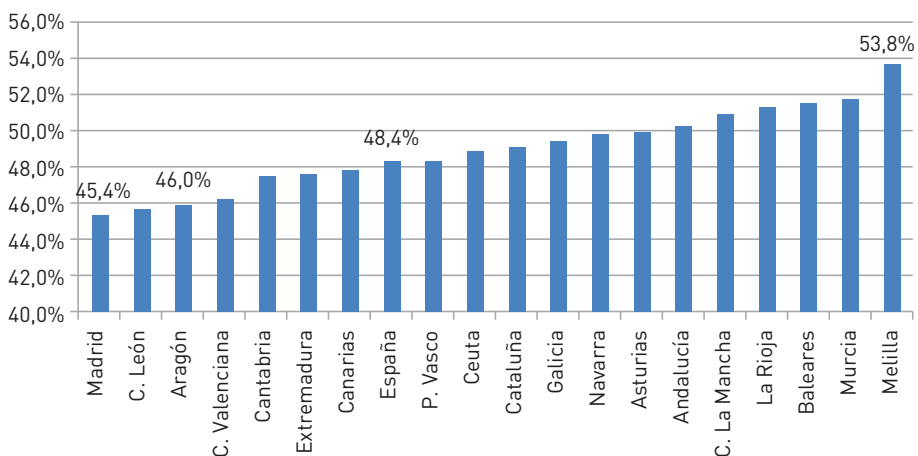


Figura 6.6.

Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que emprender proporciona un buen estatus social, países de la OCDE

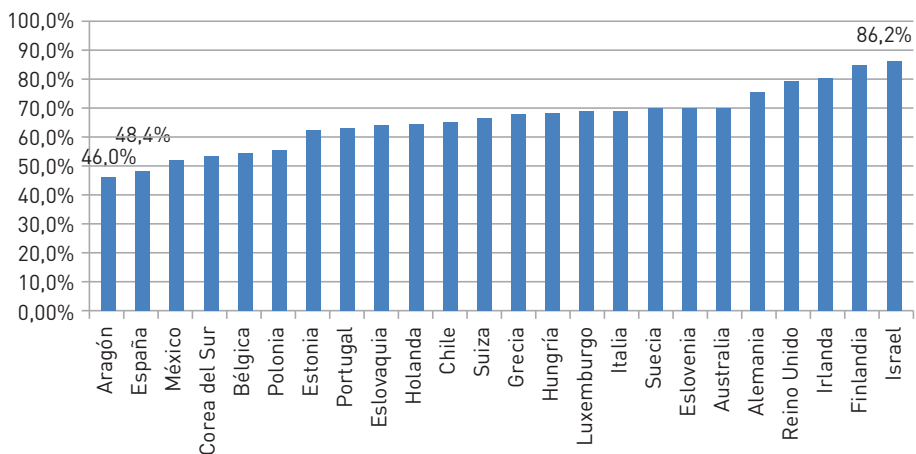


Figura 6.7.

Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que los medios de comunicación dan buena cobertura al emprendimiento

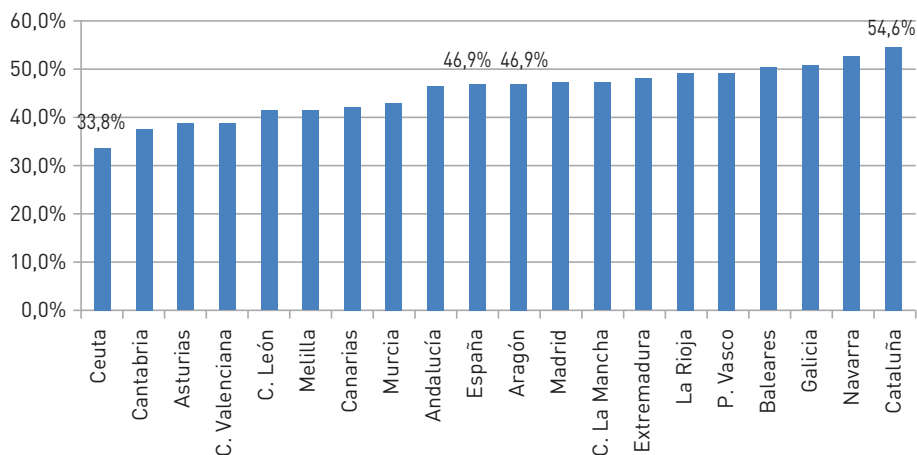
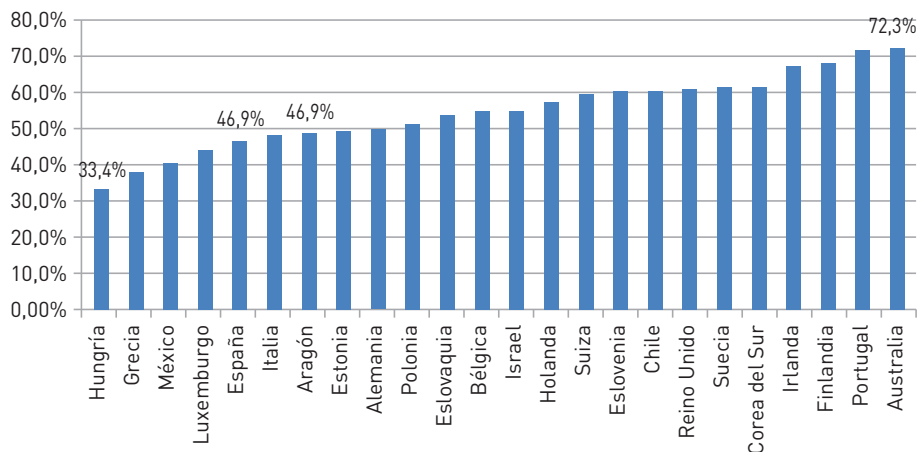


Figura 6.8.

Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que los medios de comunicación dan buena cobertura al emprendimiento, países de la OCDE



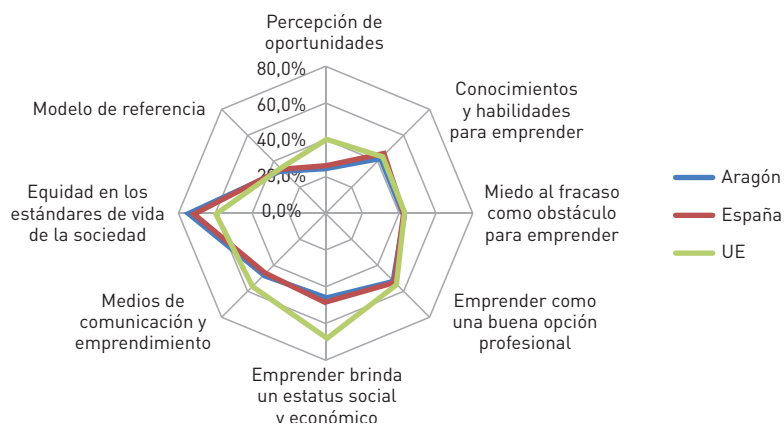
6.5. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender

La Figura 6.9 cierra este capítulo representando la posición relativa de las opiniones de la población aragonesa en relación con sus homólogos en España y con los del resto de países GEM en su mismo entorno económico. En relación a la comparación con el resto de España, se observa que, excepto en tres indicadores donde Aragón está algo por debajo de la media (estatus social y económico $-46,0\%$ vs $48,4\%$ -, conocimientos y habilidades $-42,5\%$ vs $45,3\%$ - y equidad $-75,4\%$ vs $72,1\%$ -), la Comunidad presenta indicadores muy similares en prácticamente todas las dimensiones.

Respecto a los países GEM de la OCDE, se observa que la opinión de la población aragonesa sobre ciertos valores, percepciones y aptitudes emprendedoras está por debajo de la media. En relación a la percepción de oportunidades, Aragón se sitúa en un $24,4\%$, frente al $41,2\%$ de los países de la OCDE. También se observan grandes diferencias sobre si emprender brinda un estatus social y económico ($46,0\%$ en Aragón, $67,8\%$ en los países OCDE). La diferencia se reduce cuando se hace referencia a la cobertura de los medios de comunicación ($46,9\%$ frente al $55,3\%$). Sin embargo, un amplio porcentaje de la población aragonesa está de acuerdo en la existencia de equidad en los estándares de vida de la sociedad, por encima de la media europea ($75,4\%$ frente al $59,8\%$).

Figura 6.9.

Percepciones, valores y aptitudes de los aragoneses respecto al resto de España y de países GEM de la Unión Europea



CAPÍTULO 7

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

7.1. Introducción

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

En el año 2015, 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.

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

En términos generales, las condiciones específicas del entorno sobre las que han opinado los expertos indican que la situación en Aragón sigue siendo poco favorable para emprender (lo mismo sucede con la opinión de los expertos nacionales). La figura 7.1 muestra la valoración media que los expertos hacen de los factores del entorno que influyen en el proceso emprendedor. De los doce factores evaluados, los tres mejor considerados son los que se refieren al acceso a infraestructuras físicas, infraestructura comercial y de servicios y programas gubernamentales. Como puede apreciarse en la figura 7.1, la valoración de estos tres factores que están por encima del valor medio (3 en una escala de 5) es, además, superior a la dada en el ejercicio anterior.

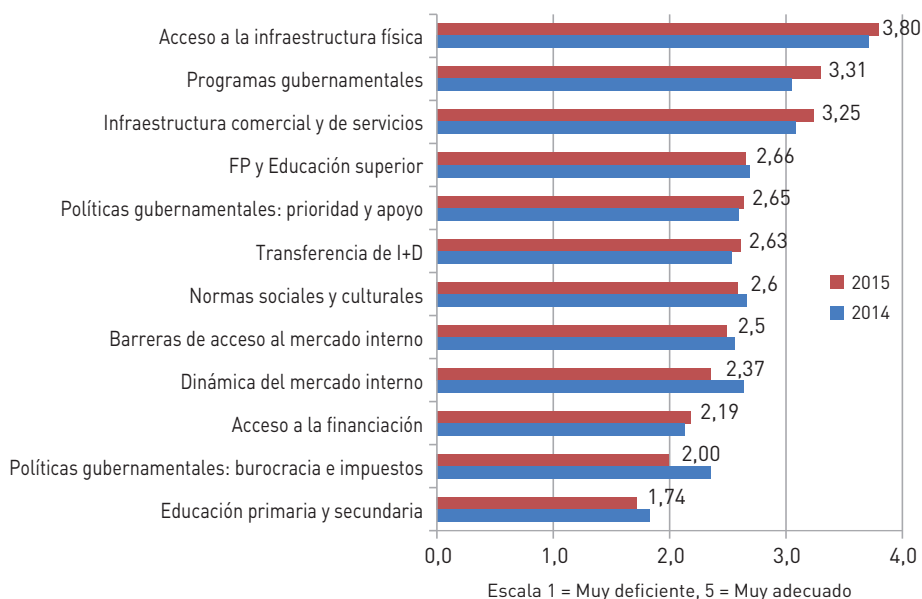
Es destacable, no obstante, constatar como la mayoría de los factores están valorados por los expertos por debajo de los 3 puntos. Este es el

caso de aspectos fundamentales como la formación profesional y la educación superior, la dinámica del mercado interno o la transferencia de I+D entre Universidad y empresa. Además, en prácticamente todas estas cuestiones la valoración realizada es similar o inferior a la que se obtuvo en 2014. De hecho, los únicos ligeros incrementos se observan en transferencia de I+D, políticas gubernamentales referentes a prioridad y apoyo al emprendimiento, y en el acceso a la financiación.

En último lugar aparecen los factores relacionados con las políticas gubernamentales (específicamente aquellas relacionadas con la burocracia y los impuestos), el acceso a la financiación y, al igual que viene ocurriendo en estos últimos años con la educación primaria y secundaria, que 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, como se ha mostrado en los capítulos precedentes, en la medida en que aumentan la formación y el conocimiento 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. En este sentido (y dejando al margen otras consideraciones relacionadas con la propia ley), la propuesta de la nueva ley reforma educativa, LOMCE, recogiendo esta inquietud social, incluye en el contenido de los currículos académicos la promoción del “espíritu emprendedor” con el

Figura 7.1.

Valoración de los expertos: factores del entorno



propósito de generar desde las primeras etapas educativas una cultura de emprendimiento, no sólo como salida profesional en épocas de crisis, sino como una forma de desarrollo profesional y contribución dentro de la sociedad.

Con el fin de profundizar en el estudio de estos factores y su evolución en el tiempo, la tabla 7.1 permite comparar las valoraciones medias que hacen los expertos aragoneses de las condiciones del entorno desde el año 2008, momento a partir del cual en Aragón se empieza a notar especialmente la crisis económica. En la misma se puede observar como los tres factores mejor valorados, acceso a las infraestructuras, programas gubernamentales e infraestructura comercial y de servicios, no muestran una tendencia claramente definida, aunque resulta destacable que en estos últimos años se pone de manifiesto una tendencia creciente en los programas gubernamentales.

Entre los factores peor valorados por los expertos destaca la educación primaria y secundaria. A pesar de que siempre ha sido el ítem por valorado, los expertos son cada vez más pesimistas en relación con el papel que la educación que se imparte en estos niveles tiene a la hora de promover la creación de nuevas empresas. El acceso a la financiación, aunque sigue siendo todavía un obstáculo importante, mejora ligeramente su valoración en relación con 2014. 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 estas dimensiones, ya que la valoración que se hace de las mismas no es positiva.

Tabla 7.1.

Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno

Factores del entorno (ordenados según valores de 2015)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Situación
Acceso a la infraestructura física	3,89	3,57	3,91	3,52	3,88	3,92	3,74	3,80	Estable
Programas gubernamentales	3,39	3,07	3,23	2,95	3,00	3,03	3,07	3,31	Mejora
Infraestructura comercial y de servicios	3,18	2,96	3,14	2,66	3,09	3,24	3,09	3,25	Mejora
FP y Educación superior	2,86	2,68	2,71	2,87	2,66	2,73	2,69	2,66	Estable
Políticas gubernamentales: prioridad y su apoyo	2,91	2,68	2,71	2,69	3,03	2,59	2,61	2,65	Estable
Transferencia de I+D	2,72	2,47	2,71	2,55	2,69	2,78	2,55	2,63	Estable
Normas sociales y culturales	2,83	2,6	2,56	2,51	2,64	2,41	2,67	2,60	Estable
Barreras de acceso al mercado interno	2,76	2,62	2,83	2,71	2,65	2,62	2,58	2,50	Estable
Dinámica del mercado interno	2,36	2,31	2,59	2,65	2,68	2,94	2,64	2,37	Disminuye
Acceso a la financiación	2,81	2,31	2,31	1,88	2,10	2,25	2,14	2,19	Estable
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,75	2,39	2,57	2,53	2,48	2,25	2,37	2,00	Disminuye
Educación primaria y secundaria	1,95	1,67	1,86	1,85	1,81	1,91	1,84	1,74	Disminuye

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

Los expertos entrevistados también contribuyen al informe GEM a través de preguntas abiertas relacionadas con las condiciones del entorno específico que influyen en la actividad emprendedora. A continuación se presentan las opiniones de estos expertos relativas a los principales obstáculos que actúan como 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 7.2 muestra la importancia relativa de las valoraciones proporcionadas por los expertos cuando son preguntados en relación al origen de los obstáculos principales a la actividad emprendedora. Por sexto año consecutivo, el principal obstáculo es el acceso a la financiación (el 66,7% 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 las normas sociales y culturales, la educación y formación, el acceso a la infraestructura física, la apertura de las barreras de mercado y la crisis económica. Algunos de los elementos que menos parecen dificultar la puesta en marcha de iniciativas empresariales son la transferencia de I+D, el clima económico, el estado del mercado laboral o el contexto político, institucional y social y otros aspectos relacionados con la corrupción, el acceso a la información o la internacionalización.

Tabla 7.2.

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

	Frecuencia 2015	Ranking del año							
		2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Acceso a la financiación	66,7%	1	1	1	1	1	1	1	3
Políticas gubernamentales	48,7%	2	2	2	2	8	2	4	1
Normas sociales y culturales	46,2%	3	9	6	2	2	4	3	4
Educación, formación	20,5%	4	3	3	2	2	4	6	4
Acceso a la infraestructura física	15,4%	5	7	15	8	9	9	9	11
Apertura de mercado, barreras	12,8%	6	7	7	8	7	9	13	7
Crisis económica	12,8%	6	13	7	-	-	-	-	-
Programas gubernamentales	10,3%	8	3	15	7	5	7	2	4
Infraestructura comercial y profesional	7,7%	9	6	15	8	12	8	9	8
Capacidad emprendedora	7,7%	9	9	5	6	6	6	7	2
Composición percibida de la población	5,1%	11	13	15	8	10	12	14	12
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	5,1%	11	17	11	-	-	-	-	-
Costes laborales, acceso y regulación	5,1%	11	17	11	-	-	-	-	-
Transferencia I+D	0,0%	14	5	15	8	12	9	9	14
Clima Económico	0,0%	13	11	3	5	2	2	5	8
Estado del mercado laboral	0,0%	13	11	15	14	12	8	8	13
Contexto político, institucional y social	0,0%	13	13	11	8	10	6	9	8
Corrupción	0,0%	13	13	11	-	-	-	-	-
Acceso a la información	0,0%	13	17	8	-	-	-	-	-
Internacionalización	0,0%	13	17	15	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	13	17	15	-	-	-	-	-

Una vez examinados los obstáculos, en la Tabla 7.3 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 el principal favorecedor de la actividad emprendedora es la crisis económica, que vista desde esa perspectiva supone una oportunidad para la constitución de nuevas empresas. A esta le siguen los programas gubernamentales, las normas sociales y culturales, la infraestructura comercial y profesional,

Tabla 7.3.

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

	Frecuencia	Ranking del año								
		2015	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Crisis económica	50,0%	1	11	10	-	-	-	-	-	-
Programas gubernamentales	47,4%	2	1	3	8	1	1	1	1	1
Normas sociales y culturales	39,5%	3	4	3	4	6	8	6	6	6
Infraestructura comercial y profesional	29,0%	4	20	11	14	3	11	8	2	2
Apoyo financiero	21,1%	5	5	8	13	3	3	2	4	4
Transferencia I+D	13,2%	6	3	3	5	8	4	3	9	9
Acceso a la información	10,5%	7	5	13	-	-	-	-	-	-
Acceso a la infraestructura física	10,5%	7	10	10	8	8	6	8	6	6
Educación y formación	7,9%	9	11	8	3	5	4	3	5	5
Capacidad emprendedora	7,9%	9	17	11	11	11	10	3	13	13
Apertura de mercado, barreras	7,9%	9	18	7	1	11	7	13	6	6
Costes laborales, acceso y regulación	5,3%	12	9	13	-	-	-	-	-	-
Políticas gubernamentales	2,6%	13	14	2	10	10	2	8	2	2
Contexto político, institucional y social	2,6%	13	14	13	11	6	5	11	9	9
Clima económico	2,6%	13	17	6	5	2	5	6	12	12
Estado del mercado laboral	0,0%	16	2	1	2	11	9	11	6	6
Internacionalización	0,0%	16	11	14	-	-	-	-	-	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	16	16	14	-	-	-	-	-	-
Composición percibida de la población	0,0%	16	17	14	5	9	14	13	13	13
Corrupción	0,0%	16	20	14	-	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	16	20	14	-	-	-	-	-	-

y el apoyo financiero. En el extremo opuesto se sitúan la corrupción, la composición percibida de la población, y el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas.

La Tabla 7.4 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 la educación y la formación, las políticas gubernamentales y el apoyo financiero. Los expertos encuestados destacan en primer lugar la necesidad de desarrollar

Tabla 7.4.

Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor

	Frecuencia 2015	Ranking del año							
		2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Educación y formación	58,3%	1	3	3	2	3	2	2	1
Programas gubernamentales	52,8%	2	4	4	6	1	4	1	1
Apoyo financiero	36,1%	3	2	2	1	2	1	3	3
Políticas gubernamentales	33,3%	4	1	1	3	4	3	4	4
Normas sociales y culturales	13,9%	5	5	5	5	6	6	5	8
Infraestructura comercial y profesional	11,1%	6	9	9	4	5	6	9	5
Costes laborales, acceso y regulación	11,1%	6	17	11	-	-	-	-	-
Apertura de mercado, barreras	8,3%	8	9	9	10	9	9	9	8
Acceso a la información	8,3%	8	17	11	-	-	-	-	-
Transferencia I+D	5,6%	10	6	6	7	9	5	6	7
Internacionalización	5,6%	10	17	11	-	-	-	-	-
Capacidad emprendedora	2,8%	12	7	8	10	9	8	6	5
Acceso a la infraestructura física	2,8%	12	9	11	12	7	7	11	8
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	2,8%	12	17	11	-	-	-	-	-
Estado del mercado laboral	0,0%	15	7	7	7	7	7	8	12
Clima económico	0,0%	14	9	11	12	9	8	13	12
Composición percibida de la población	0,0%	14	9	11	9	12	11	13	12
Contexto político, institucional y social	0,0%	14	9	11	7	10	5	11	11
Crisis económica	0,0%	14	9	11	-	-	-	-	-
Corrupción	0,0%	14	9	11	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	14	17	11	-	-	-	-	-

desde etapas tempranas la educación y formación emprendedora como parte de la cultura, así como contar con el apoyo de políticas gubernamentales que impulsen y faciliten las iniciativas emprendedoras y el diseño de medidas y programas que permitan mejorar el acceso a la financiación. También sitúan en un lugar destacado las normas sociales y culturales, la infraestructura comercial y profesional y los aspectos relacionados con los costes laborales, acceso y regulación. En cuanto a las dimensiones que menos consideración tienen por parte de los expertos a la hora de favorecer el proceso emprendedor, cabe citar la corrupción, la crisis económica y el contexto político institucional y social.

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 7.5 recoge los principales argumentos mencionados más allá de los comentados en las tablas precedentes.

Tabla 7.5.

Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón

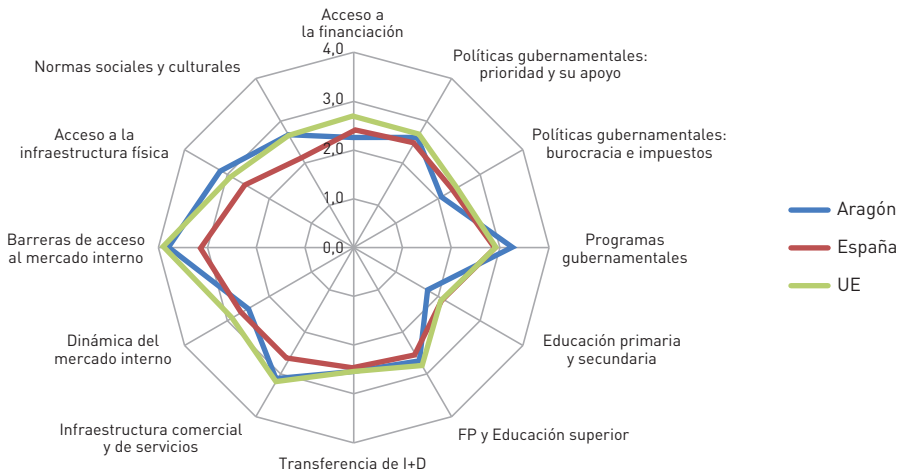
OBSTÁCULOS
1. Falta de cultura emprendedora
2. Acceso a la financiación
3. Trabas administrativas
4. Aversión al riesgo
APOYOS
1. Estado del mercado laboral
2. Mejora de la formación
3. Ayudas y subvenciones
4. Existencia de viveros de empresas
RECOMENDACIONES
1. Mayor formación emprendedora
2. Fomento de la cultura emprendedora
3. Apoyo a los programas de I+D
4. Programas de apoyo al emprendimiento

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

La Figura 7.2 concluye este capítulo representando la posición relativa de las valoraciones que hacen los expertos aragoneses en relación con sus homólogos en España y en el resto de países GEM de su mismo grupo económico. En relación a la comparación con el resto de España, Aragón presenta, al igual que en el periodo anterior, unas condiciones medias por encima del promedio nacional en la mayoría de los factores considerados, excepto en Educación Primaria y Secundaria, Políticas Gubernamentales en lo que se refiere a burocracia e impuestos y en el acceso a la financiación. 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 tan solo en los programas de apoyo gubernamental al emprendimiento, así como el apoyo a la estructura física. El acceso a la financiación o la educación primaria y secundaria son dos elementos de preocupación cuando se compara la posición de Aragón con la de España y la de los países de la OCDE.

Figura 7.2.

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





CAPÍTULO 8
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
EN LAS ZONAS RURALES

8.1. Introducción

El estudio de la actividad emprendedora en las zonas rurales tiene particular importancia en la Comunidad Autónoma de Aragón, a la vista de que el casi el 97% de los municipios se encuentran situados en el ámbito rural y concentran a una cuarta parte de la población aragonesa (Tabla 8.1). El observatorio GEM considera como actividad emprendedora rural la que se lleva a cabo en municipios de hasta 5.000 habitantes, mientras que el emprendimiento urbano es el que tiene lugar en los municipios que superan dicha población. Es importante tener en cuenta que la distribución de la población en zonas rurales varía notablemente entre las tres provincias aragonesas, principalmente debido a la concentración del 50% de la población en la capital de la Comunidad. De este modo, el 17% de la población de la provincia de Zaragoza reside en la actualidad en zonas rurales, frente al 40% de Huesca y el 57% de Teruel.

Tabla 8.1.

Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2015)

Distribución de...	Zona	Huesca	Zaragoza	Teruel	Aragón
Municipios	Rural	96,5%	95,6%	98,7%	96,9%
	Urbana	3,5%	4,4%	1,3%	3,1%
Población	Rural	40,1%	17%	57%	25,1%
	Urbana	59,9%	83%	43%	74,9%

Fuente: Datos obtenidos a partir de la información facilitada por el INE (padrón a 1 de enero de 2015).

A la vista de la importancia de las zonas rurales, sobre todo en las provincias de Huesca y Teruel, el emprendimiento rural constituye uno de los mecanismos más importantes para evitar la despoblación en numerosos territorios siendo, además, una fuente de oportunidades en múltiples sectores de la economía. La mejora de las infraestructuras físicas y las comunicaciones hacen del ámbito rural un espacio muy competitivo para un gran número de actividades. Fruto de esta reflexión, se han llevado a cabo determinadas iniciativas gubernamentales de fomento de la actividad emprendedora en zonas rurales de Aragón, como el Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED) o el proyecto Rural Emprende (dentro del marco del Plan Avanza). En definitiva, el ca-

pítulo se aproxima y completa la información en relación con la actividad emprendedora en estos municipios. 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.

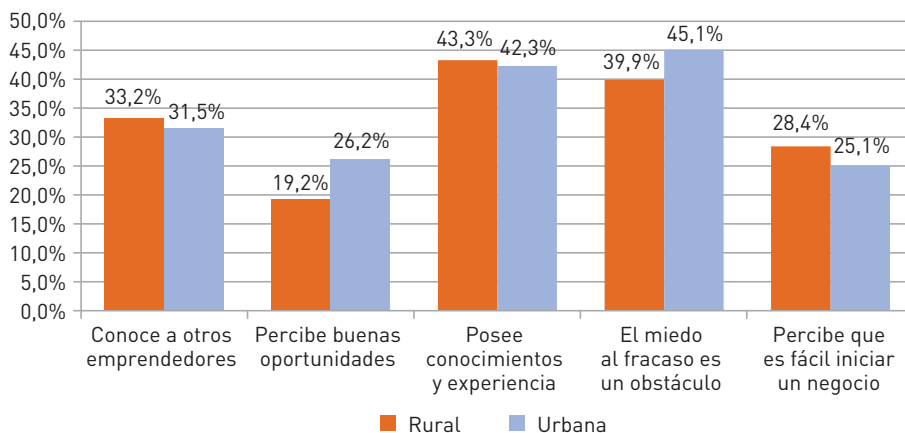
8.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana

La Figura 8.1 muestra información sobre los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población rural y urbana en 2015. Como se puede observar, existen algunas dimensiones en las que las diferencias entre los dos colectivos son mínimas. Este es el caso de la percepción sobre los conocimientos y experiencia de los emprendedores, en los que la población rural supera a la urbana en un punto porcentual. Lo mismo ocurre en el conocimiento de otros emprendedores, con una diferencia inferior a los dos puntos porcentuales a favor de la población rural. En cuanto a las diferencias, es especialmente significativo que en el año 2015 la percepción de miedo al fracaso sea mayor en el entorno urbano que en el rural (45,1% frente al 39,9%). También es en el entorno urbano donde se perciben mejores oportunidades para emprender (26,2% frente a 19,2%). Sin embargo, en el entorno rural se considera que es más fácil iniciar un negocio (28,4% en el entorno rural, frente al 25,1% del urbano).

Si observamos la evolución desde las cifras de 2014, también existen algunas diferencias a destacar. Por ejemplo, se ha incrementado ligeramen-

Figura 8.1.

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

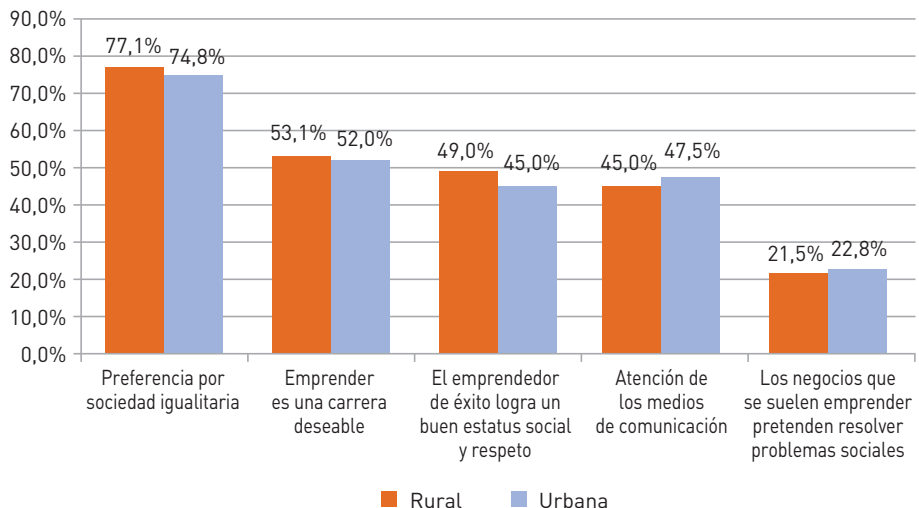


mente la percepción de oportunidades tanto en el entorno rural como en el urbano. Al mismo tiempo, ha disminuido el miedo al fracaso, pero también el conocimiento de otros emprendedores y la percepción de que se poseen conocimientos y experiencia para emprender.

Por lo que respecta a la valoración social del emprendimiento (Figura 8.2), los porcentajes referentes a los indicadores relativos a la preferencia por una sociedad igualitaria, el emprendimiento como una carrera deseable o el buen estatus de un emprendedor de éxito son ligeramente superiores en las zonas rurales. Por el contrario, en las zonas urbanas se percibe una mayor atención de los medios de comunicación y también hay una mayor proporción de la población que opina que los negocios en los que se emprende tienen como objetivo resolver problemas sociales. Finalmente, si comparamos las cifras con las de 2014 aumenta el porcentaje de población con preferencia por una sociedad igualitaria (77,1% vs 74,3% en el entorno rural y 74,8% vs 71,9% en el entorno urbano) y la que opina que emprender es una carrera deseable tanto en el entorno rural como urbano (53,1% vs 52,3%, 52,0% vs 51,5%). Es destacable que los indicadores relativos al estatus del emprendedor de éxito (49% vs 52,9%; 45% vs 47,6%) y atención de los medios de comunicación (45% vs 50,8%; 47,5% vs 51,2%) hayan disminuido respecto al año 2014.

Figura 8.2.

Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas



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

La Figura 8.3 muestra las tasas de actividad en las distintas etapas del proceso emprendedor (potencial, naciente, nueva, consolidada y abandono) en los ámbitos rural y urbano. Al igual que en los dos últimos años, 2013 y 2014, la población rural se muestra más activa en términos de emprendimiento que la urbana (5,5% frente a un 3,7%). Sin embargo, es de destacar que tanto en el entorno rural como en el urbano se produce un descenso de actividad en relación con el ejercicio 2014. En el caso de los núcleos rurales el descenso se concentra en la actividad naciente, mientras que se produce un incremento en la nueva. Algo similar ocurre en los núcleos urbanos, aunque la reducción de la actividad naciente es inferior. Respecto al emprendimiento potencial y al consolidado, en ambos casos experimentan un incremento en las zonas rurales y una disminución en las urbanas. Finalmente, durante el ejercicio 2015 los cierres efectivos se concentran más en el entorno rural.

Figura 8.3.

Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2015

RURAL	Potencial 5,7% (4,3%)	Naciente 1,4% (3,9%)	Nueva 4,1% (2,1%)	Consolidada 9,5% (9,3%)	Cierres efectivos 2,8% (0,8%)
	TEA rural: 5,5% (6,5%)				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 15% (15,3%)				
	Total población involucrada en el proceso emprendedor: 20,7% (19,6%)				
URBANO	Potencial 4,7% (6,6%)	Naciente 1,2% (2,3%)	Nueva 2,5% (1,9%)	Consolidada 5,8% (7,3%)	Cierres efectivos 0,6% (1%)
	TEA urbano: 3,7% (4,2%)				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 9,5% (11,5%)				
	Total población involucrada en el proceso emprendedor: 14,2% (18,1%)				

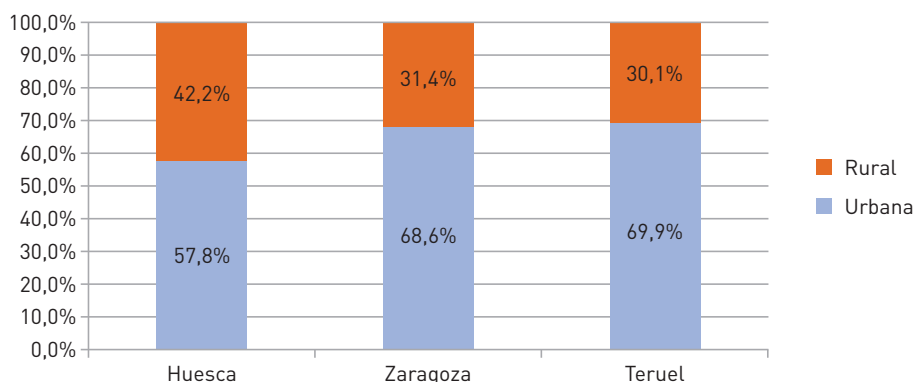
Entre paréntesis la información correspondiente a 2014.

Si nos fijamos en la importancia del emprendimiento rural en cada una de las tres provincias aragonesas (Figura 8.4) podemos observar el incremento de actividad emprendedora rural tanto en Huesca como en Teruel. El caso de la provincia de Teruel es el más acusado, ya que su población rural representa un 57% del total, mientras que la proporción de iniciativas emprendedoras que en el año 2014 era sólo del 24,8%, en

el año 2015 ha sido del 30,1%, cambiando de nuevo la tendencia del año anterior. En Zaragoza, se produce sin embargo un drástico descenso, ya que mientras en el ejercicio 2014 una población rural del 17,2% aglutinaba el casi 55% de las iniciativas emprendedoras, en el año 2015, esta proporción se ha reducido hasta llegar a un 31,4%.

Figura 8.4.

Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia



8.4. 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, aunque el cierre efectivo de negocios es superior con respecto al registrado en los núcleos urbanos. La valoración social de la actividad emprendedora es ligeramente superior en las zonas rurales en tres de las cinco dimensiones consideradas. Así, por ejemplo, es mayor el porcentaje de población que percibe que emprender es una carrera deseable y que el emprendedor de éxito tiene un buen estatus social y respeto. También es mejor la percepción sobre la facilidad para iniciar un negocio y menor el miedo al fracaso. Sin embargo, también se observa que en las zonas rurales la población percibe menos oportunidades.



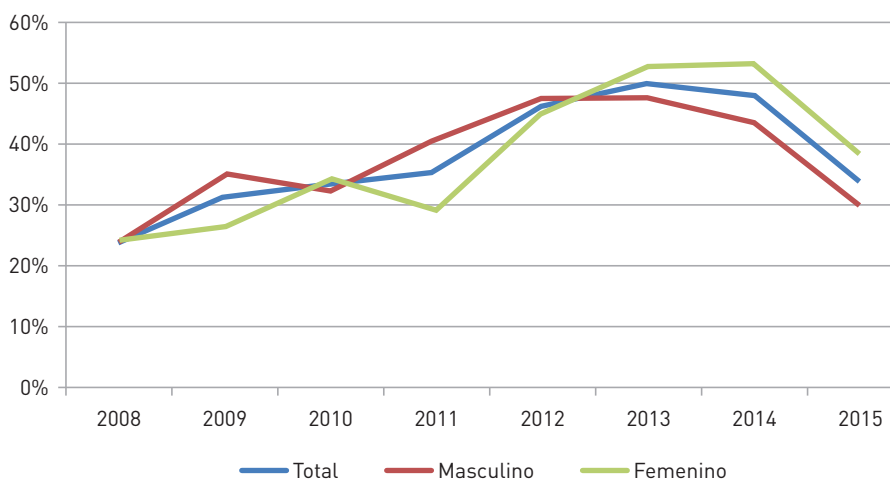
CAPÍTULO 9
EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

9.1. Introducción

España viene mostrando en los últimos años una dramática progresión de su tasa de desempleo juvenil, alcanzando en 2015 casi al 50% de la población menor de 25 años (49,6%). Es cierto que esta cifra supone una ligera mejora en relación con el 53,2% observado un año antes pero se sitúa, en cualquier caso, 30 puntos por encima de la media europea del 20,7%. Aragón, aunque presenta unas cifras algo mejores que las de otras comunidades, ha seguido estos últimos años una tendencia similar a la del resto del país. Como puede observarse en la Figura 9.1, obtenida a partir de los datos proporcionados por la Encuesta de Población Activa, el desempleo entre los menores de 25 años se situó a finales de 2014 en el 48,3% (lo que supone un leve descenso desde el máximo del 50% alcanzado en el año 2013), que se reduce hasta el 33,7% en 2015. La tasa de desempleo sigue siendo más alta en el caso de las mujeres jóvenes (un 38,2% frente al 29,6% de los hombres), aunque el descenso en relación con el año 2014 ha sido similar en ambos grupos (en torno a 14 puntos porcentuales).

Figura 9.1.

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



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2015)

En este escenario social y económico, 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. 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, se analiza la tasa de actividad emprendedora y su evolución en el tiempo. Finalmente, se analizan las características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.

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

La Figura 9.2 muestra los valores y actitudes de la población joven⁴ y adulta con respecto al emprendimiento. Como se puede observar en dicha figura, existen algunas diferencias entre ambos colectivos, aunque no son muy acusadas. Las dos poblaciones muestran valores muy similares en las variables competitividad (75,1% adultos y jóvenes), estatus social (46,6% adultos frente al 44,5% de los jóvenes), facilidad de emprender (25,7% de los adultos frente al 26,4% de los jóvenes) y motivación social. También es similar la percepción sobre el hecho de que la existencia de una red social ayuda a desarrollar las capacidades emprendedoras (32,9% de los jóvenes frente al 31,7% de los adultos), aunque este porcentaje se ha reducido sensiblemente respecto al año anterior. Jóvenes y adultos tienen también una percepción similar en cuanto a que el emprendimiento puede ser una buena carrera (53,1% jóvenes frente al 51,9% de los adultos).

En cuanto a la percepción de oportunidades, los jóvenes son más positivos que los adultos (27,4% frente al 23%). Este dato se ha incrementado respecto al año anterior (4 puntos porcentuales) y también lo ha hecho la diferencia entre uno y otro grupo (en 2014 las cifras eran 23% en los

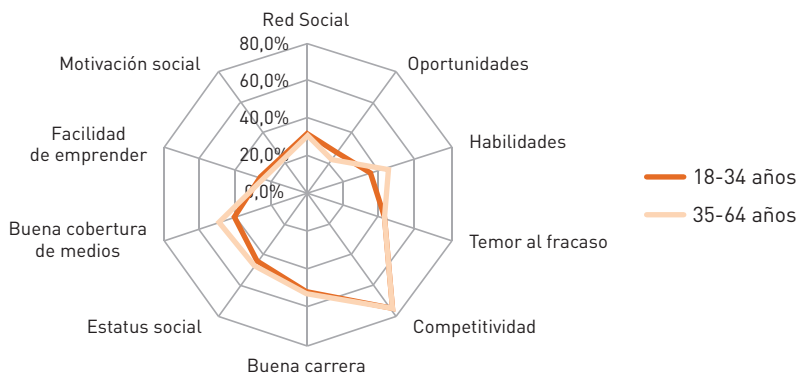
⁴ Desde el punto de vista de este informe, se entiende por emprendimiento juvenil el llevado a cabo por personas con edad inferior a 35 años.

jóvenes y 22,2% en los adultos). Resulta también destacable que la percepción acerca de si uno cree tener las habilidades necesarias para emprender está por debajo en el grupo de los jóvenes (35,5% frente al 45,6% de los adultos). Los jóvenes también muestran mayor temor al fracaso que los adultos, aunque en este caso la diferencia es pequeña (44,2% frente al 43,6%). También es menos positiva en los jóvenes la percepción acerca de la cobertura de las actividades emprendedoras por parte de los medios de comunicación.

Señalar, por último, que las diferencias son escasamente relevantes entre ambos grupos cuando se pregunta a los encuestados acerca de lo fácil que resulta emprender un nuevo negocio o acerca de la motivación social (la pregunta concreta en este caso es si perciben que en su país las nuevas actividades que se emprenden suelen crearse para solucionar un problema social). En todo caso, el porcentaje de encuestados que responde afirmativamente a estas dos cuestiones no supera en ninguna de ellas el 25%.

Figura 9.2.

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



9.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón

Una vez identificadas las percepciones sobre la actividad emprendedora de nuestros jóvenes, la siguiente cuestión es cómo se materializan éstas en la puesta en marcha de nuevos negocios. En la Tabla 9.1 se observa que la tasa de actividad emprendedora juvenil en Aragón es, en 2015, ligeramente superior cuando se analizan las iniciativas emprendedoras potenciales (5,5% frente al 4,7% de los adultos), las iniciativas nacientes (1,4% frente al 1,1%) y las iniciativas nuevas (3,4% frente al 2,8% de los

adultos). El TEA en Aragón es algo mayor entre los jóvenes menores de 35 años que entre los adultos (4,7% en los jóvenes frente al 3,9% de los adultos). Estas cifras confirman la tendencia detectada en ejercicios anteriores según la cual la tasa de emprendimiento juvenil solía ser, con la excepción de 2013, superior a la adulta. Señalar igualmente que, en la medida en que es la población adulta la que tiene proporcionalmente más negocios en funcionamiento (8,6% de emprendimiento consolidado, 2,4% en los jóvenes), también son mayores las tasas de cierre efectivo de negocios dentro de este grupo de población (1,3% frente al 0,7%).

Tabla 9.1.

Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor		
	Jóvenes	Adultos
Potenciales	5,5	4,7
Nacientes	1,4	1,1
Nuevos	3,4	2,8
Total Emprendedores (TEA)	4,7	3,9
Consolidados	2,4	8,6
Ex empresarios	0,7	1,3

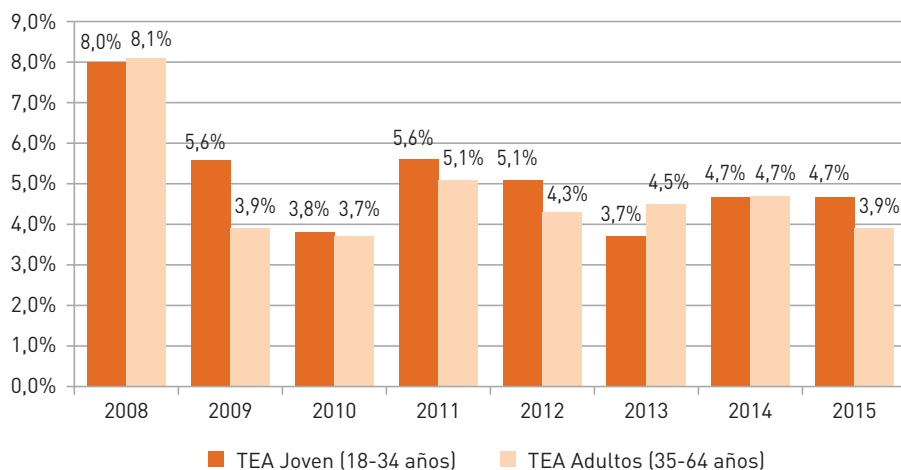
Finalmente, la Figura 9.3 muestra la evolución de la tasa de actividad emprendedora por grupo de edad. En el caso de la población adulta, las cifras muestran una ligera reducción respecto a los últimos 4 años. Aunque las cifras correspondientes a la población joven están dentro del rango de ese mismo período, parecen consolidar el ligero incremento que se produjo en el año 2014 (desde el 3,7% del año 2013). Una posible explicación para este ligero incremento podría encontrarse en las escasas perspectivas que proporciona el mercado laboral a este segmento de la población. Esta circunstancia, unida a la existencia de ciertas expectativas de recuperación económica, hace que el emprendimiento sea una de las escasas alternativas de ocupación existentes para la población activa de menor edad. En este sentido, es importante poner de manifiesto que, a pesar de la coyuntura desfavorable, la actividad emprendedora entre los menores de 35 años se ha mantenido relativamente estable en estos últimos años.

Concluimos esta sección señalando que, a pesar de que la tasa de emprendimiento es superior en los jóvenes, el emprendimiento potencial (aquellos individuos que manifiestan su deseo de crear su propia empresa en un futuro próximo) ha experimentado una importante caída en relación con el ejercicio precedente, al pasar del 7,5% al 5,5%. Es cierto que se trata de una cifra que se ve fuertemente afectada por la coyuntura económica, pero no deja de resultar preocupante. En este sentido,

las iniciativas desde las Administraciones Públicas (también desde la empresa privada) deben seguir apostando por 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.

Figura 9.3.

Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2008-2015)



9.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes

La Tabla 9.2 muestra el perfil socioeconómico de los emprendedores jóvenes. Como se puede observar, éste se define como un varón, con un nivel de estudios medio y situación laboral en activo (tiempo completo). En la segmentación por edad y sexo se puede observar cómo el porcentaje de jóvenes mujeres emprendedoras es claramente superior al de las emprendedoras adultas (60,7% frente al 29,1%), una situación que difiere notablemente del año 2014 en el que este porcentaje era inferior (40,9% de las jóvenes frente al 44,5% de las adultas). Sin embargo, nivel de participación en actividades emprendedoras es significativamente inferior entre los varones jóvenes que entre los adultos (39,3% frente al 70,9%).

Respecto al nivel de renta más frecuente, ésta es similar en ambos grupos de emprendedores y se sitúa en el rango 30.001-40.000 euros. No así el tamaño del hogar familiar, que en 2015 es inferior en los empre-

dedores jóvenes (2,7 en los jóvenes frente a 3,3 en los adultos), situación contraria de la de 2014 (3,5 miembros en los jóvenes frente a 3,3 en los adultos). 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 mayores de 35 años (38,2% de los adultos frente al 17,9% de los jóvenes). Esta diferencia se invierte con respecto al año pasado (58,2% de los jóvenes frente al 38,9% de los adultos). Finalmente, cabe destacar que tanto el emprendedor joven como el adulto se dedican a tiempo completo a su actividad emprendedora.

Tabla 9.2.

Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2015		
	Emprendedor joven	Emprendedor adulto
Sexo	H: 39,3% M: 60,7%	H: 70,9% M: 29,1%
Edad	30,9	45,4
Nivel de estudios mayoritario	FP	Universitarios
Formación específica para emprender	17,9%	38,2%
Nivel de renta más frecuente	30.001-40.000 euros	30.001-40.000 euros
Tamaño del hogar	2,7	3,3
Situación laboral	Tiempo completo	Tiempo completo

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Este capítulo final del informe GEM Aragón 2015 sintetiza las principales conclusiones que se derivan del mismo. El primer resultado que debemos resaltar es el valor que alcanza el índice de actividad emprendedora (TEA), que es de 4,2. Esto significa que, en el momento de realización de la encuesta (junio-julio de 2015), un 4,2% de los aragoneses con edad comprendida entre los 16 y los 64 años se encontraba desarrollando un proyecto emprendedor con antigüedad inferior a 42 meses. En relación con esta cifra, es importante destacar que supone un retroceso en relación con el 4,7% alcanzado en 2014 y se sitúa al mismo nivel de 2013. En todo caso, indicar que este valor no difiere demasiado del observado durante los últimos años, en los que ha oscilado entre el 4% y el 5%. La comparación de estas cifras con el promedio nacional muestra que la tasa de creación de empresas en Aragón se mantiene en niveles algo inferiores a la media del país, que alcanzó en 2015 el 5,7%.

El estudio permite también descomponer el índice TEA, distinguiendo entre iniciativas *nacientes* (aquellas que se encuentran todavía en fase embrionaria, entendiéndose como tales las iniciativas en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no han pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses), e iniciativas *nuevas* (las que han superado la fase anterior pero no tienen más de 42 meses de edad). Las iniciativas nacientes representan en 2015 un 1,2% del total y las nuevas suponen un 3,0%. La comparación de estas cifras con las de 2014 pone de manifiesto que la caída en el índice TEA se produce como consecuencia del importante descenso de las iniciativas nacientes (que caen al 1,2% desde el 2,7% del año anterior), mientras que las nuevas muestran una clara mejora, al pasar del 1,7% de 2013 y el 2,0% de 2014 al 3,0%. Dicho de otro modo, a pesar de la aparente recuperación del entorno macro económico en 2015, los potenciales emprendedores muestran todavía elevados niveles de prudencia y son reacios a dar los primeros pasos para poner en marcha nuevas iniciativas. No obstante, una vez iniciado el proceso, la mayoría de las iniciativas acaban viendo finalmente la luz, a la vista de la mejora observada en el emprendimiento nuevo.

La comparación de las cifras de la Comunidad con el promedio nacional también pone de manifiesto que las diferencias son más grandes cuando se analiza el emprendimiento naciente, donde España supera

en nueve décimas a Aragón (2,1% frente al 1,2%). Sin embargo, en el emprendimiento nuevo Aragón se sitúa a solo seis décimas del promedio del país (3,0% en Aragón, 3,6% en España).

Si combinamos los datos mencionados con el número de personas que participan en cada una de las iniciativas (1,5 en promedio en este último año) y con las cifras de población residente en la Comunidad, se deduce que, en el momento de realización del estudio, había en Aragón algo más de 50.500 emprendedores incipientes, cifra inferior a los 67.500 emprendedores de 2014. Por último, si sumamos a esta cifra las aproximadamente 55.100 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 107.400.

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 debe hacerse con cierta cautela, el emprendimiento que va a tener lugar en un futuro más o menos inmediato. En 2015, los emprendedores potenciales en la comunidad aragonesa eran aproximadamente 40.500, cifra que continúa la tendencia decreciente de los años anteriores, si bien es cierto que al tratarse de una medida que recoge únicamente el deseo de crear una empresa en el futuro, tiene un elevado componente coyuntural y se ve altamente condicionada por el contexto económico del momento de realización de la encuesta.

El proyecto GEM, más allá de cuantificar el espíritu emprendedor en una determinada zona geográfica, también permite obtener información sobre las razones por las que los aragoneses encuestados ponen en marcha su actividad: en aproximadamente tres de cada cuatro iniciativas la empresa se crea porque el emprendedor percibe una buena oportunidad de negocio, frente a un 25% de emprendedores que lo hace por necesidad. En este punto es importante destacar un cambio de tendencia que se produce en relación con los ejercicios precedentes. Así, el emprendimiento por necesidad había venido aumentando de forma continuada, pasando de niveles inferiores al 20% en los primeros años de realización del informe GEM Aragón, hasta superar el 34% en 2014, por lo que esta reducción en casi diez puntos debe valorarse muy positivamente: es cierto que el nivel general de emprendimiento ha disminuido el último año; sin embargo, aumenta el número de iniciativas que se ponen en marcha porque el promotor de la propuesta identifica una buena oportunidad en el mercado, mientras que disminuye el número de emprendedores que lo son forzados por las circunstancias.

Uno de los objetivos del proyecto GEM es conocer la distribución sectorial de 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 y los resultados indican que casi la mitad de las iniciativas desarrolladas en 2015 en Aragón (ocho puntos porcentuales menos que el año anterior) lo fueron en sectores orientados al consumo, mientras que algo más de una cuarta parte se dirigen a negocios encaminados a prestar servicios a empresas. Aproximadamente un 18% se crean en el sector transformador y algo más del 7% en el extractivo. Cuando se comparan estos datos con los correspondientes a las actividades consolidadas (más de 42 meses de antigüedad), el peso relativo de las actividades orientadas al consumo se reduce, hasta situarse en el entorno del 30%, mientras que aumentan las empresas que operan en el sector transformador y, sobre todo, en el extractivo. Se trata de cambios que no resultan especialmente sorprendentes, 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 superiores volúmenes de recursos, lo que incide directamente en el compromiso y la permanencia de este tipo de negocios.

En cuanto al tamaño de las nuevas empresas, estas tienen, por lo general, una dimensión modesta. En 2015 algo más de la mitad emplean únicamente al promotor de la misma, mientras que un 42,9% generan entre uno y cinco puestos de trabajo. En el polo opuesto, solo un 4,8% de los nuevos negocios emplea a seis o más personas. Se trata de cifras que ponen de manifiesto, por lo general, una reducción en el tamaño medio de las iniciativas en relación con el año 2014.

El proyecto GEM también dedica un capítulo a caracterizar al emprendedor aragonés. Aunque el estudio ofrece muchos más detalles acerca de su perfil, a modo de síntesis puede destacarse que el emprendedor *incipiente* es mayoritariamente un hombre (lo son el 60% de los nuevos emprendedores), con una edad media de 40,5 años, que posee estudios superiores, que se dedica 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.

Otro aspecto que también merece nuestra atención es el relacionado con la financiación del proceso emprendedor en la Comunidad. En este sentido, la principal conclusión que se extrae de las opiniones de los emprendedores entrevistados es que las nuevas iniciativas tienen una dimensión modesta. Así, el volumen de inversión medio por proyecto se sitúa algo por debajo de los 30.000 euros, mientras que la mediana de la distribución⁵ se situó en 2015 en casi 17.500 euros, cifra que se mueve en la línea de la observada en los años anteriores (y que viene oscilando entre 10.000 y 20.000 euros). Por otra parte, los datos también muestran

⁵ La inversión mediana puede resultar más ilustrativa, en la medida en que la media puede verse condicionada por la presencia de valores extremos, según se ha señalado en el capítulo 6.

que, en aquellos casos en los que los emprendedores recurren a financiación externa, la inversión se reparte aproximadamente a partes iguales entre el promotor de la propuesta y dichos financiadores externos.

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. En este sentido, los resultados del estudio muestran que casi uno de cada cuatro aragoneses (24,4%) percibe buenas oportunidades para emprender en la Comunidad, cifra que supera en casi dos puntos porcentuales el 22,5% observado en 2014 y en 10 puntos la cifra de 2013. No obstante, este porcentaje es inferior a la media nacional (26%) y es también inferior a la observada en la mayoría de países de nuestro entorno económico. Más allá de la coyuntura económica que sin duda juega también un papel importante en este dato, probablemente una de las razones por las que esta cifra no es más elevada es porque todavía muchos aragoneses consideran que carecen de los conocimientos, habilidades o experiencia para emprender, porque el miedo al fracaso es todavía elevado y porque más de la mitad de la población entiende que gestionar un negocio propio no es una buena opción profesional. En consecuencia, cualquier actuación que permita mejorar estas percepciones repercutirá, a buen seguro, en las tasas de emprendimiento a medio y largo plazo.

Aunque el informe GEM utiliza como principal fuente de información 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 el contexto económico actual 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, los programas gubernamentales y la infraestructura comercial y de servicios. Entre los factores peor valorados por los expertos destaca la educación primaria y secundaria. A pesar de que siempre ha sido el ítem peor valorado, los expertos son cada vez más pesimistas en relación con el papel que la educación que se imparte en estos niveles tiene

a la hora de promover la creación de nuevas empresas. El acceso a la financiación, aunque sigue siendo todavía un obstáculo importante, mejora ligeramente su valoración en relación con 2014.

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, entre sus sugerencias destacan la mejora de las políticas gubernamentales (para un porcentaje importante de los mismos todavía constituyen un inconveniente), 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.

Uno de los aspectos que caracteriza a la comunidad aragonesa es el elevado porcentaje de población que, en comparación con la mayoría de las regiones que nos rodean, reside en núcleos rurales (más de la mitad de la población en Teruel y aproximadamente un 40% en Huesca). En consecuencia, entendemos que resulta de interés caracterizar el emprendimiento que se lleva a cabo en el ámbito rural, con el fin de evaluar si presenta tasas o características similares al que se lleva a cabo en entornos más urbanos. Los resultados obtenidos muestran que las percepciones y actitudes de la población rural y urbana no son, en lo sustancial, diferentes. A pesar de ello, el porcentaje de emprendedores rurales ha sido tradicionalmente superior. Así, el TEA rural en 2015 fue del 5,5%, frente al 3,7% observado en los núcleos urbanos. También es más elevado el emprendimiento consolidado (9,5% en los pequeños núcleos rurales, 5,8% en los municipios de más de 5.000 habitantes). Seguramente el principal argumento a la hora de explicar estas diferencias es que las oportunidades de trabajar por cuenta ajena son, en estos municipios, más reducidas, por lo que el emprendimiento es la principal opción en los mismos. En consecuencia, propuestas como el *Programa de atención al emprendedor en su domicilio (PAED)*, que se lleva a cabo desde el Gobierno de Aragón o el proyecto Rural Emprende y que se focalizan fundamentalmente en este ámbito, 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.

Para finalizar, el estudio dedica una breve sección al análisis del emprendimiento juvenil. Es bien sabido que una de las principales preocupaciones de la sociedad, tanto española como aragonesa, es la alta tasa de desempleo entre los más jóvenes. 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. En cuanto a los niveles actividad empresarial, esta es ligeramente superior en los jóvenes cuando se analizan las iniciativas emprendedoras potenciales (5,5% frente al 4,7% de los adultos), las nacientes (1,4% frente al 1,1%) y las nuevas (3,4% frente al 2,8% de los adultos). En consecuencia, el índice TEA en Aragón es algo mayor entre los jóvenes menores de 35 años que entre los adultos (4,7% en los jóvenes, 3,9% en los adultos).

En definitiva, este informe GEM Aragón 2015, enmarcado dentro del proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), supone un referente cada vez más consolidado en la evaluación de la actividad emprendedora dentro de la Comunidad Autónoma. Los resultados que se derivan del mismo deben evaluarse de forma conjunta con el resto de iniciativas puestas en marcha desde otras instituciones (Gobierno de Aragón, Fundación Emprender en Aragón, Instituto Aragonés de Fomento, Cámaras de Comercio, etc.), con el fin de dotar de la mayor eficacia a las distintas actuaciones. Es precisamente en estos momentos 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 antes mencionado Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED), impulsado desde la *Dirección General de Industria, PYMES, Comercio y Artesanía del Gobierno de Aragón* y gestionado por las *Cámaras de Comercio, Industria y Servicios de Aragón* y que a partir de 2016 se integra dentro del Plan Cameral de Competitividad de la Comunidad Autónoma. 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 quince años de vigencia del programa se han atendido un total de 13.808 propuestas. De todas ellas, 4.765 se han convertido en nuevas empresas, lo que significa aproximadamente uno de cada tres proyectos contemplados. Y lo que es más importante, una buena parte de los proyectos descartados se han desestimado sin llegar a ponerse en marcha, normalmente por entender que la propuesta no resultaba viable. Si pensamos solo en términos de indicadores como el TEA, este tipo de iniciativas tiene un efecto negativo en la tasa de emprendimiento, al desanimar a algunos emprendedores a poner en marcha su proyecto, lo que en último término redundaría en un menor valor del indicador. Sin embargo, un menor número de empresas creadas podría verse compensado por la mayor calidad de las mismas, con la consiguiente reducción en el número de abandonos y un mayor volumen de empre-

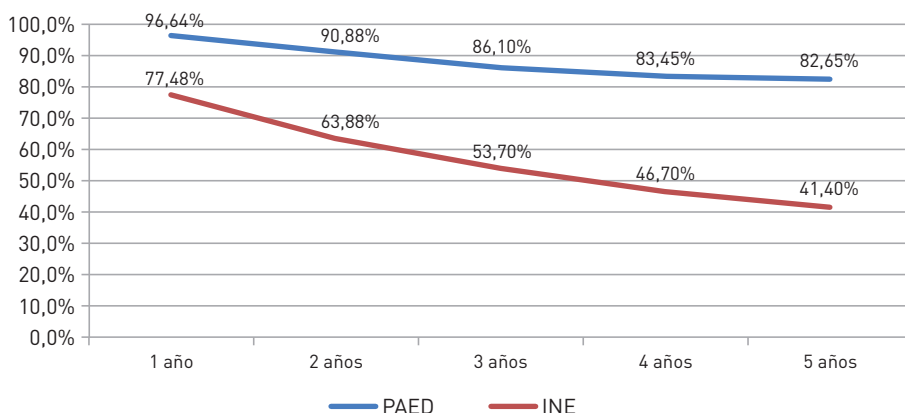
dimiento consolidado. Es cierto que en estos últimos años se ha generalizado en la sociedad un interés por elevar las tasas de emprendimiento, pero más importante todavía es que las empresas creadas pervivan en el tiempo. En línea con este argumento, es evidente que los poderes públicos deben apoyar 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. No obstante, es importante resaltar 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 ha sido tradicionalmente inferior, mientras que la supervivencia de las empresas aragonesas (aproximada a través del volumen de emprendimiento consolidado) suele ser más elevada. El gráfico 10.1, 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, corrobora esta afirmación: cuatro de cada cinco empresas creadas bajo la metodología PAED sobreviven más de cinco años mientras que la media nacional, según datos del INE, apenas supera el 40%. De forma similar, la tasa de supervivencia a 10 años se sitúa en el entorno del 60%, mientras que con carácter general la literatura ha puesto de manifiesto que sólo una cuarta parte de las empresas alcanza su primera década de existencia (Figura 10.2). 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, más de la mitad se han desarrollado en la provincia de Huesca –el 57%–, algo menos de la cuarta parte en Teruel –el 23,5%–, mientras que Zaragoza apenas representa el 19,4% 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 de emprendedores puestos en marcha a través del Servicio de Creación de Empresas y Emprendimiento del Instituto Aragonés de Fomento (PAE), la configuración de las tasas de emprendimiento por provincias queda prácticamente idéntica a la distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia que aparece reflejada en el informe GEM.

Figura 10.1.

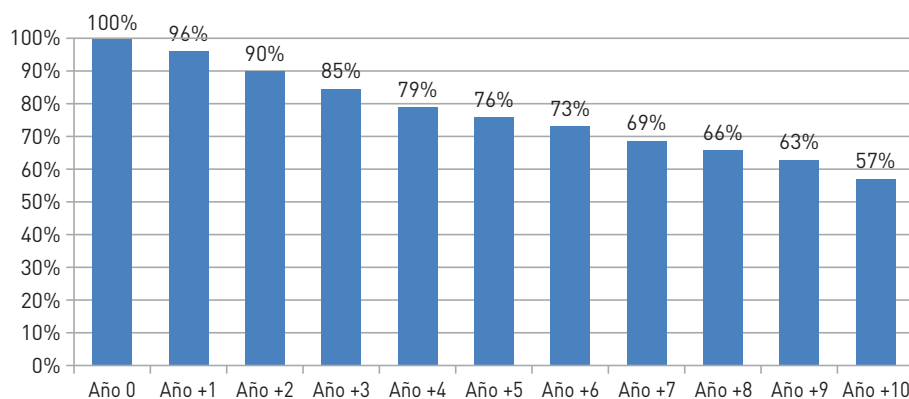
Comparativa de la media de supervivencia de empresas creadas bajo metodología PAED, con la media de supervivencia de empresas estudiadas por el INE, en el período 2008-2012



Fuente: PAED. Gobierno de Aragón y Cámaras de Aragón

Figura 10.2.

Supervivencia de las empresas creadas a través del programa PAED (2001-2015)



Fuente: PAED. Gobierno de Aragón y Cámaras de Aragón

Y, en este caso, un análisis realizado durante los años 2014 y 2016 sobre la tasa de supervivencia de las empresas creadas a través de los servicios de apoyo al emprendedor del Instituto Aragonés de Fomento, para el periodo 2008-2015, muestra más de 20 puntos de diferencia en positivo, al quinto año de existencia de la empresa, para aquellas iniciativas que han recibido el apoyo de estos servicios (66,7% frente al 42% de supervivencia media en España, según datos del DIRCE-INE).

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

Y, en concreto, es de distinguir la labor llevada a cabo por la Fundación Emprender en Aragón, organismo integrado por las principales entidades que prestan servicios de apoyo al emprendedor en la Comunidad Autónoma de Aragón y cuyo Patronato está formado por el Instituto Aragonés de Fomento, CEOE-Zaragoza, Confederación de Empresarios de Aragón, Instituto Aragonés de Empleo, Asociación de Jóvenes Empresarios, Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio, Universidad de Zaragoza, Universidad San Jorge, Fundación Caja de la Inmaculada, Ibercaja, Instituto Aragonés de la Juventud, Instituto Aragonés de la Mujer, Fundación Parque Tecnológico Aula Dei, Fundación Caja Rural de Aragón-Bantierra, UPTA-Aragón, Ayuntamiento de Zaragoza y la Red Aragonesa de Desarrollo Rural. 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, recientemente revisada y actualizada se materializa en la Estrategia Aragonesa de Emprendimiento 2015-2020, se lleva a cabo gracias a iniciativas como el Concurso IDEA, la Semana de la Persona Emprendedora, el 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 Diploma de Especialización en Consultoría y Asesoramiento para Profesionales del Emprendimiento, el encuentro sobre Emprendimiento, Economía y Sociedad, la homologación de formadores y consultores del emprendimiento, las jornadas de excelencia emprendedora, así como en otras actuaciones en las que participa la Fundación.

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

