

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2016 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 2016

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-CISE	Federico Gutiérrez-Solana <i>(Director de CISE)</i>	Banco Santander
	Asociación RED GEM-España	<i>Presidente GEM-España</i> Ana Fernández-Laviada <i>(Directora Ejecutiva GEM-España)</i> Iñaki Peña <i>(Director Técnico GEM-España)</i> Inés Rueda <i>(Secretaria GEM-España)</i> Maribel Guerrero y José L. González-Pernía <i>(Equipo Dirección Técnica GEM-España)</i> Manuel Redondo Antonio Fernández <i>(Web máster)</i> Asociación RED GEM-España	UCEIF-CISE 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 Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía y Conocimiento. Junta de Andalucía
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 Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino <i>(Directora GEM-Canarias)</i>	Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento
	Universidad de La Laguna	Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Sílvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Cantabria	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada <i>(Directora GEM-Cantabria)</i> Paula San Martín Espina <i>(Coordinadora)</i>	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz	
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Guallarte <i>(Director GEM-Cataluña)</i> Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement
	Universitat Autònoma de Barcelona	Teresa Obis	
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 Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza <i>(Director GEM-Ceuta)</i> María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)	Isidro de Pablo López <i>(Director GEM-Madrid)</i>	Universidad Autónoma de Madrid
	Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School	Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés	Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
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 Lopera M ^ª Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Garden 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
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> Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura Sodíex CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Philip Morris Spain, S.L. Imedexsa Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Fundación Universidad Sociedad Iberdoex Tambo Caja Rural de Extremadura Tany Nature

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES	
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández <i>[Directora GEM-Galicia]</i>	Universidade de Santiago de Compostela (USC)	
		Isabel Neira Gómez <i>[Directora-Técnica GEM-Galicia]</i>	Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)	
		Sara Fernández López <i>[Coordinadora Equipo GEM-USC]</i>	Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	
		Marta Portela Maseda	Secretaría Xeral de Universidades	
		Lucía Rey Ares		
		David Rodeiro Pazos		
		M ^a Milagros Vivel Búa		
		Guillermo Andrés Zapata Huamaní		
	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Norberto Penedo Rey		
		Guillermo Viña González		
		Enrique Gómez Fernández		
	Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Carmen José López Rodríguez		
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas	Luis Alberto Ruano Marrón <i>[Director GEM-Rioja]</i>	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja	
	Universidad de La Rioja	Rubén Fernández Ortiz	EmprendeRioja	
		Mónica Clavel San Emeterio	Iberaval Sociedad de Garantía Recíproca	
		Jorge Pelegrín Borondo	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas	
Madrid ciudad	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)	Isidro de Pablo López <i>[Director GEM-Madrid]</i>	Ayuntamiento de Madrid	
	Universidad Autónoma de Madrid	Yolanda Bueno Hernández		
		Begoña Santos Urda		
		Miguel Angoitia Grijalba		
		Esperanza Valdés Lías		
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes <i>[Directora GEM-Melilla]</i>	Universidad de Granada	
		Juan Antonio Marmolejo Martín	Ciudad Autónoma de Melilla	
		Carlos Antonio Albacete Sáez		
		Ana María Bojica	Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)	
		Rocío Llamas Sánchez		
		Matilde Ruiz Arroyo		
		Jenny María Ruiz Jiménez		
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón <i>[Directores GEM-Murcia]</i>	Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación	
		Juan Samuel Baixauli Soler	Instituto de Fomento de la Región de Murcia	
		Nuria Nevers Esteban Lloret	Banco Mare Nostrum	
		José Andrés López Yepes	Fondo Europeo de Desarrollo Regional	
		María Feliz Madrid Garre	Plan emprendemos	
		Catalina Nicolás Martínez	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia	
		Mercedes Palacios Manzano	Cátedra de Emprendedores	
		Gregorio Sánchez Marín	Universidad de Murcia	

Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE	Ignacio Contin Pilart <i>(Director GEM-Navarra)</i> Martín Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez	Universidad Pública de Navarra Gobierno de Navarra
	King's College London (UK)	Víctor Martín Sánchez	
	CEIN	Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano	
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU	María Saiz <i>(Directora Ejecutiva GEM-País Vasco)</i>	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Deusto Business School	José L. González-Pernía <i>(Director Técnico GEM-País Vasco)</i>	
	Mondragón		
	Unibertsitatea	Nerea González	
	Newcastle Business School	Maribel Guerrero	
	Universidad del País Vasco UPV/EHU	Jon Hoyos	
Deusto Business School	Iñaki Peña		
Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano		
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 2016

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 La Rioja



GEM Com. de Madrid

GEM Ciudad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



ÍNDICE DE CONTENIDOS

El proyecto GEM Aragón 2016.....	19
I. Introducción	19
II. Modelo teórico GEM.....	19
III. El proceso emprendedor según el proyecto GEM	22
IV. Metodología.....	23
V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2015-2016	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.....	34
1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa	35
1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional	41
1.6. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional GEM	44
1.7. Potencial emprendedor	50

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	65

CAPÍTULO 3

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor	67
3.1. Introducción	69
3.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras aragonesas	69
3.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras	71

3.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas en Aragón	72
3.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	74
3.6. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y en las consolidadas	77
3.7. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	78
3.8. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	80
3.9. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	81
3.10. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	83

CAPÍTULO 4

Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés.....	85
4.1. Introducción	87
4.2. Distribución por edad	87
4.3. Género	89
4.4. Nivel de estudios.....	90
4.5. Posesión de formación específica para emprender	92
4.6. Nivel de renta anual.....	94
4.7. Situación laboral	95
4.8. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2016	96

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

Aptitudes, motivación y capacidad para emprender

en la población aragonesa	105
6.1. Introducción	107
6.2. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender	108
6.3. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con los valores y aptitudes para emprender	110
6.4. Percepción de la población aragonesa sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento	113
6.5. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la cultura y su influencia en el emprendimiento	115
6.6. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender	118

CAPÍTULO 7

Análisis general del entorno en el que se desarrolla

la actividad emprendedora	119
7.1. Introducción	121
7.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	121
7.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón	124
7.4. Situación relativa de Aragón respecto a su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno	129

CAPÍTULO 8

Actividad emprendedora en las zonas rurales	131
8.1. Introducción	133
8.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana	134
8.3. Principales indicadores del proceso emprendedor en el ámbito rural y en el urbano	136
8.4. A modo de conclusión	138

CAPÍTULO 9	
El proceso emprendedor de los jóvenes	139
9.1. Introducción	141
9.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven	142
9.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón	143
9.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.....	145
CONCLUSIONES	147

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 Actividades Emprendedoras (TEA) 2012-2016. Evolución	33
1.2.	Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2012-2016. Evolución (%).....	34
1.3.	Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2012-2016	36
1.4.	Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2012-2016	38
1.5.	Evolución de la tasa de actividad emprendedora, consolidada y abandonada. 2012-2016	39
1.6.	Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población entre 18 y 64 años (2016)	40
1.7.	Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas	41
1.8.	Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE	42
1.9.	Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países GEM 2016 clasificados en función de su grupo económico	43
1.10.	Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas ..	45
1.11.	Actividad empresarial consolidada en la OCDE	45
1.12.	Actividad empresarial consolidada en los países GEM 2016, clasificados en función de su grupo económico.....	46
1.13.	Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas	47
1.14.	Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE	48
1.15.	Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2016, clasificados en función de su grupo económico	49
1.16.	Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española	51
1.17.	Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE	51
1.18.	Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2016, clasificados en función de su grupo económico	53
2.1.	Motivación principal de 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.	Oportunidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas	60
2.4.	Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas	61
2.5.	Oportunidad como motivo para emprender: comparación OCDE	61
2.6.	Necesidad como motivo para emprender: comparación OCDE .	62
2.7.	Oportunidad como motivo para emprender: comparación conjunto países GEM.....	63
2.8.	Necesidad como motivo para emprender: comparación conjunto países GEM.....	64
2.9.	Evolución de la distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender	65
3.1.	Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2012-2016) ...	70
3.2.	Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2012-2016)	71
3.3.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (2012-2016)	73
3.4.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal (2012-2016)	73
3.5.	Distribución de las empresas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista	74
3.6.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista	75
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.....	76
3.9.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal (2012-2016)	77
3.10.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal (2012-2016)	78
3.11.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal (2012-2016).....	79

3.12. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal (2012-2016).....	79
3.13. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal (2012-2016)	80
3.14. Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal (2012-2016)	81
3.15. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2012-2016)..	82
3.16. Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2012-2016)..	82
3.17. Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal (2012-2016)	83
3.18. Distribución de las empresas en fase consolidada según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal (2012-2016)	84
4.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Aragón en 2016	88
4.2. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Aragón en 2016	89
4.3. Evolución del TEA masculino y femenino en Aragón (2012-2016).....	90
4.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2016 (%)	91
4.5. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2016.....	92
4.6. Evolución del TEA de emprendedores según formación específica para emprender (2012-2016)	93
4.7. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor en 2016	94
4.8. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor en 2016	95
5.1. Importancia del inversor informal: regiones españolas	101
5.2. Importancia del inversor informal: países OCDE	101
5.3. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión	103

6.1.	Percepción de valores y aptitudes para emprender de la población aragonesa en comparación a la población de otras comunidades autónomas.....	111
6.2.	Percepción de valores y actitudes para emprender de la población aragonesa en comparación a la población de otros países de la OCDE	112
6.3.	Percepción sobre las variables clave relacionadas con la cultura y su influencia en el emprendimiento de la población aragonesa en comparación a la población de otras comunidades autónomas.....	116
6.4.	Percepción sobre las variables clave relacionadas con la cultura y su influencia en el emprendimiento de la población aragonesa en comparación a la población de otros países de la OCDE	117
6.5.	Percepciones, valores, aptitudes y entorno social de los aragoneses respecto al resto de España y de países de la OCDE	118
7.1.	Valoración de los expertos: factores del entorno	122
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	129
8.1.	Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana	135
8.2.	Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas.....	136
8.3.	Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2016.....	137
8.4.	Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia en 2016.....	138
9.1.	Evolución de la tasa de desempleo en menores de 25 años en Aragón por sexo (%).....	141
9.2.	Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven y adulta	143
9.3.	Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2012-2016).....	145

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 Actividades Emprendedoras (TEA) 2016. Descomposición.....	32
1.2. Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2016.	34
1.3. Estimación del número de emprendedores incipientes.....	34
1.4. Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2012-2016, en función de la fase en la que se hallan.....	35
1.5. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en Julio de 2016 y su comparación con el período 2012-2016	36
1.6. Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a Julio de 2016 y su comparación con el período 2012-2016	38
1.7. Estimación del número de emprendedores potenciales en 2016 y comparación con el período 2012-2016	50
2.1. Iniciativas emprendedoras según clase y motivación	59
3.1. Número medio de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas	72
4.1. Edad media del emprendedor en Aragón	87
4.2. Evolución del TEA por grupos de edad (2012-2016)	89
4.3. Evolución del TEA según nivel de estudios en Aragón (2012-2016).....	91
4.4. Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2016.....	96
5.1. Características y distribución del capital semilla en 2016.....	100
6.1. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender	109
6.2. Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender	109
6.3. Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento.....	114
6.4. Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento.....	114

7.1. Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno	123
7.2. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón según la valoración de los expertos consultados	125
7.3. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora en Aragón según la valoración de los expertos consultados	126
7.4. Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor	127
7.5. Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón	128
8.1. Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2016)	133
9.1. Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2016	144
9.2. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2016	146

EL PROYECTO GEM ARAGON 2016

I. Introducción

Por noveno 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 emprendedor¹ 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

¹ Todas las referencias terminológicas de género que se mencionan a lo largo del presente informe se considerarán alusivas al femenino y al masculino indistintamente.

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

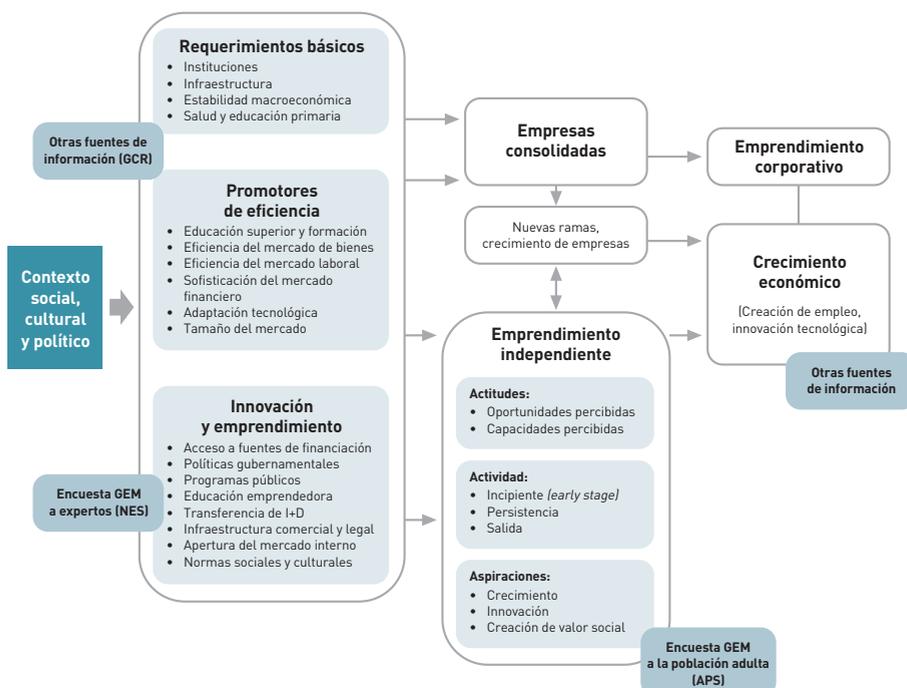
- 1) La elaboración de un **índice de actividad emprendedora**, distinguiendo entre el desarrollo de iniciativas empresariales (iniciativas en fase embrionaria, entendidas como aquellas actividades que tienen como objetivo poner en marcha un negocio que aún se encuentra en fase de organización y formalización; 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 in-

cluye los grupos de factores que determinan el estatus de desarrollo y competitividad de los países participantes según *The Global Competitiveness Report*.² 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

Figura 0.1.

Contexto institucional y relación con el emprendimiento



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

² 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>

y emprendimiento de calidad (economías impulsadas por la innovación). Como se observará en este informe, esta clasificación de las distintas economías según su motor de desarrollo ayudará a comprender mejor y relativizar las tasas de actividad emprendedora que se producen dentro de las mismas. 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 2016

En la conceptualización del modelo GEM, el aspecto al cual hay que prestar más atención de cara a la correcta interpretación de los resul-

tados 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,³ proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. Los Informes GEM siguen un camino complementario pero diferente al del registro oficial. Los resultados GEM muestran el grado de actividad emprendedora y su evolución, comparándola entre los países, regiones y ciudades participantes gracias al uso de una metodología común y en ello reside uno de los factores de mayor interés y relevancia de este observatorio anual.

IV. Metodología

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

- **Variables secundarias (VS)**, recopiladas en los organismos más prestigiosos en temas relacionados con la demografía, desarrollo económico, mercado laboral, innovación, competitividad y cuantas variables se consideran relevantes para establecer relaciones de causalidad y de otro tipo con las variables propias del proyecto. La recopilación trata siempre de buscar los datos más actualizados junto con las series temporales necesarias.

³ GEM Aragón 2016 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 38 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	5
Educación y formación emprendedora	4
Transferencia de I+D	5
Infraestructura comercial y profesional	3
Apertura del mercado interno	3
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	4
TOTAL	38

- **Encuesta a la población de 18-64 años de edad,** conocida como *Adult Population Survey* o APS. La encuesta contiene una amplia batería de preguntas diseñadas por GEM sobre la capacidad emprendedora de cada una de las zonas geográficas que participan en el proyecto. Dicha encuesta sirve para obtener los principales indicadores de actividad emprendedora y caracterizar la misma y se realiza en los meses de junio y julio. En el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón se han realizado un total de 1.700 encuestas en la edición de 2016, 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	809.548 personas
Muestra	1.700 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⁾	± 2,37%
Nivel de confianza	95,0%
Periodo encuestación	Junio-Julio 2016
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Codificación y base de datos	Instituto Opinòmetre

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

Tabla 0.3.

Distribución de las entrevistas por sexo, edad, ámbito y provincia										
Provincia	Sexo		Edad					Ámbito		Total
	Hombres	Mujeres	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano	
Huesca	147	140	28	54	77	74	54	112	175	287
Teruel	95	84	19	34	46	46	34	99	80	179
Zaragoza	624	610	107	247	333	300	247	214	1.020	1.234
Total	866	834	154	335	456	420	335	506	1.275	1.700

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 2016, 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, 2015-2016

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 2015 y 2016.

	Aragón		España	
	2015	2016	2015	2016
(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				
TEA total	4,15%	3,30%	5,7%	5,2%
Distribución del TEA, tomado como 100%	2015	2016	2015	2016
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	25,2%	35,7%	24,8%	26,0%
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	74,8%	60,8%	73,5%	70,2%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	0,0%	3,5%	1,7%	3,8%
TEA del sector extractivo	7,2%	9,4%	4,9%	4,1%
TEA del sector transformador	18,1%	30,3%	14,5%	16,2%
TEA del sector de servicios a empresas	27,7%	17,0%	29,5%	25,1%
TEA del sector orientado al consumo	47,0%	43,4%	51,1%	54,6%
TEA sin empleados	52,4%	54,1%	50,5%	52,4%
TEA de 1-5 empleados	42,9%	33,4%	44,9%	38,0%
TEA de 6-19 empleados	4,8%	8,4%	4,1%	6,5%
TEA de 20 y más empleados	0%	4,1%	0,5%	3,2%
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	4,8%	25,1%	10,6%	12,5%
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	4,8%	10,6%	8,5%	10,6%
TEA iniciativas que utilizan tecnología de menos de un año	8,5%	15,9%	11,9%	11,9%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	18,9%	19,3%	20,9%	27,8%
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	0,0%	3,6%	0,2%	0,1%

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

	Aragón		España	
	2015	2016	2015	2016
Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2015	2016	2015	2016
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	32,0%	36,5%	33,7%	35,6%
Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	24,9%	23,8%	26%	25,6%
Posee habilidades, conocimientos y experiencias para emprender	42,5%	45,8%	45,3%	46,7%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	42,4%	46,1%	43,1%	45,0%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	4,9%	5,0%	6,1%	6,1%
Ha actuado como inversor informal o <i>Business Angel</i>	1,9%	3,5%	3,2%	3,2%
Valoración media de expertos de las condiciones de entorno (entre 1 y 5)	2015	2016	2015	2016
Financiación para emprendedores	2,19	2,2	2,40	2,37
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,65	2,35	2,45	1,90
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,00	2,15	2,32	2,00
Programas gubernamentales	3,31	3,24	2,89	3,09
Educación y formación emprendedora en etapa escolar	1,74	1,84	2,09	1,74
Educación y formación emprendedora en etapa post escolar	2,66	2,58	2,58	2,15
Transferencia de I+D	2,63	2,46	2,36	2,69
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,25	3,33	2,68	3,25
Dinámica del mercado interno	2,50	2,44	2,68	2,73
Barreras de acceso al mercado interno (de menos a más favorable)	2,37	2,16	2,58	2,83
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,80	3,74	3,06	3,48
Normas sociales y culturales	2,60	2,37	2,63	2,71



CAPÍTULO I
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN

1.1. Introducción

El capítulo primero del informe GEM Aragón 2016 analiza la propensión a la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma. El estudio de esta dimensión es particularmente importante en aras de entender la dinámica emprendedora, principalmente por dos cuestiones. La primera, y si atendemos al componente temporal del informe, analizar esta variable a lo largo de los nueve años que lleva desarrollándose el proyecto permite observar la evolución en el tiempo del comportamiento emprendedor de la sociedad aragonesa. Del mismo modo, nos habilita para valorar la efectividad de las medidas adoptadas desde los diferentes órganos reguladores y aproximar el impacto de los factores que han presidido el escenario económico durante este periodo. La segunda, si la lectura adoptada se centra en el corte 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. Esta posibilidad de realizar comparaciones con otras comunidades autónomas y con otros países constituye, probablemente, uno de los elementos clave a destacar dentro de este informe.

Uno de los aspectos más relevantes que se derivan del informe GEM es el análisis de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés), que se define como el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) que declara estar involucrada en una actividad emprendedora. El TEA se descompone en iniciativas nacientes y nuevas. Las iniciativas nacientes se corresponden con 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 comprende las iniciativas en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no ha pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses. Las iniciativas nuevas son aquellas que ya se han formalizado y que están en fase de consolidación. Se considera que esta fase se extiende hasta que la empresa alcanza los 42 meses de actividad económica.

Un aspecto en el que también nos centraremos en el transcurso de este capítulo es la supervivencia de estas iniciativas en fase de establecimiento y consolidación. Es precisamente en estas primeras etapas cuando la fragilidad de las empresas es mayor, lo que se traduce en que su tasa de supervivencia es inferior a la que se observa en el caso de empresas ya establecidas. Por este motivo, el informe también analiza

el abandono de iniciativas emprendedoras y las causas de este. Para completar estos análisis, se utiliza también la serie histórica de datos y la situación de otras regiones y países que participan en el proyecto GEM con el propósito de valorar la evolución de estos indicadores. Esto ayuda a situar a 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

Son iniciativas emprendedoras incipientes todas aquellas actividades o negocios empresariales, incluyendo el autoempleo, que se ponen en marcha en cualquier sector y que no superan los 42 meses de vida. El indicador más característico que se muestra en este informe es el anteriormente nombrado TEA. El índice TEA se define como el porcentaje de población con edad comprendida entre los 18 y los 64 años que se declara involucrada en una actividad emprendedora que reúne los requisitos mencionados. Se trata, en consecuencia, de un indicador general, pero bastante informativo, 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 2016. En particular, el TEA ascendió al 3,30%. Si descomponemos este dato por tipo de iniciativa, se observa que aquellas denominadas *nacientes* representan casi dos terceras partes de las actividades emprendedoras, un 2,12% de población adulta involucrada, mientras las *nuevas*, por su parte, aglutinan el 1,18% restante.

Tabla 1.1.

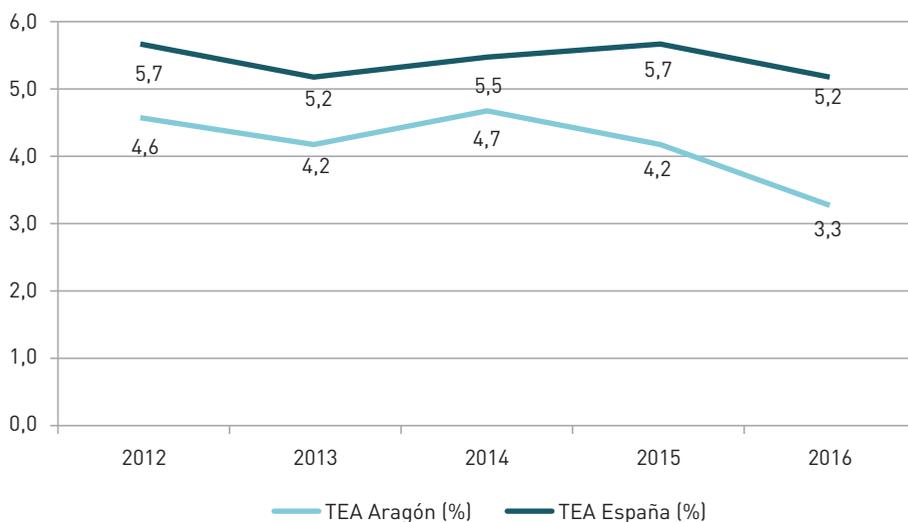
Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2016. Descomposición

TEA ARAGÓN 2016 (% sobre la población entre 18 y 64 años) 3,30%	% de iniciativas nacientes 2,12%
	% de iniciativas nuevas 1,18%

El análisis anterior se completa con la Figura 1.1, que muestra la evolución del TEA desde el año 2012 y su comparación con el dato observado para España. En el horizonte considerado, 2012-2016, el TEA de la Comunidad se sitúa por debajo de la media nacional a lo largo de toda la serie, separándose de dicha media en los dos últimos periodos. En

Figura 1.1.

Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2012-2016. Evolución



todo caso, la senda que dibuja el TEA en nuestra Comunidad es razonablemente similar a la que se observa en el conjunto de España, con la excepción del año 2015, donde un ascenso en la media nacional se contrapone con un descenso en el valor para la Comunidad. Si nos centramos exclusivamente en el último periodo, el TEA para Aragón ha experimentado un acusado descenso (del 4,2% al 3,3%), mientras que a nivel nacional la caída que se observa es más atenuada (del 5,7% al 5,2%).

La información que hace referencia al TEA permite inferir el número de iniciativas emprendedoras en Aragón en el año 2016. A tal efecto, tomamos como punto de partida la población con edad comprendida entre los 18 y los 64 años a 1 de enero de 2016 (813.905) y los porcentajes de iniciativas *nacientes* y *nuevas* a los que hemos hecho alusión con anterioridad. 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 11.670 y 22.801, mientras que el número de iniciativas *nuevas* se encontraría entre 5.408 y 13.743. Si contemplamos de forma conjunta los dos tipos de iniciativas y observamos la estimación puntual, vemos como el número de iniciativas emprendedoras en Aragón se encuentra en el entorno de 27.000. La comparación de estas cifras con las obtenidas el año anterior pone de manifiesto un aumento notable en las iniciativas *nacientes* (17.236 frente a las 9.813 de 2015). El fenómeno contrario se observa para las iniciativas *nuevas*, que se ven reducidas ostensiblemente y pasan de 24.168 en 2015 a 9.575 en 2016. La Tabla 1.2 ofrece una síntesis de la información descrita.

Tabla 1.2.

Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2016				
Ejercicio	Tipo de iniciativas	Estimación puntual	Estimación por intervalo	
			Extremo inferior	Extremo superior
2016	Nacientes	17.236	11.670	22.801
	Nuevas	9.575	5.408	13.743
	TOTAL	26.811	19.913	33.709

En relación a las cifras presentadas en la Tabla 1.2, es preciso señalar que 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 es distinto al 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 este motivo, los datos GEM pueden estar considerando 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 más amplio.

La Tabla 1.2 proporciona información sobre el número de iniciativas emprendedoras dentro de cada categoría. Para completar esta información puede resultar de interés estudiar el número de emprendedores que participan en dichas actividades. Estas cifras podrían ser distintas por cuanto cada iniciativa involucra frecuentemente a varios emprendedores. En concreto, el número medio de propietarios de cada iniciativa en 2016 es aproximadamente de 2,14. La Tabla 1.3 proporciona los datos sobre número estimado de emprendedores incipientes.

Tabla 1.3.

Estimación del número de emprendedores incipientes			
	2016	2015	Variación
Emprendedores nacientes	36.386	15.931	+128,4%
Emprendedores nuevos	20.518	34.468	-40,5%
Total emprendedores incipientes	56.905	50.579	+12,5%

En 2016 casi 57.000 personas eran propietarias de una actividad con menos de 3 años y medio de antigüedad, lo que representa un aumento del 12,5% si lo comparamos con los guarismos observados el año anterior (50.579). 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 dos tercios 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 más que notable aumento en 2016. El fenómeno contrario se observa en los emprendedores *nuevos*, que retroceden ostensiblemente. En cuanto a la distribución por número de propietarios, el 49,9% de iniciativas emprendedoras tenía un propietario, el 21,5% tenía dos, el 16,1% tres y el 12,6% restante tenía cuatro propietarios o más. Si analizamos estos datos desglosando por tipo de iniciativa, en el caso de las nacientes el 47,2% tenía un único propietario, el 22,2% dos propietarios, el 19,4% tres y el 11,1% cuatro o más. En el caso de las nuevas, los porcentajes son del 57,1%, 19,0%, 9,5% y 14,3%, respectivamente.

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

Centramos ahora nuestra atención en la evolución del TEA para Aragón en los últimos cinco años. En este periodo, el TEA ha fluctuado entre el 3,3% y 4,7%, con una secuencia en dientes de sierra que ha alternado descensos y aumentos del indicador, hasta llegar a los dos últimos años en los que su trayectoria ha sido descendente hasta alcanzar el mínimo en el año 2016 con un 3,3%. Esta alternancia entre aumentos y descen-

Figura 1.2.

Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2012-2016. Evolución (%)



Los también ha caracterizado la evolución de las iniciativas *nuevas* y *nacientes* tal y como puede observarse en la Figura 1.2

La Tabla 1.4 ofrece un resumen de la evolución entre 2012 y 2016 del número de iniciativas *nacientes* y *nuevas*, así como del conjunto de iniciativas emprendedoras. Durante los últimos cinco años no existe un patrón claro en la evolución de ambas. Las primeras aumentan hasta 2014, experimentan una caída abrupta en 2015, para recuperarse notablemente en 2016. Las segundas descienden hasta 2014, aumentan considerablemente en 2015 y caen de manera ostensible en 2016. Lo que sí parece observarse durante este periodo es que el aumento de un tipo de iniciativa conlleva una reducción en las otras.

Tabla 1.4.

Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2012-2016, en función de la fase en la que se hallan					
Fase	Estimaciones puntuales				
	2012	2013	2014	2015	2016
Naciente	15.771	21.660	22.528	9.813	17.236
Nueva	23.313	13.990	16.719	24.168	9.575
TOTAL (0-42 meses)	39.084	35.556	39.426	33.980	26.811
Fase	Variación porcentual				
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2012-2016
Naciente	37,3%	4,0%	-56,4%	75,6%	9,3%
Nueva	-40,0%	19,5%	44,6%	-60,4%	-58,9%
TOTAL (0-42 meses)	-9,0%	10,9%	-13,8%	-21,1%	-31,4%

1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa

El informe GEM proporciona también evidencia sobre las actividades que han superado los tres años y medio de actividad, actividades *consolidadas* según la metodología GEM (véase la Tabla 1.5). Para el año 2016, un 5,1% de los individuos encuestados en Aragón declara estar involucrado en una iniciativa de estas características. Aplicando los mismos criterios que en apartados anteriores, esta cifra indica que en la Comunidad el total de empresas que han superado los tres años y medio de existencia es de 41.174.

La Tabla 1.5 nos muestra también la evolución del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas *consolidadas* y el número total de estas en el horizonte temporal 2012-2016. El número de iniciativas *consolidadas* ha ido descendiendo paulatinamente hasta alcanzar el mínimo en 2016.

Tabla 1.5.

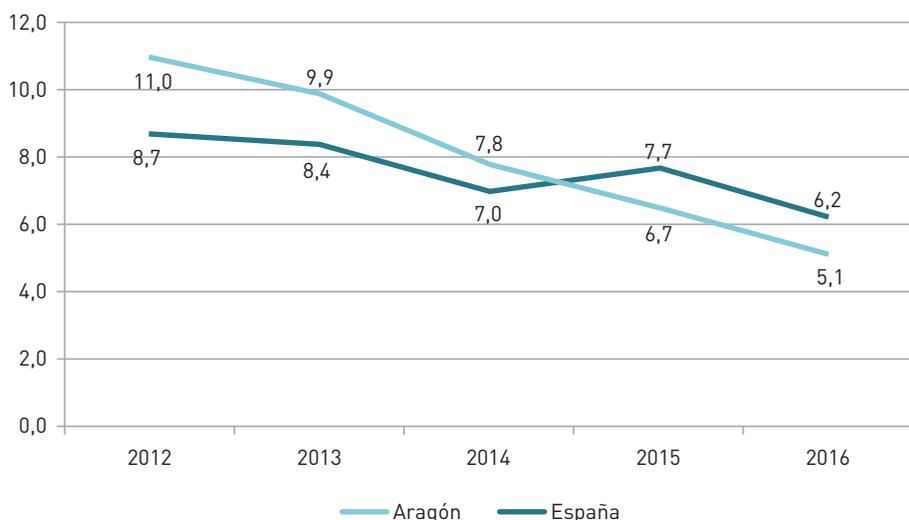
Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2016 y su comparación con el período 2012-2016

	Número de iniciativas	% de individuos involucrados
2012	94.282	11,0
2013	83.377	9,9
2014	65.762	7,8
2015	55.086	6,7
2016	41.174	5,1

La Figura 1.3 ofrece una comparación del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas *consolidadas* en Aragón y en España. En el conjunto del horizonte temporal considerado, Aragón muestra valores superiores a la media nacional hasta el año 2014. En los tres últimos años, el valor para el conjunto de España excede el de la Comunidad, con una distancia que se sitúa en estos tres años en un punto de diferencia aproximadamente.

Figura 1.3.

Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2012-2016



De forma complementaria a la consolidación de actividades, una información que puede resultar de interés es su abandono. En 2016, un 1,1% de los encuestados declaró haber abandonado una actividad el año anterior (Tabla 1.6). Este porcentaje se corresponde con aproximadamente

8.600 iniciativas emprendedoras. La evolución del horizonte temporal considerado muestra un retroceso en este indicador para el último periodo. Si observamos que en los cuatro años anteriores había cierta estabilización en esta dimensión, una reducción como la observada en 2016 puede ser interpretada en clave positiva.

Tabla 1.6.

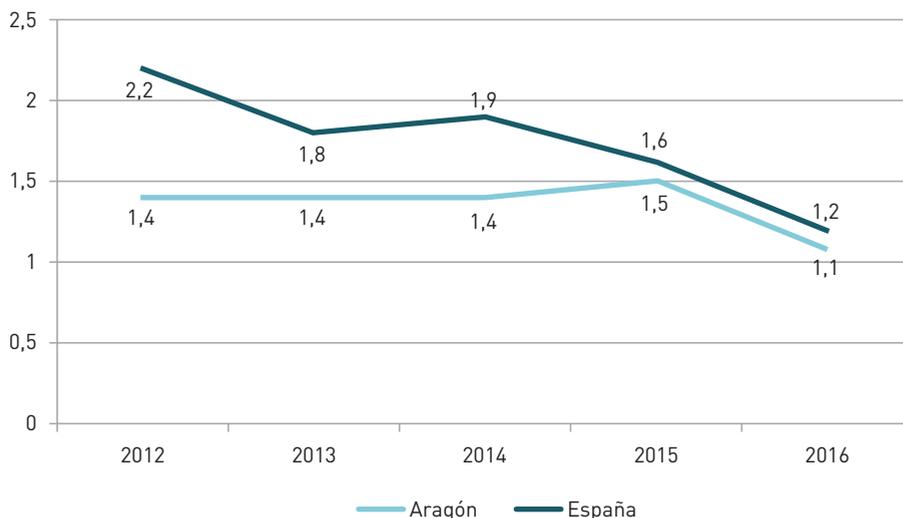
Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a julio de 2016 y su comparación con el período 2012-2016

	Número de iniciativas	% de individuos que abandonan
2012	11.999	1,4
2013	11.454	1,4
2014	12.160	1,4
2015	12.238	1,5
2016	8.618	1,1

La Figura 1.4 nos permite comparar la tasa de abandono en Aragón con la observada en el contexto nacional. En la Comunidad se observa una cifra ligeramente por debajo de la media para España durante estos últimos años. Para 2016, el dato está 0,1 puntos por debajo del nacional (1,1% frente a 1,2%).

Figura 1.4.

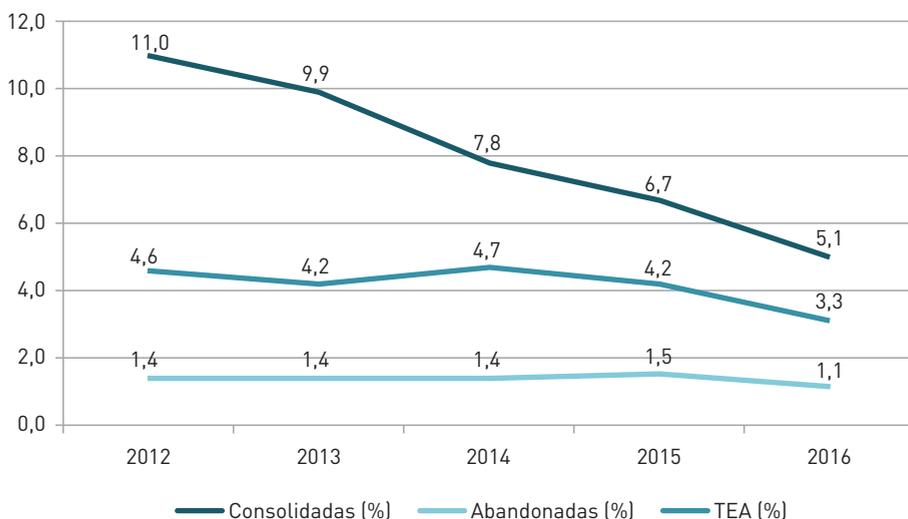
Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2012-2016



En un ejercicio de síntesis, la Figura 1.5 ofrece la evolución de la tasa de emprendimiento, la tasa de consolidación y la tasa de abandono en Aragón. 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. En todo caso, mientras que TEA y abandono muestran un patrón relativamente estable a lo largo de la serie considerada, las actividades consolidadas experimentan un descenso que quizás sugeriría un análisis más detallado de las causas que lo han motivado.

Figura 1.5.

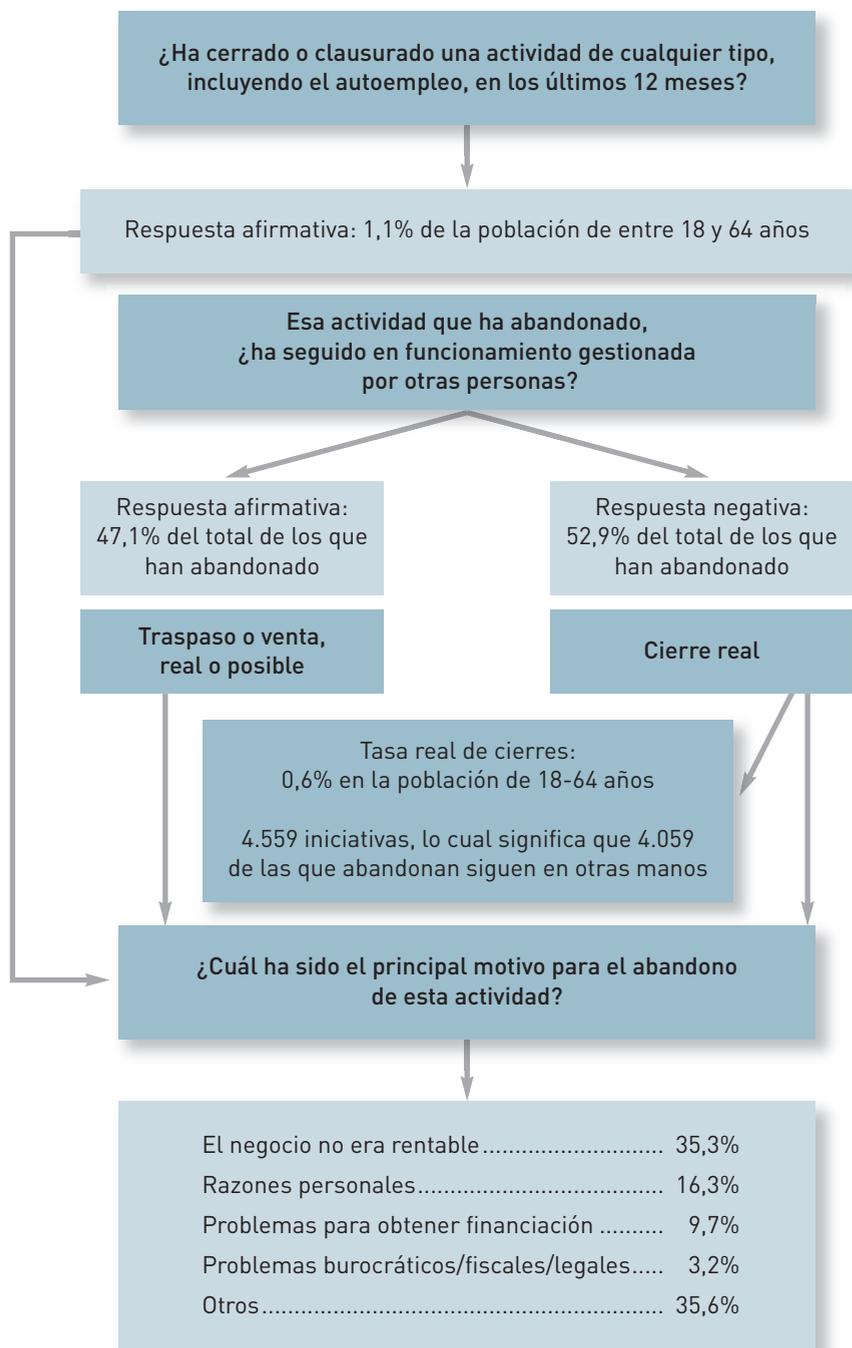
Evolución de la tasa de actividad emprendedora, consolidada y abandonada. 2012-2016



En relación a la tasa de abandono, debemos precisar que no todas las actividades abandonadas por un empresario suponen la desaparición definitiva de las mismas, en otros términos, 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 2016, el 52,9% de iniciativas abandonadas cerró definitivamente, mientras que el 47,1% continuó en manos de nuevos propietarios. Así, la tasa real de cierres (i.e., abandonos que implican la desaparición de la empresa) se reduce hasta el 0,6%. En términos absolutos, esto implica que de las 8.618 iniciativas abandonadas en 2016, 4.559 supusieron un cese real de actividades, mientras que las 4.059 restantes continuaron bajo una nueva dirección. En el conjunto del país, la tasa de abandono en 2016 fue del 1,6%, lo que sitúa a Aragón en una buena posición.

Figura 1.6.

Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población en con edad entre 18 y 64 años (2016)



Los motivos por los que se produce el abandono de una iniciativa son diversos, con distintas implicaciones. 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 (35,6%), lo que podría asimilarse al fracaso de la misma. El segundo motivo se corresponde con la existencia de razones personales (16,3%), mientras que los problemas para encontrar financiación ocupan la tercera posición (9,7% de los abandonos).

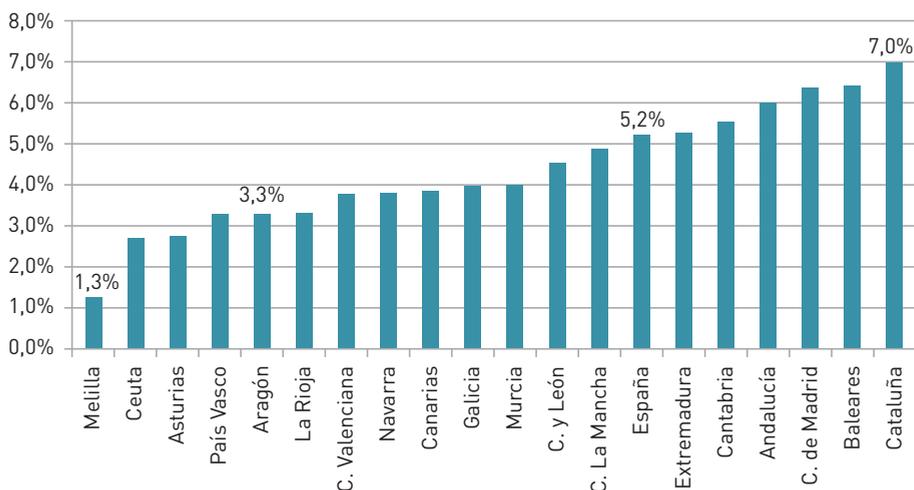
1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

Los apartados precedentes han permitido comparar los distintos indicadores de la actividad emprendedora española a lo largo de los últimos cinco años. En lo sucesivo tratamos de completar esta información, situando estos indicadores en contexto nacional e internacional. Particularmente, se comparan los datos de Aragón con los del resto de regiones españolas y con los datos de los demás países que participan en el proyecto GEM.

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 (3,3%) se encuentra por debajo de la media nacional (5,2%). Comparado con las demás regiones, Aragón se sitúa en el tercio inferior de la clasificación. En el extremo superior destacan Ca-

Figura 1.7.

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

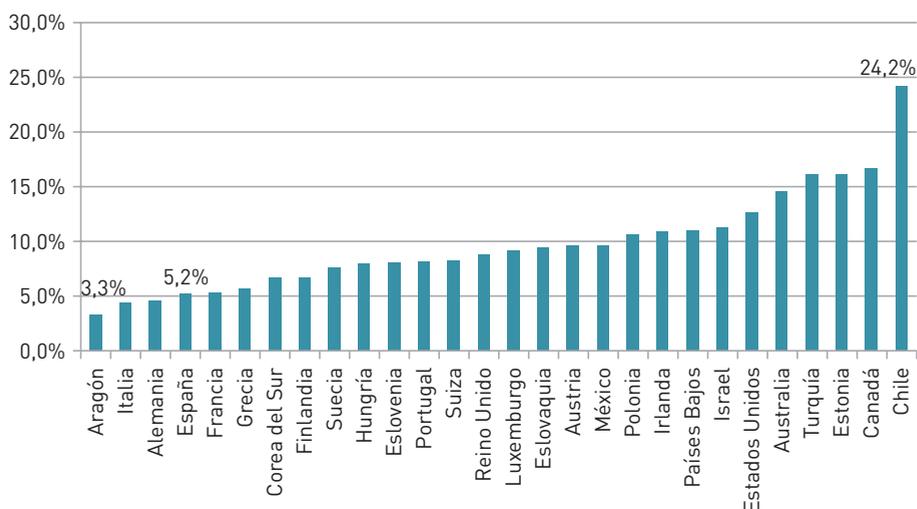


taluña, Baleares, la Comunidad de Madrid y Andalucía, mientras que en el extremo opuesto se sitúa Melilla.

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 relativamente próximos a los que presentan los países con un menor TEA, como Italia o Alemania. Es importante notar que en esta comparación existe una gran dispersión entre los extremos, como muestran los elevados valores de Chile o Canadá.

Figura 1.8.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE

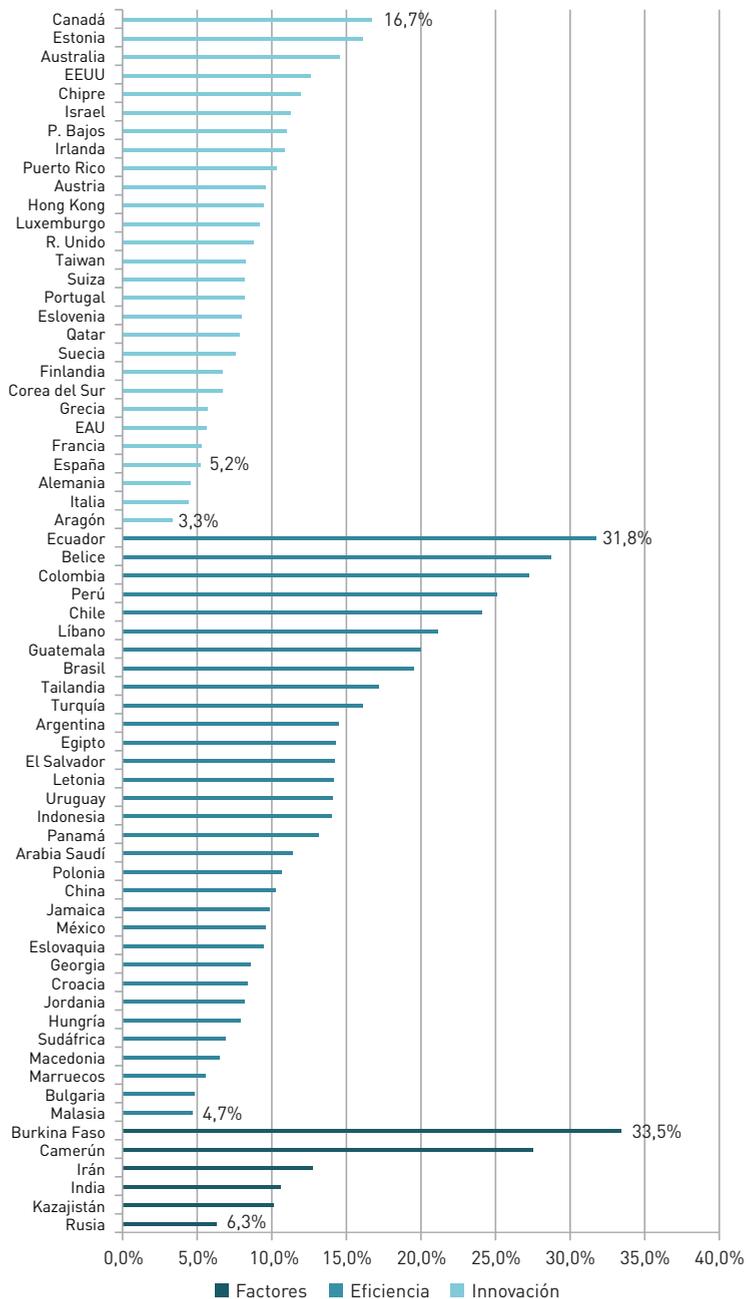


Para terminar con la comparación a nivel internacional, la Figura 1.9 recoge el índice TEA de todos los países que participan en el proyecto GEM. Antes de proceder al análisis de los datos es preciso realizar una aclaración de naturaleza metodológica, que permitirá una mejor interpretación de los mismos. 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 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.⁴

⁴ Un análisis más detallado de esta clasificación puede verse en el informe GEM España 2016.

Figura 1.9.

Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países GEM 2016 clasificados en función de su grupo económico



Los países en vías de desarrollo (o economías impulsadas por los factores de producción) suelen tener valores del TEA más elevados. Esto se debe, entre otros motivos, al predominio de actividades cuyo origen está en la necesidad, a diferencia de los países más desarrollados (o economías impulsadas por la innovación), donde predomina la oportunidad. Dentro de este grupo, destacan en la clasificación países como Burkina Faso o Camerún, con índices de emprendimiento que se sitúan alrededor del 30%.

El segundo grupo de países, economías impulsadas por la eficiencia, presenta en conjunto valores medios para el TEA muy similares a los ofrecidos por el grupo anterior, y superiores al mismo tiempo a los de los países más desarrollados. Destacan en este grupo Ecuador, Belice o Colombia. Finalmente, entre los países desarrollados, cabe mencionar Canadá, Estonia o Australia, con valores en el entorno del 15%. Aragón, que se ubicaría en este grupo, vuelve a ocupar el último puesto de la clasificación, aunque, como en otras ocasiones, en cifras próximas a las ofrecidas por países como Italia o Alemania.

1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional GEM

Como hemos analizado en las secciones precedentes, el proyecto GEM también recaba información 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 establecidas.

La Figura 1.10 compara estas iniciativas en las regiones españolas. En el gráfico se observa que Aragón se sitúa aproximadamente en mitad de la clasificación. Los valores ofrecidos por nuestra Comunidad están lejos de los de las comunidades que ocupan los últimos lugares. En la cabeza, destacan Castilla-La Mancha, Cataluña, Cantabria o Galicia, con guarismos por encima del 10%.

La Figura 1.11 compara la tasa de iniciativas *consolidadas* en un contexto OCDE. En este caso, Aragón se sitúa en el tercio inferior de la clasificación. Destacan en las primeras posiciones Grecia, seguida por Australia y Suiza. La posición de nuestra Comunidad forma parte de una tendencia constante a lo largo de los últimos años cuando se habla de iniciativas *consolidadas*. Los países con menor tasa de actividades *consolidadas* dentro del marco de la OCDE son Luxemburgo, Israel o Francia, que muestran cifras en torno al 4%.

La Figura 1.12 compara Aragón con el conjunto de países participantes en el proyecto GEM. Entre los países desarrollados, Grecia se encuentra la cabeza de las iniciativas *consolidadas*. Entre los países cuya economía

Figura 1.10.

Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas

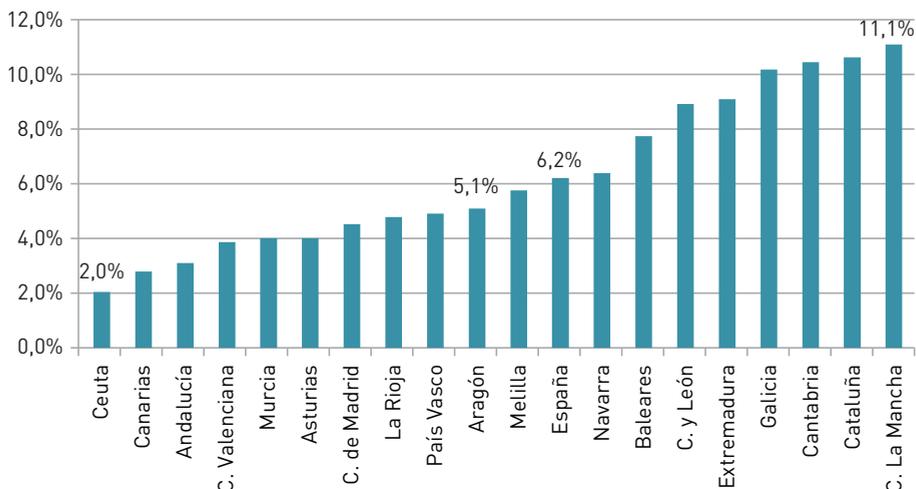
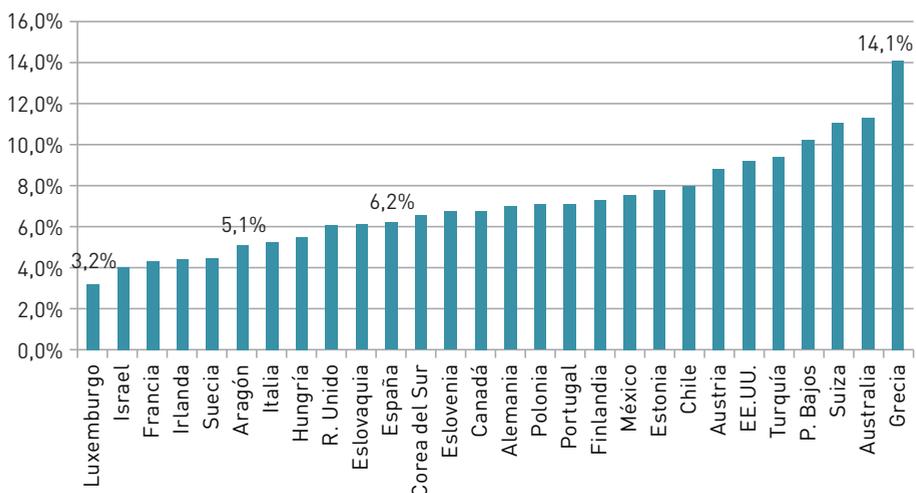


Figura 1.11.

Actividad empresarial consolidada en la OCDE

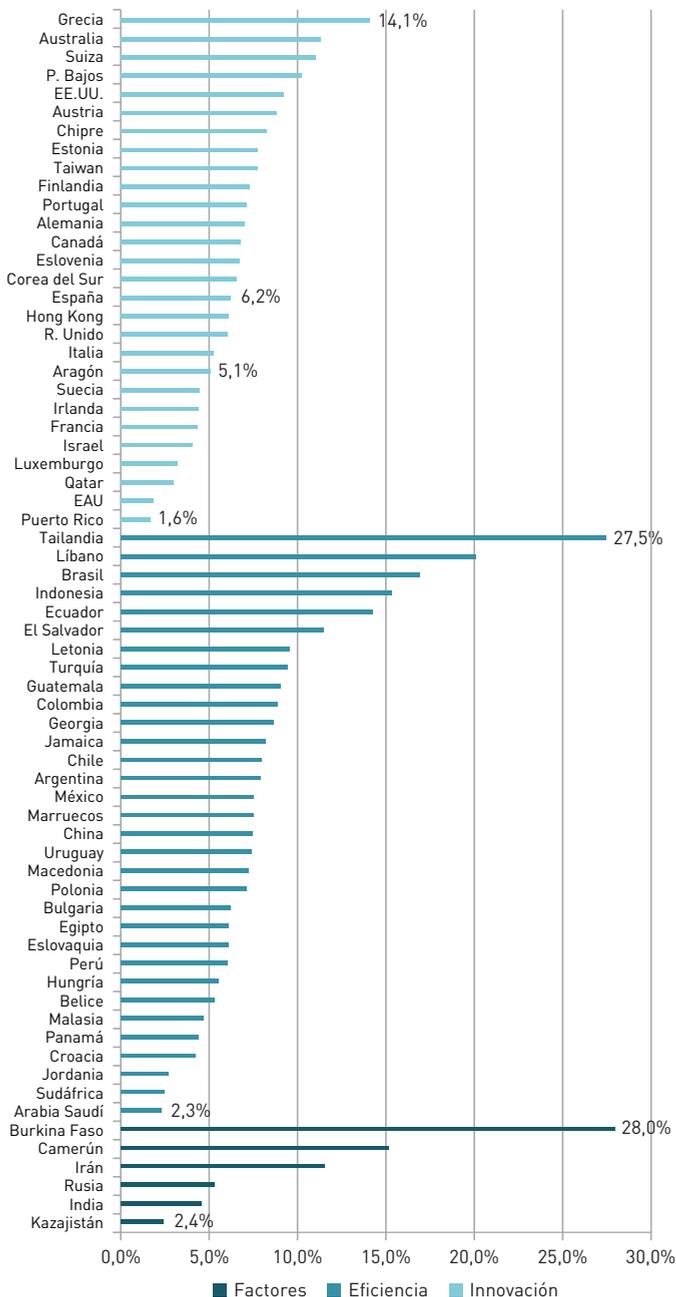


se basa en la eficiencia destaca Tailandia, mientras que Burkina Faso lo hace entre las economías basadas en los factores productivos. En la cola de los tres grupos sobresalen Puerto Rico, Arabia Saudí y Kazajistán.

Este apartado concluye con el análisis del porcentaje de adultos que han abandonado una iniciativa en el último año. En la Figura 1.13 se observa que la tasa de abandono en Aragón se sitúa en el tramo medio de la clasificación, seis décimas por encima del nivel más bajo (País Vasco). Ade-

Figura 1.12.

Actividad empresarial consolidada en los países GEM 2016, clasificados en función de su grupo económico

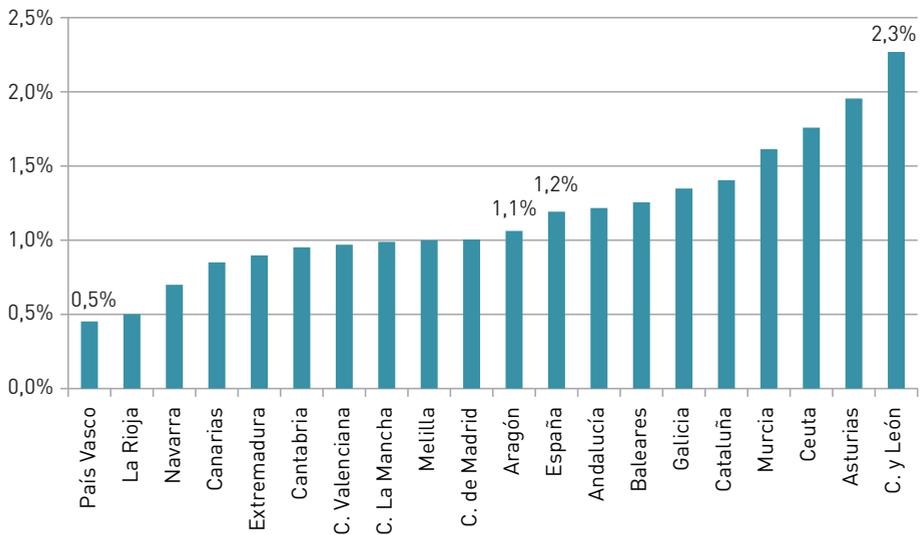


más, la Comunidad queda a una distancia de un punto y dos décimas del mayor valor entre las regiones españolas, que corresponde a Castilla y León.

En definitiva, Aragón se ha caracterizado en los últimos años por guarismos razonables 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 la Comunidad se encuentra en una posición algo más favorable que otras regiones de nuestro entorno.

Figura 1.13.

Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas

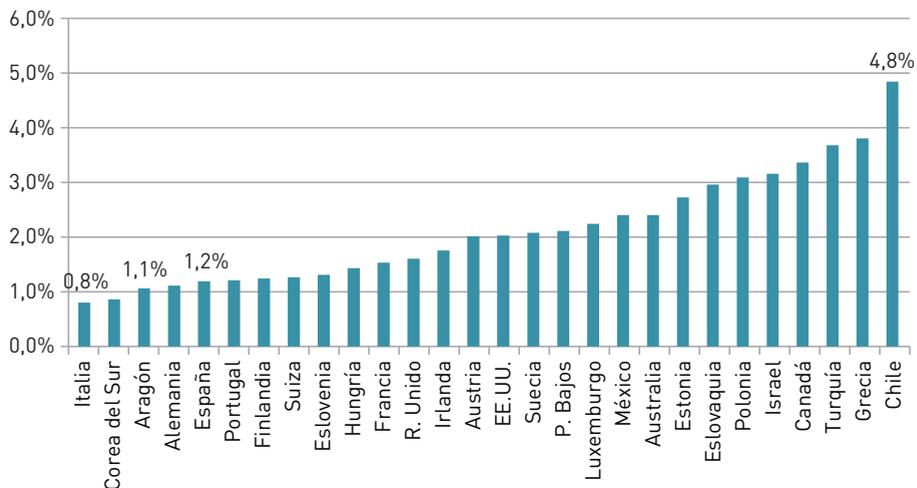


La Figura 1.14 analiza el cierre de iniciativas teniendo en cuenta todos los países GEM pertenecientes a la OCDE. Las mayores tasas de cese efectivo se dan, con cierta diferencia, en Chile (4,8%), país que ha ocupado sistemáticamente esta posición en los últimos años. Aragón, por el contrario, se encuentra en el extremo inferior, con un valor próximo a los países que ocupan las posiciones más favorables de la clasificación (Italia y Corea del Sur).

Finalmente, en la Figura 1.15 se comparan los valores con el conjunto de países que participan en el proyecto GEM. Aragón ocupa ahora posiciones de privilegio entre las economías más desarrolladas, con tasas de abandono de actividades bajas y alejado de los valores que presentan Grecia o Canadá. Entre las economías basadas en la eficiencia destacan

Figura 1.14.

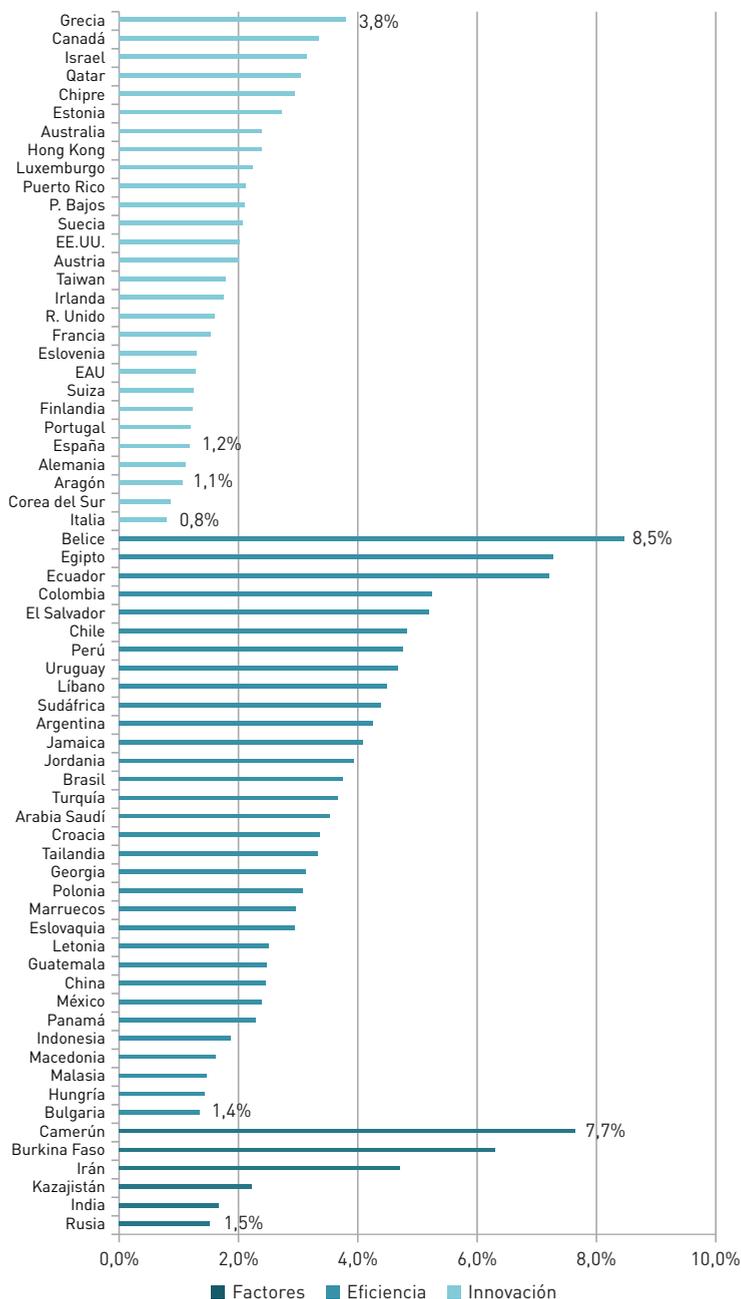
Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE



países como Belice, Egipto o Ecuador, con tasas de cierre superiores al 6% y Bulgaria (1,4%) en el extremo opuesto. Finalmente, entre las economías basadas en los factores productivos, el mayor y menor valor corresponden a Camerún (7,7%) y Rusia (1,5%), respectivamente.

Figura 1.15.

Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2016, clasificados en función de su grupo económico



1.7. Potencial emprendedor

Este capítulo finaliza analizando el potencial emprendedor en la Comunidad, tanto en lo que se refiere a la evolución en los últimos años como a su comparación con otras comunidades autónomas o países. El potencial emprendedor se expresa como el 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 último lustro. En 2016 un 5% de la población adulta declara tener intención de iniciar una actividad a corto o medio plazo. Este valor es casi idéntico al observado en el periodo anterior (4,9%). En todo caso, puede observarse que a lo largo de los últimos cinco años, la tasa de potencial emprendedor ha experimentado un descenso continuado desde 2012 (11,6%), hasta los dos últimos periodos donde parece estabilizarse en torno al 5%.

Si aplicamos el porcentaje de emprendedores potenciales sobre el total de la población adulta aragonesa, y bajo los mismos supuestos estadísticos que en el resto del capítulo, se puede estimar que el número de personas que planean iniciar una actividad económica en los próximos tres años se sitúa ligeramente por encima de las 40.000.

Tabla 1.7.

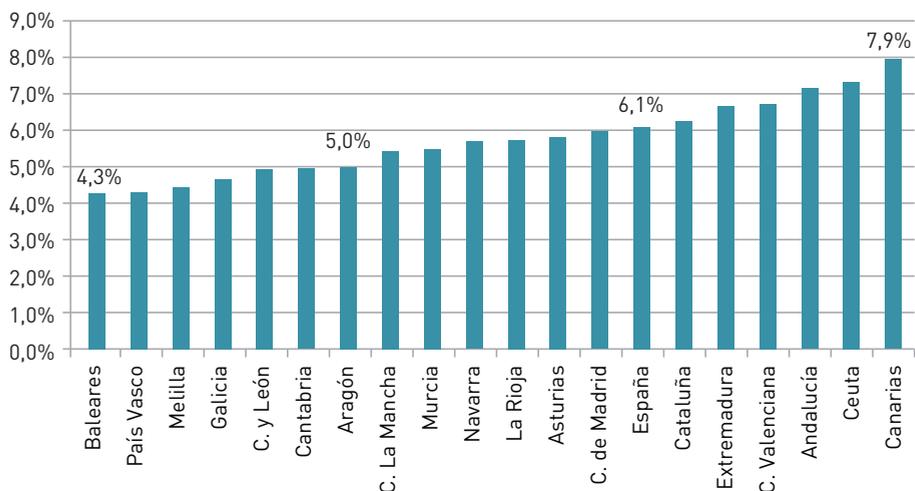
Estimación del número de emprendedores potenciales en 2016 y comparación con el período 2012-2016

	Número de emprendedores potenciales	% sobre población entre 18 y 64 años
2012	99.424	11,6
2013	65.510	7,8
2014	50.580	6,0
2015	40.446	4,9
2016	40.451	5,0

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 el segundo tramo de la clasificación. En ella, Canarias, Ceuta y Andalucía ocupan las primeras posiciones con cifras superiores al 7%, mientras que en el extremo opuesto se encuentran Baleares o el País Vasco con valores ligeramente por encima del 4%.

Figura 1.16.

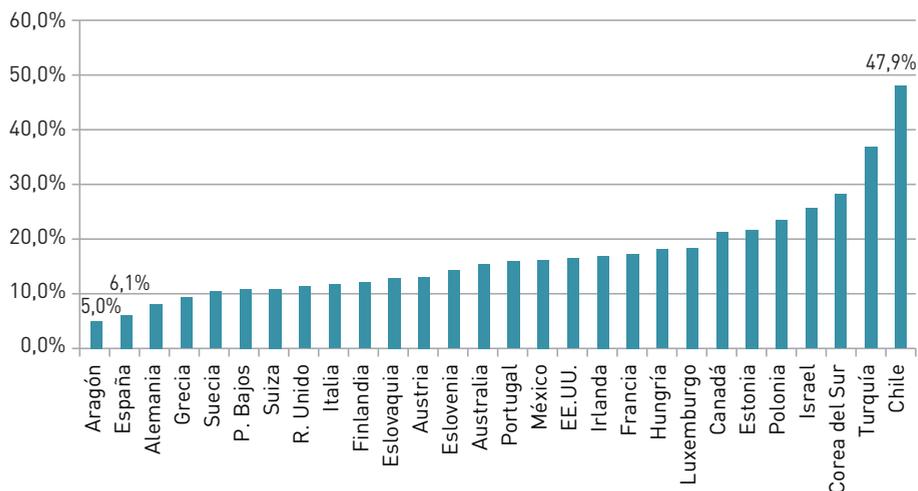
Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española



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 del bloque de países de la OCDE. En el extremo superior destaca Chile donde casi la mitad de su población adulta (47,9%) es considerado un emprendedor en potencia.

Figura 1.17.

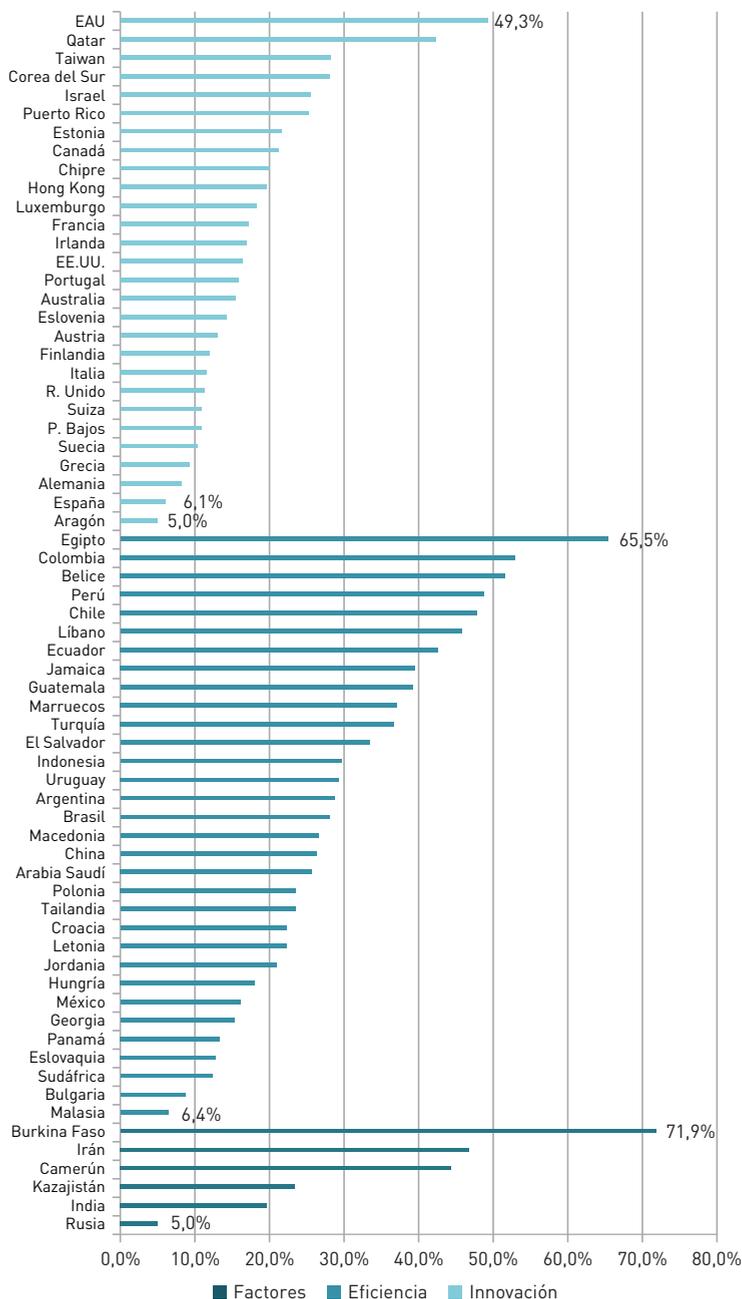
Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE



Para concluir, 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 Alemania o Grecia. Al comparar los diferentes niveles de desarrollo, parece apuntarse cierta relación inversa entre el nivel de desarrollo y las tasas de emprendimiento potencial. En concreto, se observa que entre las economías más desarrolladas, el potencial emprendedor tiende a ser menor. Esta relación podría ser más compleja de lo que puede parecer a primera vista, ya que el potencial emprendedor debería depender de la percepción de oportunidades y, por tanto, del clima económico. Al mismo tiempo, la necesidad de encontrar una fuente de ingresos, que resulta frecuente en entornos económicos adversos, debería influir sobre el potencial emprendedor (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 2016, clasificados en función de su grupo económico





CAPÍTULO 2

TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

2.1. Introducción

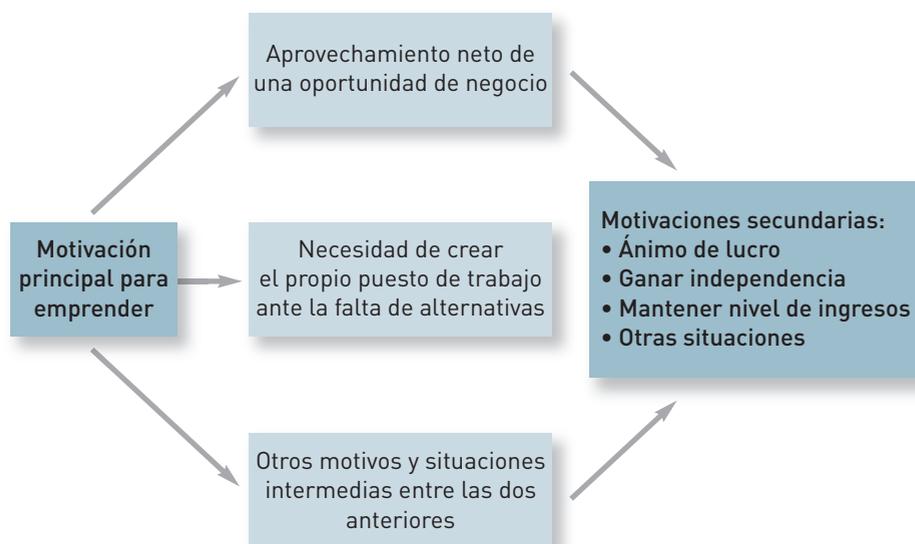
El capítulo 1 ha ofrecido una aproximación general al comportamiento emprendedor en Aragón mediante el análisis de indicadores como la intención de comenzar una actividad, las actividades en proceso de desarrollo y consolidación, las actividades ya consolidadas y el abandono de actividades. Una de las principales conclusiones que se deriva del primer capítulo es que, aunque la tasa de emprendimiento en Aragón se sitúa por debajo de la media nacional, hay indicios positivos en relación a la persistencia de las iniciativas emprendedoras en nuestra Comunidad, que se manifiestan a través de un saludable nivel de consolidación y un reducido nivel de abandono efectivo.

El capítulo 2 profundiza en el estudio del emprendimiento en Aragón a través del análisis de los motivos que conducen a los emprendedores a 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 mantenerlos 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 caracterización de los nuevos negocios 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 relativamente asimilable al de años anteriores, esto es, el porcentaje de emprendedores que asegura verse motivado por la detección de una oportunidad total o parcial es considerablemente mayor que el de los emprendedores que tratan exclusivamente de satisfacer una necesidad (60,8% frente a 35,7%). Es importante notar, en todo caso, que en comparación con el año 2015, las cifras muestran un retroceso en el emprendimiento por oportunidad (74,8% en 2015), con el consiguiente aumento en el emprendimiento por necesidad (25,2%).

Un análisis más detallado pasa por estudiar las iniciativas nacientes y nuevas por separado. Este análisis nos permite advertir algunas diferencias. Por ejemplo, en el caso de los emprendedores nacientes, un 58,3% indica que su motivación responde a la detección de una oportunidad (total o parcial), frente a un 36,1% que aseguran emprender por necesidad. En el caso de los emprendedores nuevos, sigue predominando la oportunidad total o parcial (66,8% de casos), pero la necesidad tiene una importancia relativa algo menor que en el caso de los emprendedores nacientes, siendo la principal motivación en el 33,2% 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	0,9%	41,5%	0,5%	43,1%	1,4%	41,1%
Oportunidad en parte	0,4%	16,8%	0,3%	23,7%	0,7%	19,7%
Necesidad	0,8%	36,1%	0,4%	33,2%	1,2%	35,7%
NS/NC	0,1%	5,5%	0,0%	0,0%	0,1%	3,5%
Total	2.1%	100,0%	1,2%	100,0%	3,3%	100,0%

La Figura 2.2 nos ofrece la evolución de la motivación para emprender en el horizonte 2012-2016. Como se acaba de indicar, la detección de una oportunidad representa en 2016 la razón principal para más del 60% de los emprendedores. Además, la figura muestra que, aunque con algunos altibajos, el reparto entre oportunidad y necesidad guarda proporciones similares a lo largo del horizonte temporal considerado, quizás con la excepción del año 2015 en el que el emprendimiento por oportunidad alcanzó valores máximos.

Figura 2.2.

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

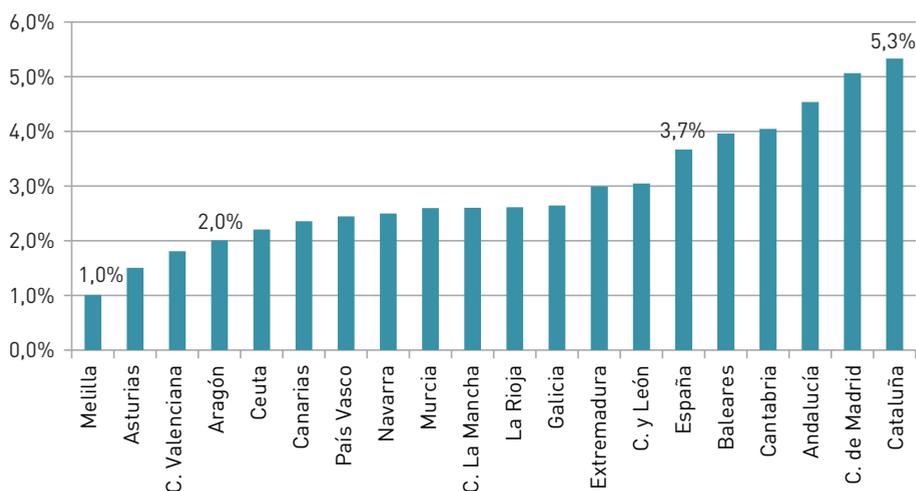


2.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional

La Figura 2.3 muestra la oportunidad como motivo para el emprendimiento en Aragón y lo compara con la del resto de regiones españolas. Aragón, con un 2%, se sitúa en las posiciones más rezagadas de la clasificación en términos de la población adulta involucrada en actividades emprendedoras resultantes de la detección de una oportunidad. En los extremos se encuentran Melilla, donde un 1% de la población declara haber iniciado una actividad al detectar una oportunidad y Cataluña, donde este porcentaje es del 5,3%. La comparación de la posición de Aragón en 2016 y 2015 nos sitúa algo más retrasados que en el ejercicio anterior (en 2015 el porcentaje vinculado al emprendimiento como detección de oportunidades fue del 3,1%).

Figura 2.3.

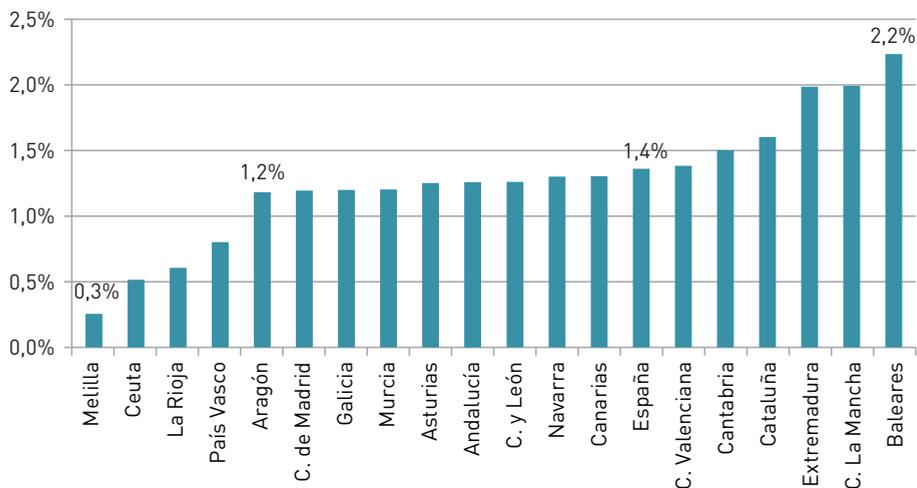
Oportunidad como motivo para emprender:
comparación regiones españolas



La Figura 2.4 completa la comparación entre regiones españolas en lo que se refiere al 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 1,2% de adultos implicados en iniciativas emprendedoras motivadas por una necesidad. Este valor está dos décimas por debajo del que corresponde a la media nacional. En los extremos, nos encontramos con Melilla que ofrece el menor valor (0,3%) y Baleares, que con un 2,2% se sitúa en lo más alto de la clasificación.

Figura 2.4.

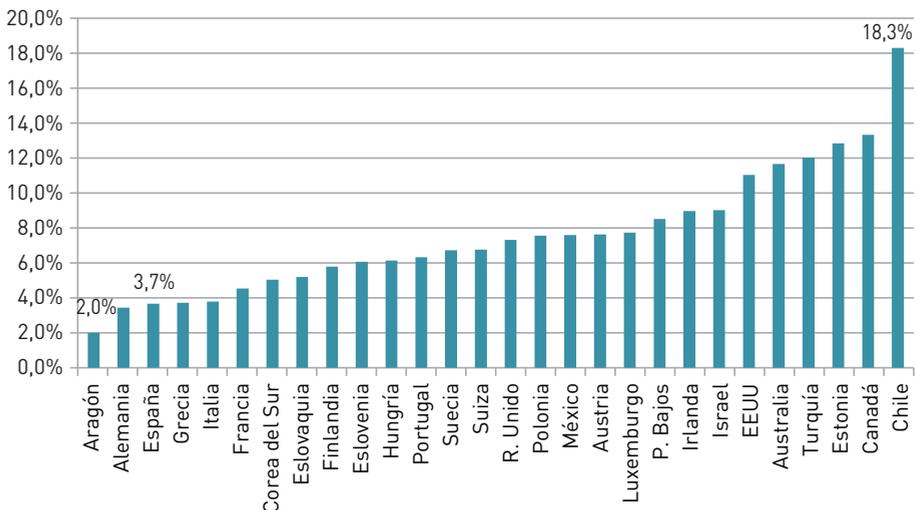
Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas



La Figura 2.5 realiza una comparación en un contexto internacional. En primer lugar, se contrapone el TEA por oportunidad de Aragón con el del resto de países participantes en el proyecto GEM que pertenecen a la OCDE. 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 similares a las que presenta, por ejemplo, Ale-

Figura 2.5.

Oportunidad como motivo para emprender: comparación OCDE

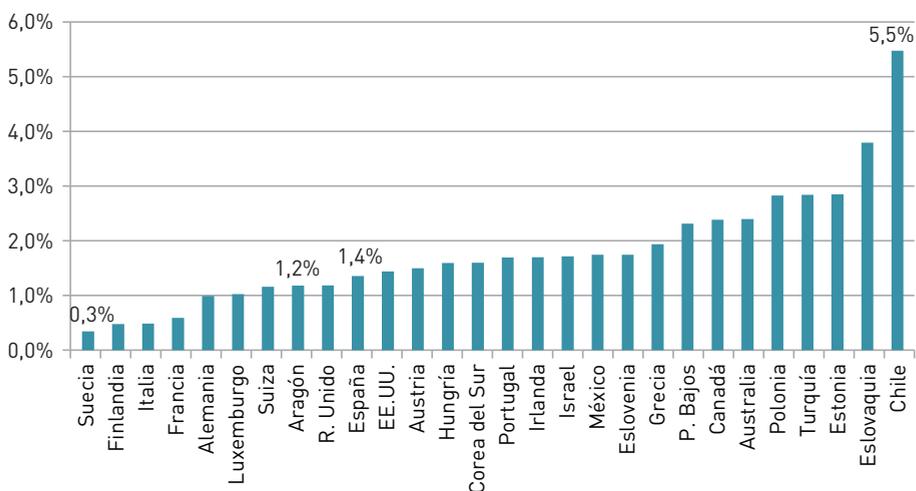


mania. La ordenación por TEA por oportunidad está muy correlacionada con la que surge de ordenar los países por el TEA sin distinguir motivos. Así, la baja posición de Aragón resulta no tanto de un porcentaje bajo de iniciativas resultantes de la detección de una oportunidad, como por el hecho de que el TEA global es bajo para el periodo analizado.

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

Figura 2.6.

Necesidad como motivo para emprender: comparación OCDE



Finalmente, comparamos la motivación para emprender en Aragón con la del conjunto 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 suelen corresponder 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.

Aragón ocupa nuevamente el último puesto en el TEA por oportunidad entre los países desarrollados (Figura 2.7). A nivel global destaca Belice, con un 25,4%. Por otra parte, si comparamos a Aragón con el resto de países GEM en función del TEA por necesidad (Figura 2.8), la Comunidad continúa ocupando una posición rezagada entre los países más desarro-

llados, aunque algo más favorable que la observada en el emprendimiento por oportunidad.

Figura 2.7.

**Oportunidad como motivo para emprender:
comparación conjunto países GEM**

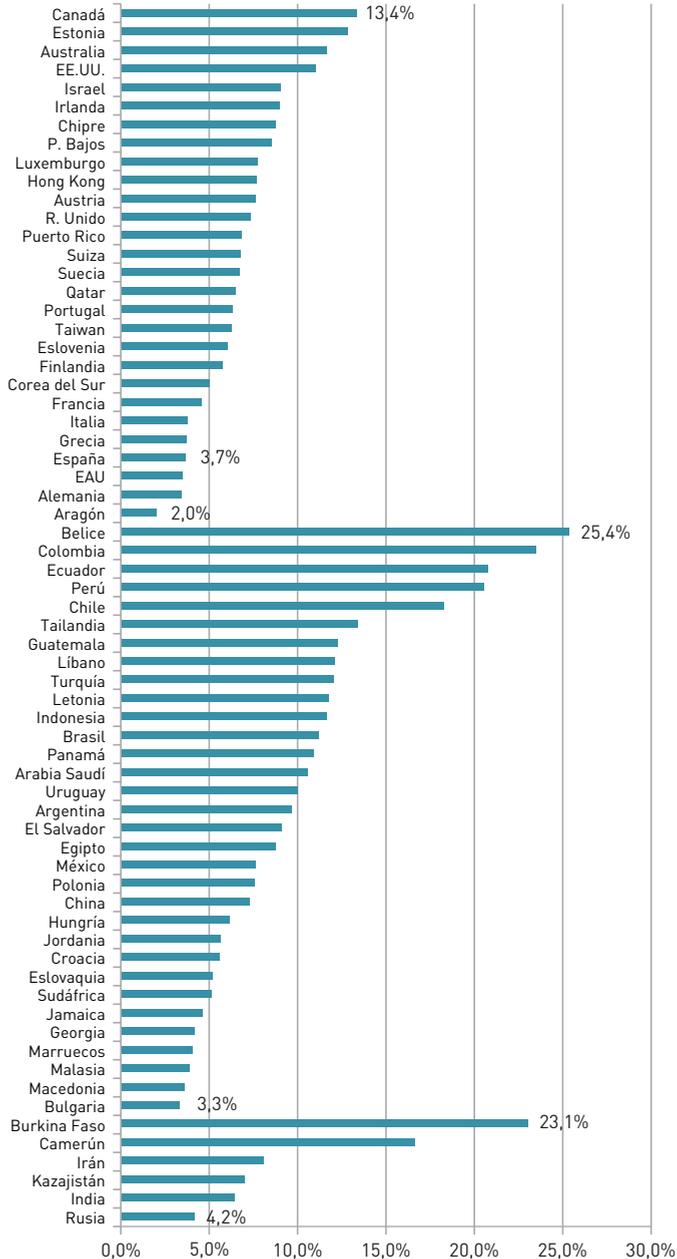
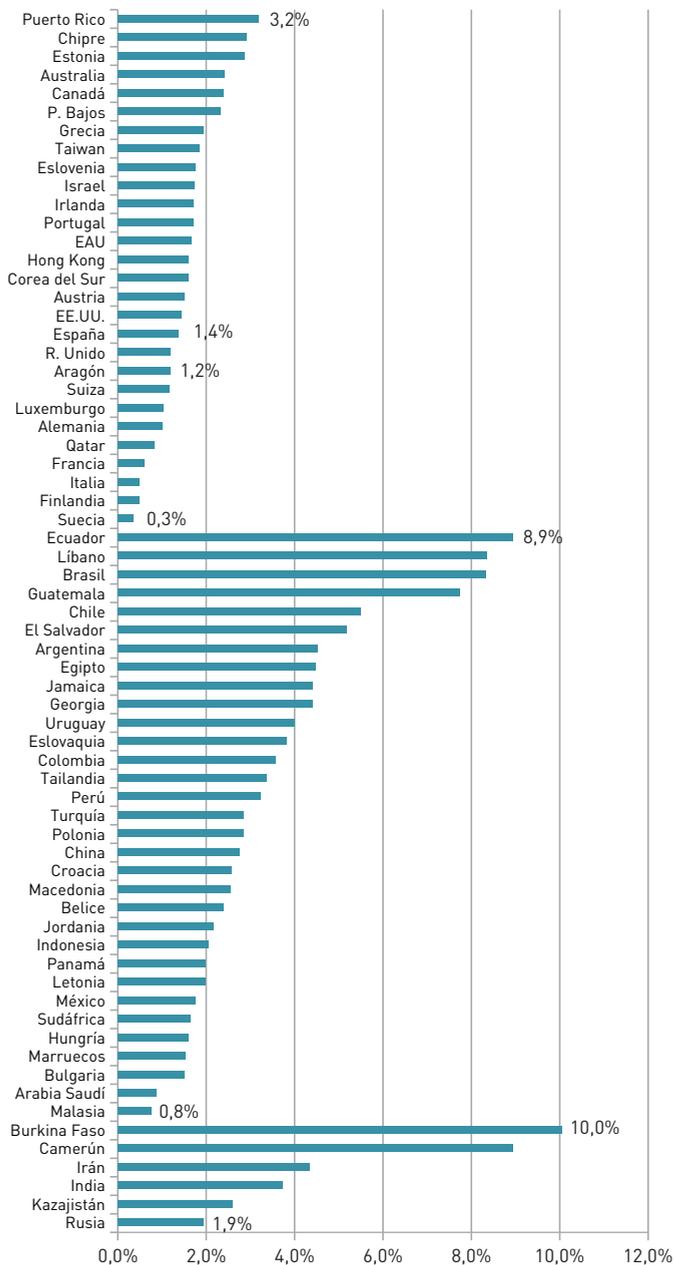


Figura 2.8.

**Necesidad como motivo para emprender:
comparación conjunto países GEM**



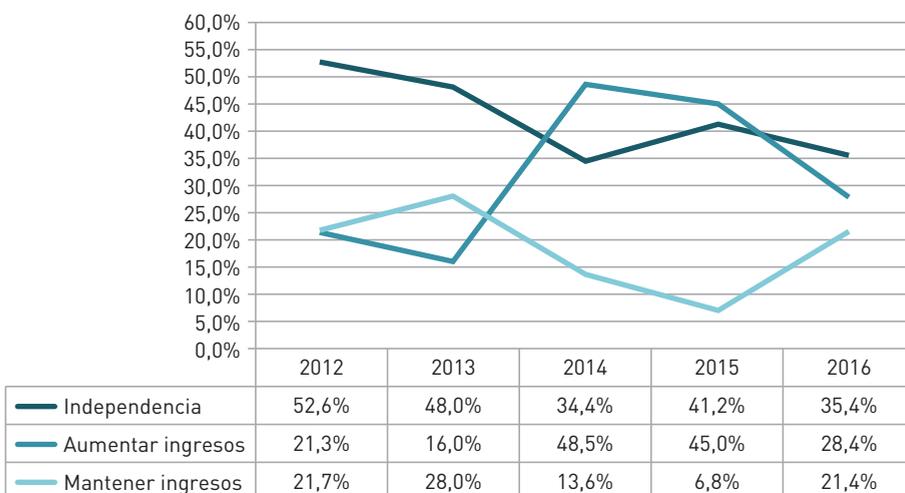
2.4. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad

Este capítulo concluye analizando los motivos que se asocian a la creación de empresas que surgen como resultado de la identificación de una oportunidad. Particularmente, se distingue entre qué iniciativas se ponen en marcha con la intención de conseguir independencia y autonomía, cuáles con la intención de aumentar los ingresos económicos y las que tienen su origen en 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 2012-2016.

Como se puede observar, más del 35% de los emprendedores por oportunidad deseaban aumentar su independencia. Con las excepciones que representan los años 2014 y 2015, esta categoría ha sido la dominante a lo largo de los últimos años. En 2016, de nuevo un porcentaje importante de emprendedores por oportunidad afirman querer aumentar sus ingresos (28,5%), mientras que crece sensiblemente, en relación al año anterior, el porcentaje de aquellos que buscan mantenerlos (21,4%).

Figura 2.9.

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





CAPÍTULO 3

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

3.1. Introducción

El objetivo de este capítulo es profundizar en cuáles son las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor que se desarrolla en Aragón. El capítulo se organiza en 10 epígrafes que contribuirán a conocer con detalle las diferentes dimensiones que caracterizan a las empresas aragonesas integradas en el proceso emprendedor y consolidado:

- Sector general de actividad en el que operan las iniciativas emprendedoras aragonesas (3.2)
- Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras (3.3)
- Dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas y de las empresas consolidadas (3.4)
- Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado (3.5)
- Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón (3.6)
- Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y consolidadas (3.7)
- Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y en las consolidadas (3.8)
- Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas (3.9)
- Grado de expansión esperada en el mercado (3.10)

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

El informe GEM clasifica las iniciativas emprendedoras en cuatro sectores de actividad: sector orientado al consumo, servicios a empresas, sector transformador y sector extractivo. En la Figura 3.1 se muestra la distribución de todas las iniciativas en fase emprendedora en función de dicha clasificación. Lo más destacable es el aumento de las actividades en el sector transformador, que pasan del 18,1% al 30,3%. También, experimentan un ligero aumento las actividades del sector extractivo. Sin embargo, las actividades del sector orientado al consumo y los servicios a empresas pierden peso en 2016, especialmente estas últimas. Así, en 2016 sólo un 43,4% de las nuevas actividades están

orientadas al consumo, lo que supone la cifra más baja de los últimos cinco años. Lo mismo sucede con las actividades de servicios a empresas que bajan 10 puntos porcentuales en 2016, situándose igualmente en el nivel más bajo de la serie.

Figura 3.1.

Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2012-2016)



La Figura 3.2 analiza la distribución de las empresas consolidadas (aquellas que superan los 42 meses) según el sector de actividad, lo que nos permite compararlas con la actividad incipiente y extraer algunas conclusiones. La primera similitud que se detecta es que en ambos casos predominan las actividades orientadas al consumo (lo cual no debe sorprendernos, ya que son los negocios con una menor necesidad de recursos), si bien es cierto que la tendencia es muy diferente en uno y otro caso: mientras en el emprendimiento incipiente el porcentaje de actividades dentro de este grupo ha caído en relación con los últimos años, ocurre lo contrario entre las iniciativas consolidadas. El sector transformador es en ambos casos el segundo en orden de importancia: en torno a un 30% de los negocios operan dentro del mismo.

A pesar de la fuerte caída observada en 2016, el peso relativo de los nuevos negocios dedicados a la prestación de servicios a empresas es mayor entre las iniciativas incipientes (17% frente a un 11% en las consolidadas), mientras que las empresas dentro del sector extractivo son, como era previsible, las menos habituales entre las nuevas propuestas, mientras que su importancia cuando se analizan las actividades consolidadas es muy superior.

Figura 3.2.

Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2012-2016)



3.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras

Conocer qué tamaño tienen las nuevas iniciativas nos permite saber cuál es la dimensión real del fenómeno emprendedor en Aragón. En la Tabla 3.1 se muestra el número de propietarios de las iniciativas nacientes (las asociadas a la puesta en marcha del negocio pero que no conllevan todavía pago de salarios ni obtención de beneficios por menos de tres meses), nuevas (las que llevan en funcionamiento hasta 42 meses) y consolidadas (han superado los tres años y medio de existencia) durante el periodo 2012-2016.

Si centramos nuestro foco en el año 2016 se observa que, con la excepción de las consolidadas, donde apenas se producen cambios en relación con el periodo precedente, el número medio de propietarios de todas las iniciativas ha experimentado un aumento importante en este ejercicio. Esto puede suponer un cambio de tendencia, en la medida en que en estos últimos años el tamaño de las nuevas empresas era cada vez más pequeño. Este mayor tamaño se percibe, sobre todo en las iniciativas nuevas, con un mayor recorrido dentro de su carácter incipiente. Este mayor tamaño de las iniciativas puede compensar, siquiera parcialmente, la caída en la tasa de emprendimiento: si bien es cierto que el número de iniciativas es menor, estas parecen algo más ambiciosas, lo que probablemente pueda repercutir en una mayor tasa de éxito en el futuro.

Tabla 3.1.

Número medio de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas				
	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
2012	2,00	1,67	1,80	1,93
2013	2,12	1,6	1,92	1,74
2014	1,66	1,83	1,73	1,77
2015	1,62	1,51	1,54	1,68
2016	2,11	2,21	2,14	1,65

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

Una variable relevante a la hora de conocer la dimensión de las iniciativas emprendedoras es el 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 crean 20 o más puestos de trabajo.

La Figura 3.3 muestra la evolución de la distribución de las empresas por tamaños de las iniciativas emprendedoras (nacientes y nuevas) durante el periodo 2012-2016. Destaca que, en el año 2016, se ha triplicado el número de iniciativas que tienen más de 6 empleados, pasando de representar un 4,8% en 2015 a suponer un 12,5% del total en 2016. Esta mayor generación de empleo está seguramente relacionada con el aumento en el número de promotores por iniciativa al que se ha hecho referencia en el punto anterior. En el polo opuesto, el número de iniciativas que no tiene ningún empleado (únicamente el propietario) supone algo más de la mitad del total de nuevos negocios (un 52,4% en 2015, un 54,1% en 2016), cifra similar a la del año anterior.

Si replicamos este análisis para las iniciativas consolidadas, su evolución temporal se muestra en la Figura 3.4. En ella se observa que el nivel de empleo generado en estas iniciativas crece ligeramente, sobre todo porque aumentan algo más de seis puntos porcentuales las iniciativas que emplean entre 1 y 5 trabajadores, en detrimento de las que únicamente ocupan al propio promotor. Las variaciones en cuanto a la proporción de empresas de mayor tamaño son menos importantes, si bien es cierto que si se analiza la serie desde 2012 se detecta una tendencia ligeramente creciente en estas empresas de mayor tamaño (por encima de seis trabajadores), que pasan a representar el 14,2% del total, frente al 10,5% de 2012.

Figura 3.3.

Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (2012-2016)

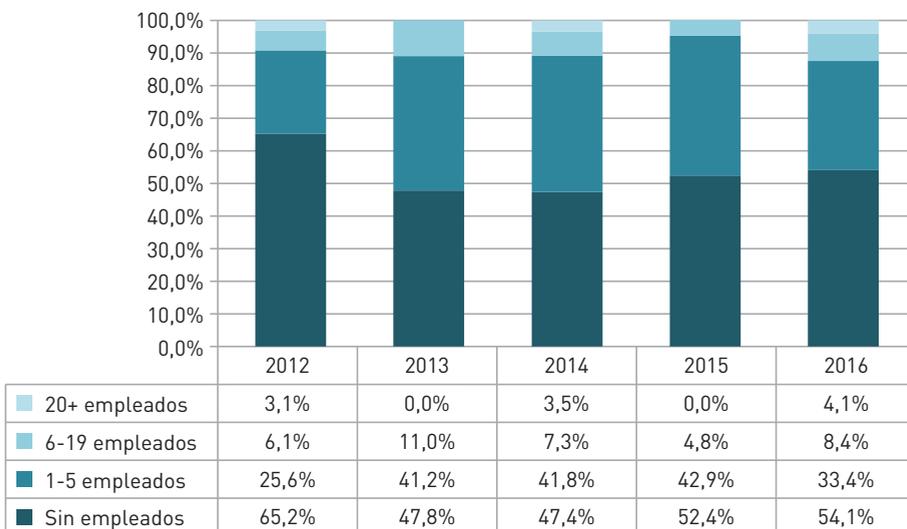
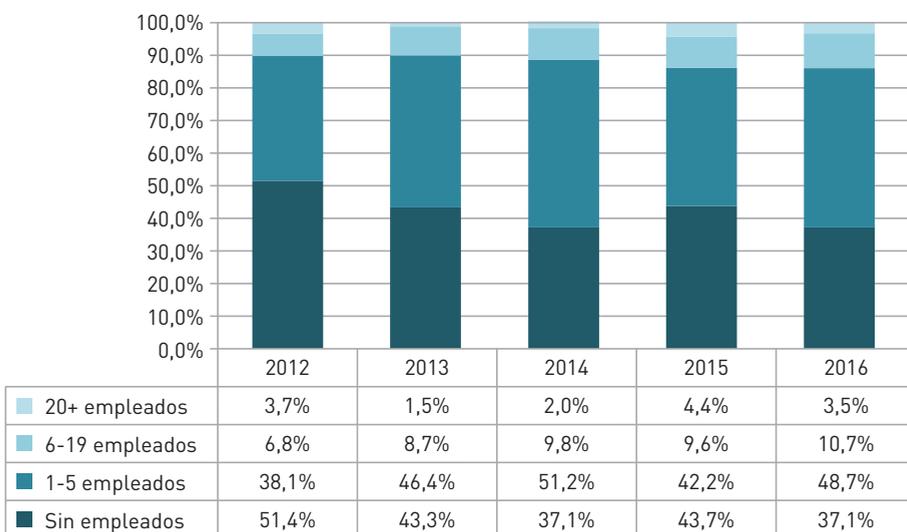


Figura 3.4.

Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal (2012-2016)



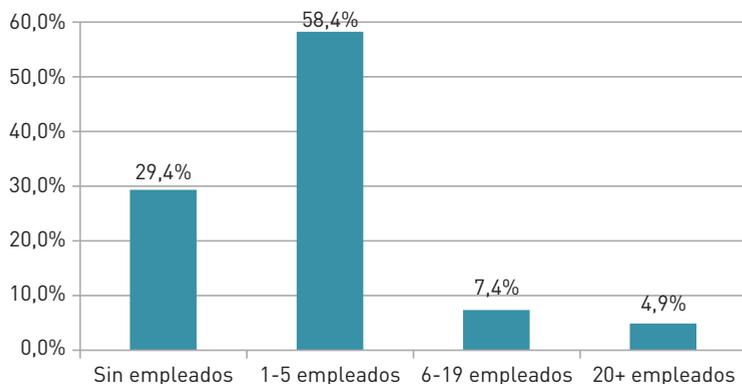
3.5. Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

Para conocer el potencial de crecimiento (en términos de empleo) que se espera de las empresas involucradas en el proceso emprendedor y consolidado hemos recurrido a las opiniones de los emprendedores entrevistados en lo que se refiere a sus expectativas de crecimiento futuro. Así, se les ha preguntado acerca del número de empleados que prevén alcanzar en los próximos cinco años. Las Figuras 3.5 y 3.6 muestran los resultados referidos a las actividades emprendedoras y a las consolidadas.

Los emprendedores nuevos y nacientes (Figura 3.5) se muestran moderadamente optimistas. Comparando la Figura 3.5 con la Figura 3.3, que recogía el número de empleados que trabaja actualmente en las iniciativas emprendedoras, se ve que sólo un 29,4% espera no tener empleados en 5 años, frente al 54,1% que no los tienen en 2016. Un 58,4% espera crear entre 1 y 5 puestos de trabajo, mientras que el 12,3% de los emprendedores espera ocupar al menos a seis trabajadores. Si comparamos estas cifras con las del año 2015 o con los de años previos, se observa que nuestros emprendedores son más optimistas en relación con las perspectivas de crecimiento futuro de sus iniciativas.

Figura 3.5.

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

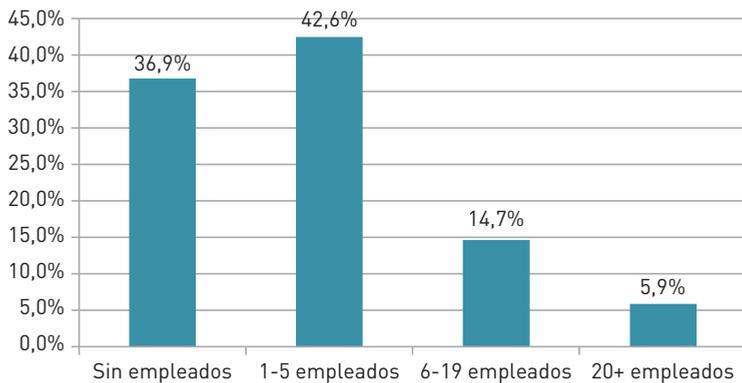


La Figura 3.6 sintetiza la expectativa de crecimiento del empleo en las empresas en fase consolidada para los próximos cinco años. Observamos cómo el porcentaje de negocios que actualmente no tienen empleados es del 37,1% (Figura 3.4), mientras que en un horizonte temporal de cinco años la cifra es muy similar (36,9%).

En el caso de las iniciativas que tienen más de seis empleados, las expectativas de crecimiento son relativamente optimistas. Así, el 14,7% de los emprendedores consolidados esperan ocupar entre 6 y 19 trabajadores en el futuro (frente al 10,7% actual) mientras que un 5,9% prevé emplear a 20 o más personas (actualmente, el 3,5%).

Figura 3.6.

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



Este análisis concluye con una comparativa 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. En la Figura 3.7 se compara el potencial de alto crecimiento en las distintas comunidades, medido como la expectativa de generar 20 o más puestos de trabajo en los próximos 5 años y en ella se observa que Aragón se sitúa en una posición intermedia en el contexto nacional, con un 3,6% de emprendedores que esperan generar 20 o más empleos. El panorama es algo peor cuando la comparación se realiza con los países miembros de la OCDE (Figura 3.8), dado que Aragón ocupa uno de los últimos puestos.

Figura 3.7.

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

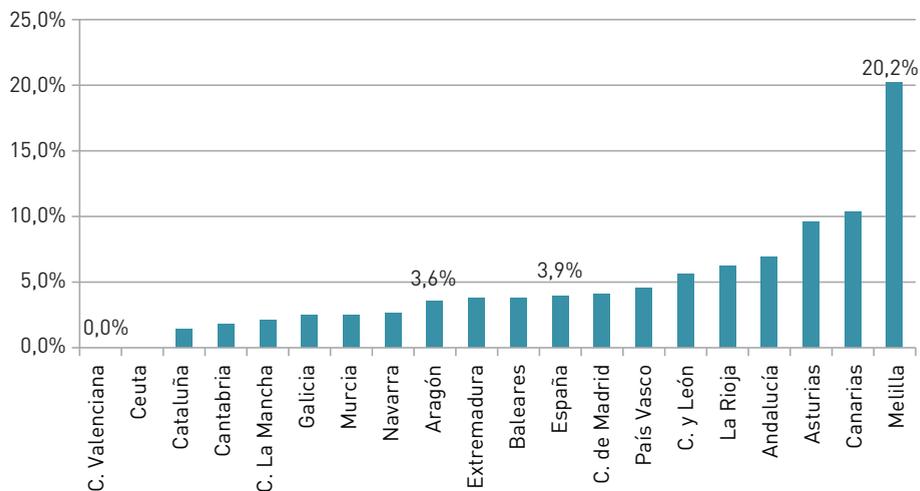
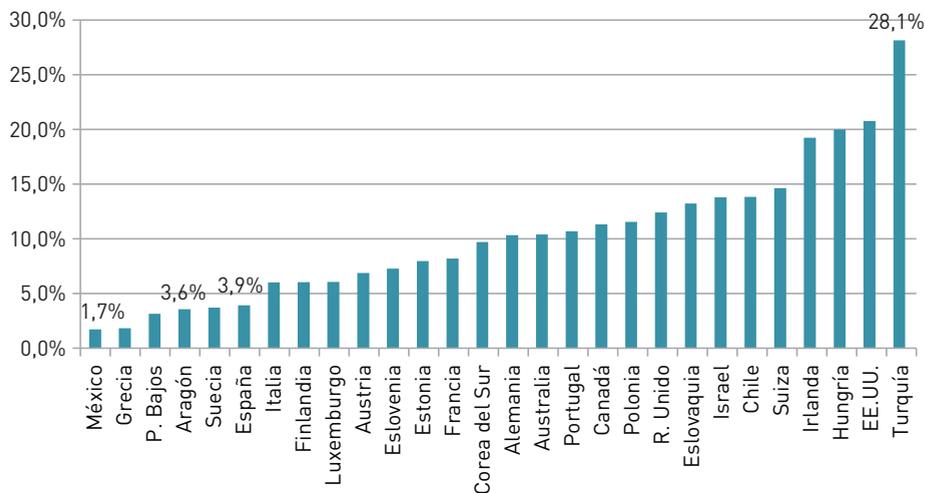


Figura 3.8.

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

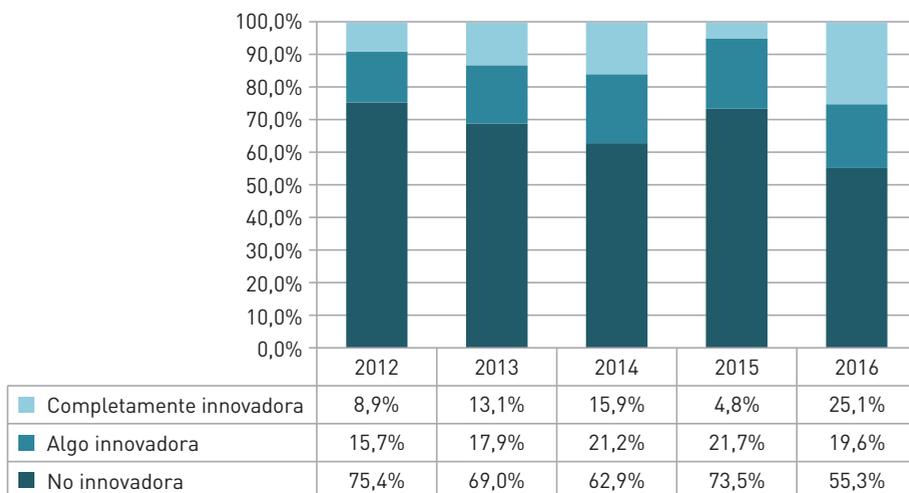


3.6. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada

El concepto de innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada se puede analizar desde muchos puntos de vista: gestión, producción, distribución, implantación, etc. El proyecto GEM se ha centrado en los últimos años en la dimensión relacionada con 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 este factor. La Figura 3.9 muestra la evolución, desde 2012, del grado de innovación de las iniciativas emprendedoras aragonesas. En ella cabe destacar que, en el año 2016, casi la mitad de las mismas ofrecen, en mayor o menor medida, algún tipo de innovación al mercado, cifra que supera claramente a la de los años precedentes. En el polo opuesto, la proporción de iniciativas no innovadoras se han reducido al 55,3%, la cifra más baja desde 2012. En definitiva, cada vez son más los emprendedores que ofrecen al mercado propuestas con cierto carácter novedoso, normalmente sinónimo de negocios de mayor calidad, lo que debe valorarse positivamente.

Figura 3.9.

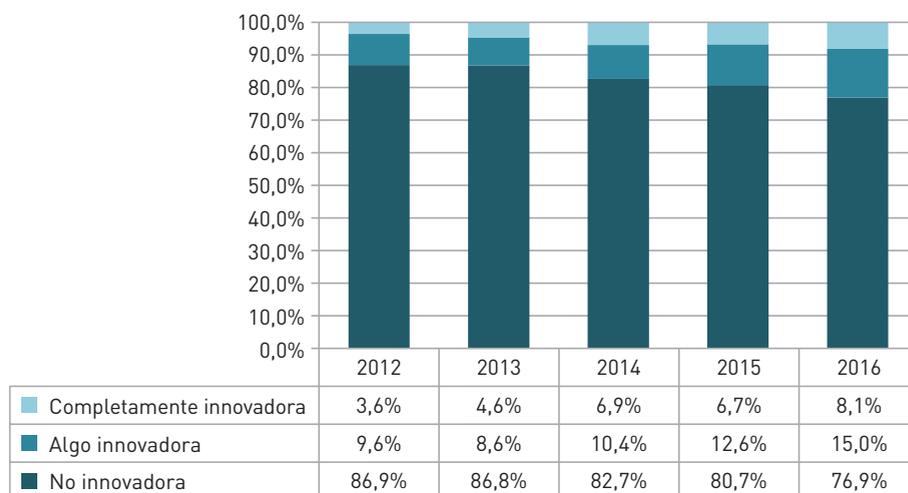
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal (2012-2016)



En la Figura 3.10 se muestra la evolución en el grado de innovación de las iniciativas consolidadas. Sólo una de cada cuatro iniciativas (en concreto, el 23,1%) proporciona algún tipo de innovación, mientras el 76,9% restante no lo hace. No obstante, estas cifras son algo mejores que las

Figura 3.10.

Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal (2012-2016)



de años precedentes, ya que la proporción de empresas sin ningún tipo de componente innovador ha caído en torno a diez puntos porcentuales en los últimos cinco años.

3.7. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

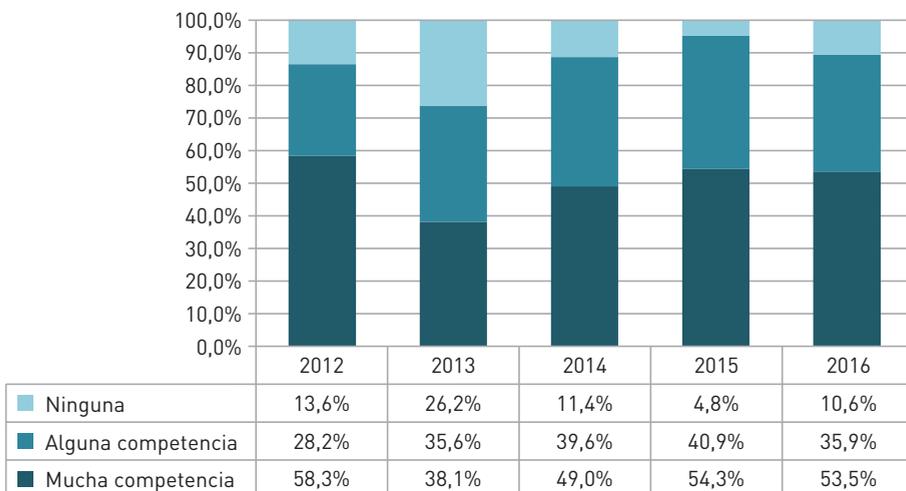
En este epígrafe analizamos el grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y consolidadas. El informe GEM aproxima el nivel de competencia de forma cualitativa, a partir de la percepción sobre la rivalidad que se genera por parte de las empresas que ofrecen los mismos productos que la empresa del entrevistado.

Las Figuras 3.11 y 3.12 muestran el grado de competencia al que se ven sometidas estas iniciativas en nuestra Comunidad Autónoma. En relación con las que no alcanzan todavía los cuarenta y dos meses de antigüedad, el porcentaje de negocios que deben hacer frente a una elevada competencia se mantiene en cifras relativamente similares en los dos últimos años (un 54,3% en 2015, frente a un 53,5% en 2016). No sucede lo mismo con los que manifiestan no tener ninguna competencia, ya que se ha duplicado la proporción de emprendedores que tienen esta percepción.

En el caso de las iniciativas consolidadas (Figura 3.12) el número de negocios que deben afrontar una elevada competencia ha aumentado li-

Figura 3.11.

Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal (2012-2016)



geramente (un 65,2% en 2015, un 70,9% en 2016) mientras que se mantiene estable el porcentaje de los que manifiestan no tener ninguna competencia (5,9%).

Figura 3.12.

Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal (2012-2016)



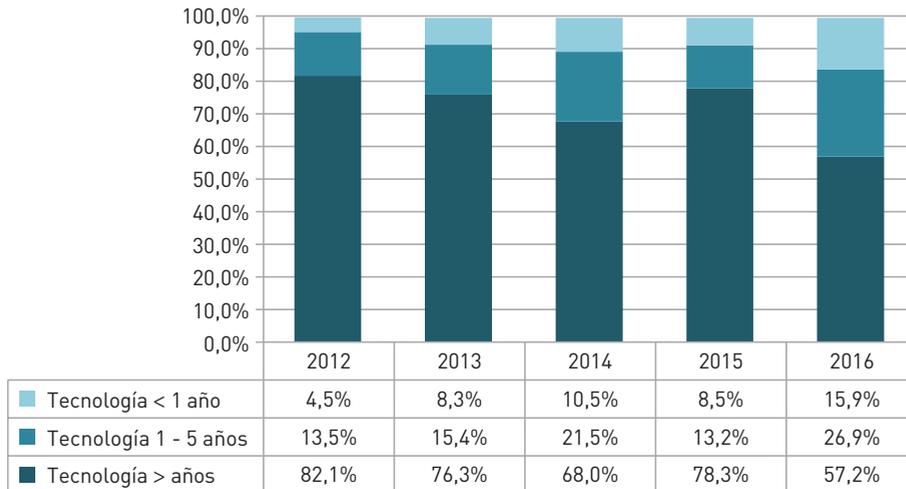
3.8. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y en las consolidadas

El uso y adopción de nuevas tecnologías para el desarrollo de los procesos productivos o la prestación de servicios es un elemento importante a la hora de conocer cuáles son las características más importantes en las iniciativas emprendedoras y consolidadas. En las Figuras 3.13 y 3.14 se muestra la distribución de las mismas en función de la antigüedad de las tecnologías utilizadas, distinguiendo entre ambos tipos de iniciativas.

En el caso de los de carácter emprendedor (Figura 3.13), se observa un repunte en el uso de tecnologías de última generación (tanto las de menos de un año de antigüedad como las que tienen entre uno y 5 años), alcanzándose las cifras más altas de la serie analizada, ya que entre ambas representan más del 40% del total. En el polo opuesto, algo más de la mitad de las iniciativas manifiestan usar tecnologías con más de cinco años de antigüedad, lo que, en todo caso, es señal de una tendencia hacia la modernización en las empresas emprendedoras aragonesas.

Figura 3.13.

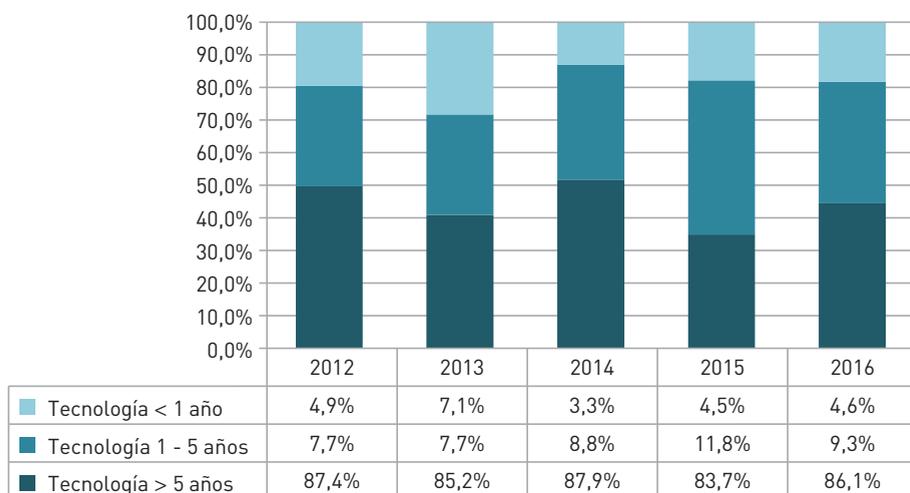
Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal (2002-2016)



Por lo que respecta a las iniciativas consolidadas (Figura 3.14), la situación es totalmente diferente. El porcentaje de las que usan tecnologías con más de cinco años de antigüedad es de un 86,1%, cifra similar a la de los años precedentes. Lo mismo cabe decir del uso de tecnologías novedosas, que presentan cifras similares a las del año anterior. En concreto un 4,6% de las empresas usan tecnología con menos de un año y un 9,3% de entre 1 y 5 años.

Figura 3.14.

Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal (2012-2016)



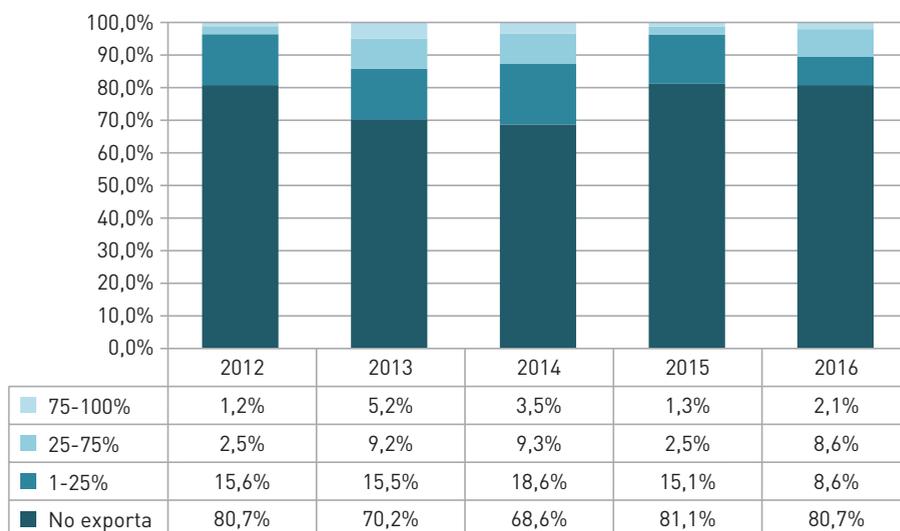
3.9. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

La internacionalización de las empresas españolas en sus primeros años de vida es una decisión estratégica relevante, ya que les permite abrirse a nuevos mercados y no depender únicamente del comportamiento del mercado nacional. Este argumento es aplicable tanto a las empresas de reciente creación como a las consolidadas, ya que gran parte de los esfuerzos de los emprendedores se deben encaminar a conseguirla. En todo caso, es importante advertir que la internacionalización no siempre resulta sencilla, especialmente durante los primeros años de vida de la empresa.

La Figura 3.15 muestra la distribución de las empresas aragonesas en fase emprendedora en lo que se refiere a su intensidad exportadora entre 2012 y 2016. En ella se observa cómo un 80% de las empresas manifiesta no realizar ninguna actividad exportadora, cifra similar a la del año 2015. Mejora, sin embargo, la internacionalización de las iniciativas que exportan más del 25% (un 3,8% en 2015, un 10,7% en 2016), lo que sugiere que aquellas empresas que se abren a los mercados exteriores lo hacen con cierta intensidad.

Figura 3.15.

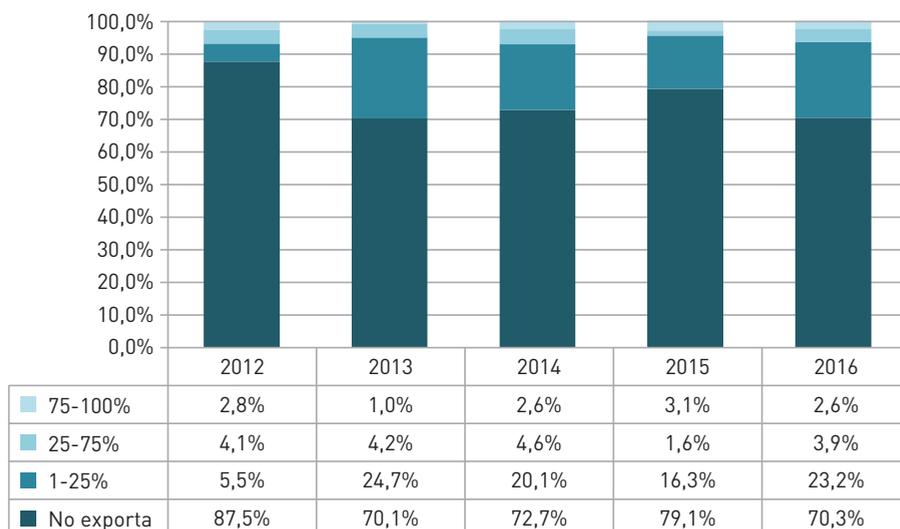
Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2012-2016)



La Figura 3.16 muestra la propensión a la exportación de las iniciativas consolidadas. Las cifras, aunque ligeramente mejores que para las iniciativas emprendedoras, muestran también una contribución limitada

Figura 3.16.

Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2012-2016)



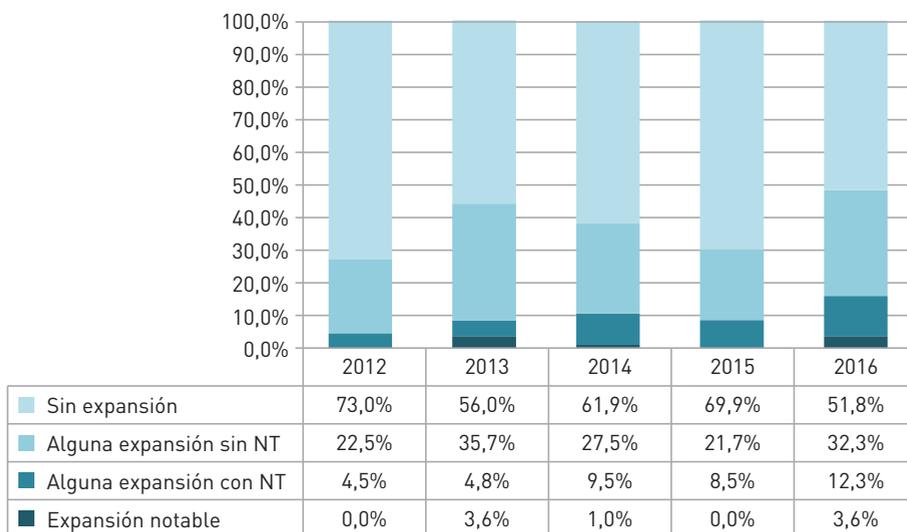
de los mercados exteriores. De nuevo, podemos observar como el 70% no se han planteado hasta el momento vender fuera de las fronteras nacionales. En este grupo, son las iniciativas que exportan de forma moderada (hasta un 25%) las que experimentan un mayor crecimiento.

3.10. 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. Se observa que la situación es bastante más favorable que la de en años anteriores. Así, el porcentaje de iniciativas emprendedoras sin expansión ha disminuido en 18 puntos porcentuales (del 69,9% de 2015 al 51,8% de 2016), mientras que el resto de categorías muestran un crecimiento claro, lo que supone un importante avance y permite retomar la tendencia alcista.

Figura 3.17.

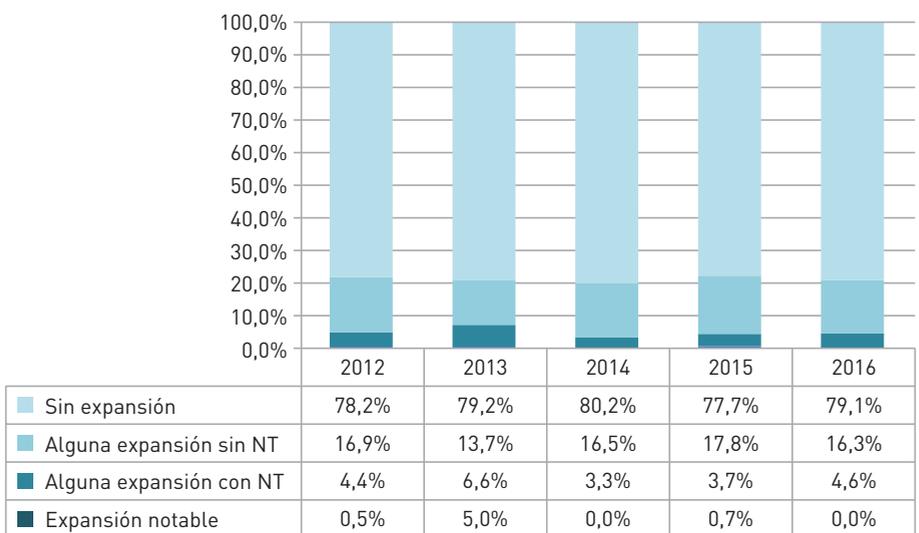
Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal (2012-2016)



Por último, la Figura 3.18 muestra la expansión esperada de las iniciativas consolidadas. En este caso, se observa un comportamiento totalmente diferente al de las iniciativas en fase emprendedora (Figura 3.17), siendo los datos algo menos favorables. Hay un ligero repunte de los negocios sin expansión, con la consiguiente disminución de las iniciativas que suponen algún grado de expansión (de un 22,2% en 2015 a un 20,9% en 2016).

Figura 3.18.

Distribución de las empresas en fase consolidada según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal (2012-2016)





CAPÍTULO 4
PERFIL SOCIOECONÓMICO
DEL EMPRENDEDOR ARAGONÉS

4.1. Introducción

El objetivo de este capítulo es profundizar en cuál es el perfil socioeconómico tipo de las personas que intervienen en el proceso emprendedor dentro de nuestra Comunidad. Este perfil se ha elaborado a partir de la información proporcionada por los entrevistados que estaban involucrados en alguna iniciativa emprendedora (potencial, naciente, nueva, consolidada o abandonada) y en el mismo se tienen en cuenta variables como la edad, el género, el nivel de estudios, la posesión de formación específica para emprender, el nivel de renta anual y la situación laboral.

El capítulo finaliza con un epígrafe que sintetiza el perfil socioeconómico del emprendedor aragonés, lo que 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 aquellos casos en los que se observen divergencias relevantes en relación con los otros tipos de emprendedores (consolidados, potenciales o aquellos que abandonan la actividad) se prestará atención a dichos grupos.

4.2. Distribución por edad

La edad media del emprendedor aragonés es de 43 años, ligeramente superior a la del año 2015 (40,5 años). Sucede lo mismo en el caso de los emprendedores nacientes, nuevos y potenciales. A medida que se van abordando las etapas más avanzadas del proceso emprendedor aumenta, como es lógico, la edad de los emprendedores, alcanzándose en

Tabla 4.1.

Edad media del emprendedor en Aragón

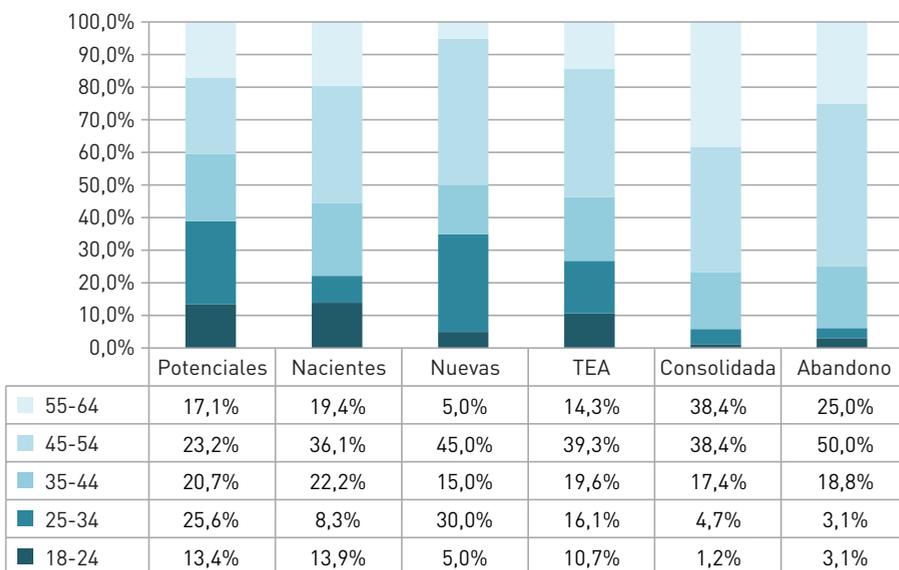
	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor consolidado	Emprendedor que abandona
Edad, 2016	40,5	43,6	42,5	43,2	50,5	48,3
Edad, 2015	40,2	40,8	40,7	40,5	47,5	46,1

2016 los 50 años en las empresas consolidadas (47,5 en 2015). También es más alta la edad media de los emprendedores que abandonan su actividad.

En la Figura 4.1 se muestra la distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor. Se confirman las afirmaciones previas, ya que el grupo de edad comprendido entre los 45 y 54 años es el que tiene un mayor peso en las nuevas iniciativas emprendedoras. También en las nacientes y en las que son objeto de cierre. En el caso de las potenciales, la edad media más frecuente baja hasta los 30 años.

Figura 4.1.

Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Aragón en 2016



La Tabla 4.2 muestra la evolución del TEA por grupos de edad, observándose que es el grupo comprendido entre los 45 y 54 años el que tiene un mayor peso en las nuevas iniciativas, lo que supone un cambio con respecto al año 2015, en el que el grupo más activo era el de edades comprendidas entre los 25 y 34 años.

Tabla 4.2.

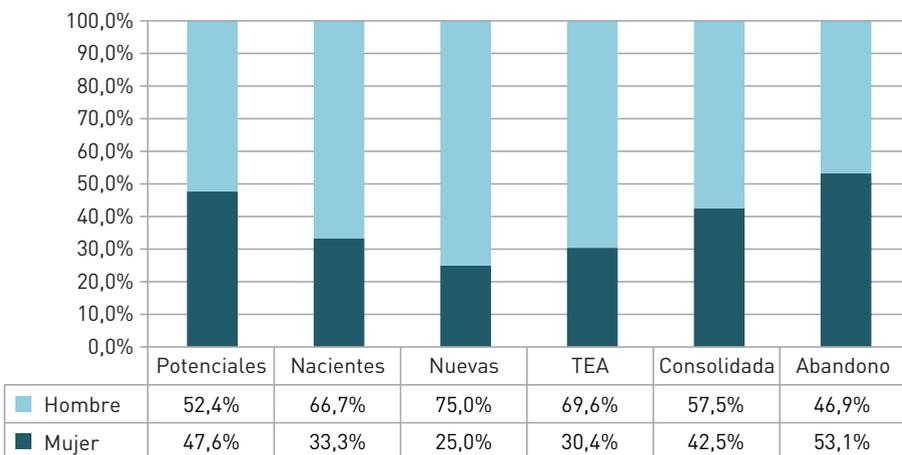
Evolución del TEA por grupos de edad (2012-2016)					
	2012	2013	2014	2015	2016
18-24	1,7%	2,3%	4,2%	0,5%	3,9%
25-34	6,7%	4,3%	4,9%	6,6%	2,7%
35-44	7,4%	7,4%	3,7%	5,1%	2,4%
45-54	3,1%	3,1%	7,4%	4,5%	5,3%
55-64	1,4%	2,3%	2,5%	1,5%	2,4%
TEA Total	4,6%	4,2%	4,7%	4,2%	3,3%

4.3. Género

En la Figura 4.2 se detalla la distribución por género del emprendedor en la Comunidad Autónoma de Aragón. Se observa que, al igual que ha venido ocurriendo los años anteriores, el porcentaje de las iniciativas emprendedoras promovidas por hombres supera al de las promovidas por mujeres. Otro dato, a tener en cuenta es que en 2016, al igual que ocurría en 2015, las mujeres han abandonado un mayor porcentaje de iniciativas que los hombres.

Figura 4.2.

Distribución por género de los colectivos emprendedores en Aragón en 2016

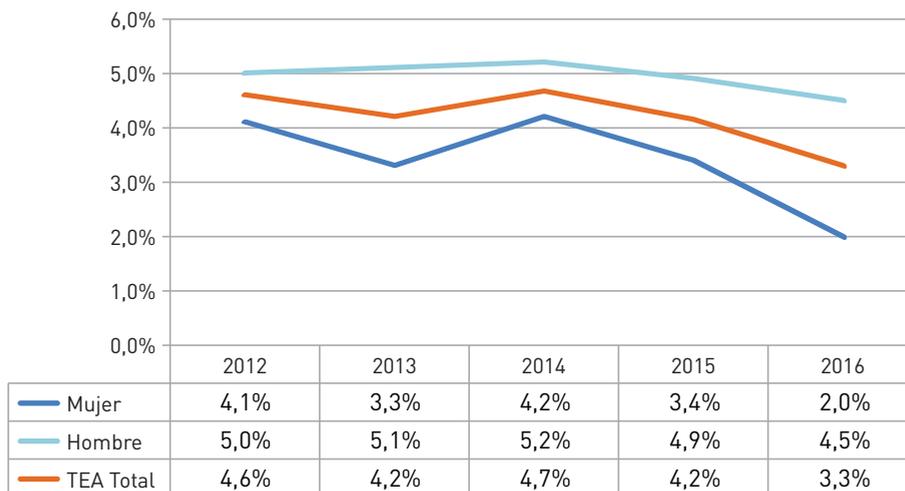


La Figura 4.3 recoge qué proporción del total de hombres y mujeres encuestados han emprendido durante el periodo 2012-2016 en Aragón. Se

observa que en 2016 emprenden el 2% de las mujeres encuestadas, frente al 4,5% de los hombres. La situación vuelve a ser preocupante: aumenta la brecha entre el emprendimiento masculino y femenino. Si comparamos estas cifras con las nacionales, vemos que la mujer aragonesa emprende menos que la del resto del país.

Figura 4.3.

Evolución del TEA masculino y femenino en Aragón (2012-2016)



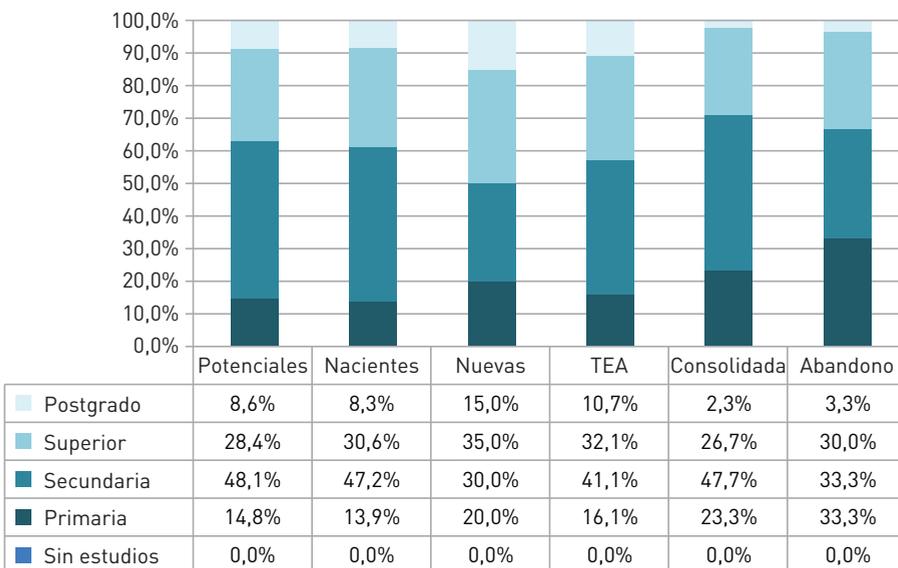
4.4. Nivel de estudios

El nivel de estudios puede constituir una característica socioeconómica relevante a la hora de conocer el perfil del emprendedor aragonés. Efectivamente, la Figura 4.4 muestra que el nivel de estudios más habitual en el emprendedor de una iniciativa naciente es el de una educación secundaria, mientras que para las iniciativas nuevas la posesión de un título de grado universitario es el que supone un mayor porcentaje. Destacar, en todo caso, que el nivel formativo del emprendedor aragonés es superior al del promedio del país: mientras que casi el 43% de los emprendedores aragoneses tienen educación superior (título de grado o posgrado), este porcentaje es, según datos del INE, inferior en el caso español.

La Tabla 4.3 completa la información proporcionada por la Figura 4.4 al mostrar la evolución temporal en la tasa de creación de nuevas empresas en función del nivel de estudios a lo largo del periodo 2012-2016. Dos hechos merecen destacarse especialmente a partir de la información contenida en dicha tabla. Por una parte, como era previsible, hay una relación directa y positiva entre formación y actitud emprendedora:

Figura 4.4.

Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2016



cuanto mayor es la primera, más empresas se crean. El segundo es que esta relación es más o menos lineal para todos los niveles con la excepción del posgrado, donde el aumento es claramente exponencial: sólo un poco más del 3% de los aragoneses con un título medio o superior (grado o licenciatura) son emprendedores, mientras que entre los que tienen un posgrado este porcentaje se eleva hasta el 12,1%.

Tabla 4.3.

Evolución del TEA según nivel de estudios en Aragón (2012-2016)

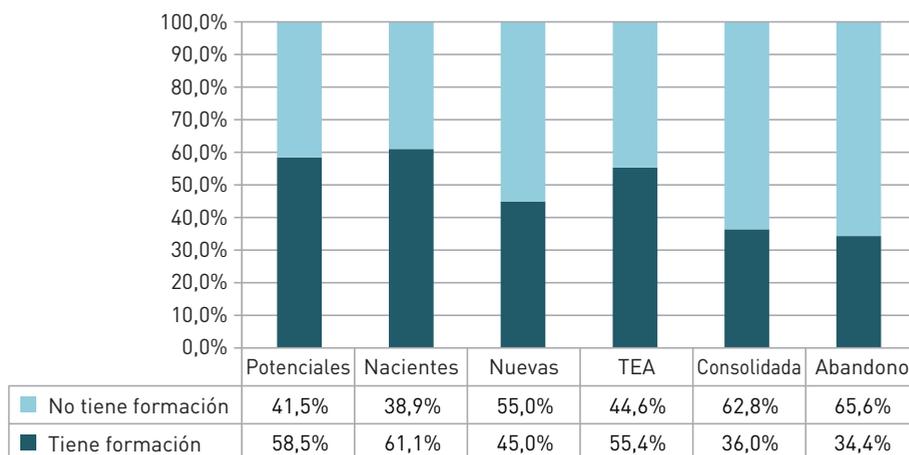
	2012	2013	2014	2015	2016
Postgrado	4,3%	6,7%	15,9%	11,7%	12,1%
Superior	5,2%	5,6%	4,8%	4,7%	3,4%
Secundaria	5,4%	3,7%	4,3%	4,8%	3,2%
Primaria	3,0%	3,1%	4,1%	1,8%	2,4%
Sin estudios	0,0%	15,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TEA Total	4,6%	4,2%	4,7%	4,2%	3,3%

4.5. Posesión de formación específica para emprender

En la Figura 4.5 se detalla si los emprendedores manifiestan poseer formación específica para emprender. Se observa que el porcentaje de emprendedores incipientes que sí la posee es superior al que afirma no haberla recibido (55% frente al 45%), lo que supone un importante cambio en relación con el año pasado, en donde predominaban los emprendedores sin ninguna formación en la materia (31% frente al 67%). En el caso de los emprendedores nuevos, consolidados y que abandonan la actividad, el porcentaje de los que no tiene formación es superior, llegando al 65% cuando se consideran los negocios abandonados (las cifras son similares a las de 2015). Por último, en el caso de emprendedores potenciales, la situación mejora considerablemente: un 58% declara este año tener formación específica para emprender, cuando en 2015 este porcentaje era sólo del 34%.

Figura 4.5.

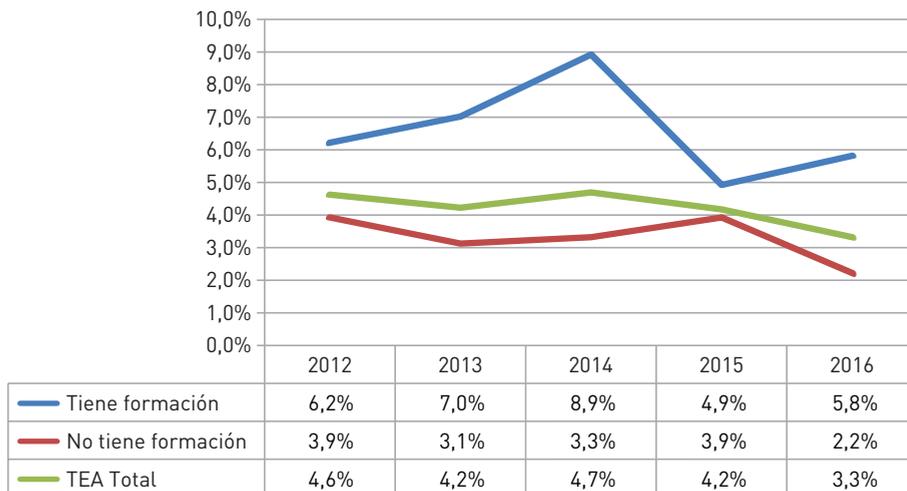
Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2016



Finalmente, la Figura 4.6 muestra la evolución del TEA según la formación específica para emprender. Como puede observarse, el colectivo de emprendedores con formación es el más activo a lo largo de toda la serie.

Figura 4.6.

Evolución del TEA de emprendedores según formación específica para emprender (2012-2016)



4.6. Nivel de renta anual

La Figura 4.7 presenta la distribución de los emprendedores en función de su renta. Cabe destacar que los emprendedores nacientes y nuevos tienen con frecuencia un nivel de renta entre 20.000 y 30.000 euros, lo que supone un incremento con respecto a la situación observada en 2015. Destacan los emprendedores potenciales, en donde lo más frecuente es ahora ingresar entre 20.000 y 30.000 (aproximadamente un tercio del total de casos) frente a los 10.000-20.000 euros del año anterior. Reseñar por último el aumento de emprendedores nuevos con rentas superiores a 100.000 euros, que en 2016 representan el 6,3% del total.

Figura 4.7.

Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor en 2016

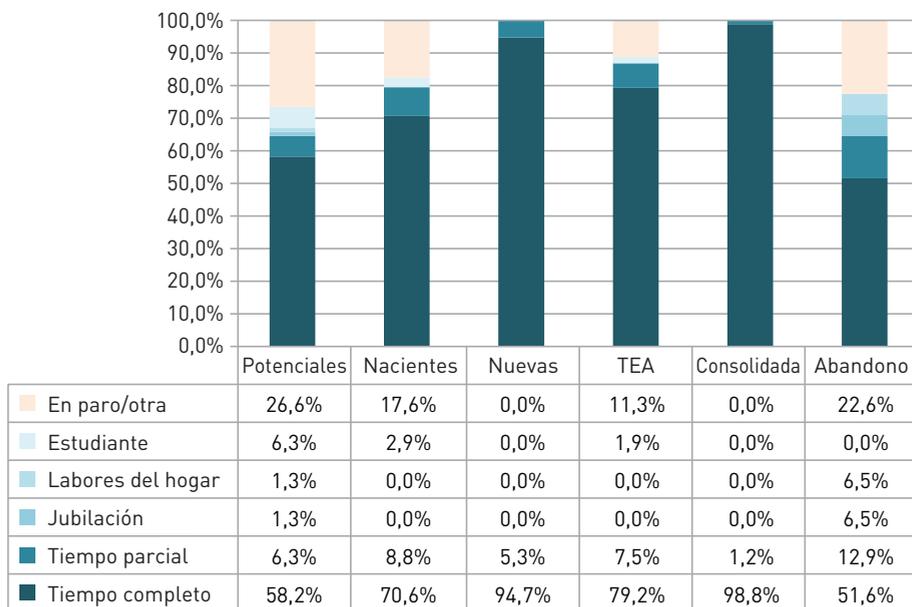


4.7. Situación laboral

La última característica que se analiza en este capítulo es la situación laboral del emprendedor. En la Figura 4.8 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 empresa. También hay que resaltar que entre los que han abandonado, ha aumentado el porcentaje de los que tenían jornada a tiempo completo (de un 44% a un 51,6%) y se mantiene el porcentaje de desempleados.

Figura 4.8.

Situación laboral según la fase del proceso emprendedor en 2016



4.8. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2016

Por último, la Tabla 4.4 presenta una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2016 y que se deriva directamente de la información proporcionada a lo largo de los epígrafes de este capítulo. Como ya se ha comentado, los rasgos predominantes son los de un Individuo varón, en torno a 43 años, con nivel de estudios secundarios, con formación específica para emprender, con ingresos entre 20.000 y 30.000 euros y que se dedica a tiempo completo a la actividad.

Tabla 4.4.

Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2016						
	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor incipiente (TEA)	Emprendedor consolidado	Emprendedor que ha abandonado
Sexo	H: 52,4% M: 47,6%	H: 66,7% M: 33,3%	H: 75% M: 25%	H: 69,6% M: 30,4%	H: 57,5% M: 42,5%	H: 46,9% M: 53,1%
Edad	40,5 años	43,6 años	42,5 años	43,2 años	50,5 años	48,3 años
Nivel de estudios predominante	Secundaria	Secundaria	Superior	Secundaria	Secundaria	Primaria-Secundaria
Formación específica para emprender	58,5%	61,1%	45,0%	55,4%	36,0%	34,4%
Nivel de renta predominante (€)	20.001-30.000	20.001-30.000	20.001-30.000	20.001-30.000	10.000-30.000	10.000-20.000
Situación laboral predominante	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa



CAPÍTULO 5

**LA FINANCIACIÓN DEL PROCESO
EMPRENDEDOR EN ARAGÓN**

5.1. Introducción

Para conocer en profundidad la magnitud y características de la actividad emprendedora, es importante saber cuál es el origen de la financiación del proceso emprendedor, sobre todo en estos últimos años de crisis financiera en la economía española. De hecho, una de las principales preocupaciones de los emprendedores aragoneses (y españoles) a lo largo de los últimos años ha sido el acceso a la financiación. La dificultad para conseguir recursos procedentes de fuentes externas ha complicado la disponibilidad de capital por parte de los emprendedores, lo que puede condicionar la puesta en marcha del negocio.

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 indica que hay un aumento muy significativo del capital semilla medio para poner en marcha nuevas actividades, debido fundamentalmente a la existencia de algunos proyectos de gran envergadura con valores que este año alcanzan incluso los 10 millones de euros. 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 un aumento de la inversión informal como fuente de apoyo al emprendimiento y que la familia continúa siendo el principal respaldo recibido por parte de las iniciativas emprendedoras.

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

Las iniciativas emprendedoras puestas en marcha durante 2016 (ver Tabla 5.1) necesitaron una media de capital semilla de 504.567 euros, frente a los 28.878 euros de 2015. Esta cifra supone un incremento espectacular, si bien es cierto que el cambio es debido a la presencia de varios casos atípicos en la muestra, uno de los cuales conlleva una inversión de 10 millones de euros. En todo caso, son varias las propuestas en las que la inversión supera los 100.000 euros, situación completamente excepcional en los años precedentes, lo que puede ser un indicador de que la situación económico-financiera en nuestra comunidad permite afrontar proyectos más ambiciosos.

Con el fin de evitar la distorsión que pueden conllevar los valores extremos, la mediana de la distribución es seguramente un indicador más apropiado para evaluar el tamaño habitual de las iniciativas desarrolladas en la Comunidad. En este sentido, la mediana también experimenta un incremento importante en relación con los años precedentes, al situarse en 40.863 euros. Esta cifra contrasta con los 12.092 euros de 2014 y los 17.495 euros de 2015. Por otro lado, la moda o inversión más frecuente, ascendió en 2016 a 60.000 euros muy superior a los 15.000 euros de 2015 (y los 6.000 euros en 2014).

Tabla 5.1.

Características y distribución del capital semilla en 20156		
	Capital semilla necesario por start-up (euros)	
	2016	2015
Media	504.567	28.878
Mediana	40.863	17.495
Moda	60.000	15.000
Desv. típica	1.996.767	29.820
Mínimo	1000	900
Máximo	10.000.000	120.000

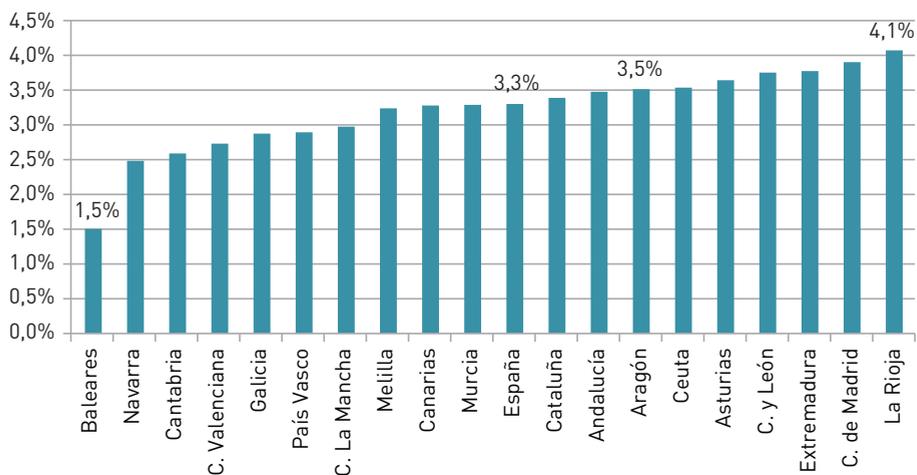
5.3. El papel del inversor informal en Aragón y en el entorno GEM

En los últimos años, el papel del inversor informal (conocido en la literatura anglosajona como *business angel*) ha adquirido cada vez más relevancia en el ámbito del emprendimiento. Estos inversores apoyan financieramente los proyectos y además colaboran en la gestión de los mismos.

La Figura 5.1 recoge la importancia que tiene el inversor informal en la financiación de los proyectos emprendedores en cada Comunidad Autónoma. En ella se observa como las cifras que valoran su importancia oscilan entre el 1,5% de Baleares y el 4,1% de La Rioja. En el caso de Aragón, un 3,5% de la población adulta (1,9% en 2015) ha actuado en 2016 como inversor privado en negocios de otros en los que no tienen participación alguna en su propiedad, lo que supone un incremento importante. Esta cifra permite a nuestra Comunidad situarse por encima de la media nacional, cuyo valor se ha mantenido en relación con el observado en 2015 (3,3%).

Figura 5.1

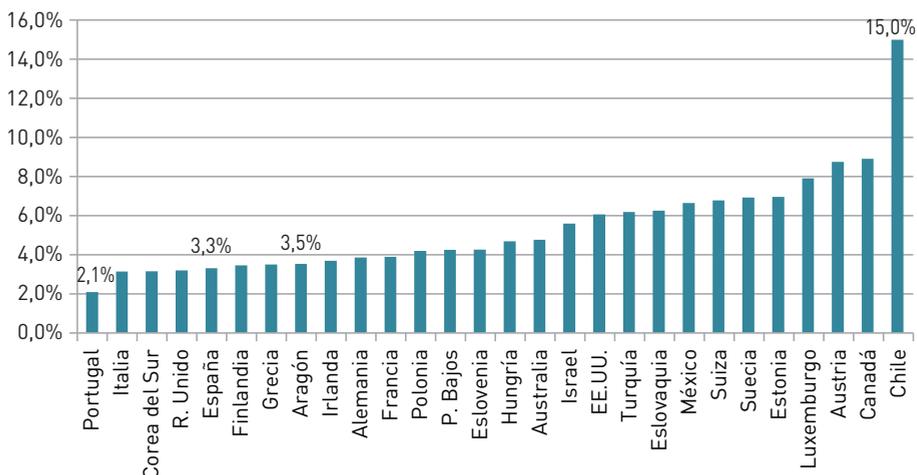
Importancia del *inversor informal*: regiones españolas



A pesar de esta mejora, el peso de los inversores informales en España es todavía muy reducido. Al analizar el fenómeno en el contexto de los países OCDE (Figura 5.2) la importancia de los inversores informales en Aragón se sitúa todavía en niveles relativamente bajos, si bien es cierto que en este ejercicio supera la de algunos países con mayor tradición como Finlandia o Reino Unido. Entre las naciones donde este tipo de fuente de financiación es más importante, destaca claramente Chile,

Figura 5.2

Importancia del *inversor informal*: países OCDE



seguido de Canadá, Austria y Luxemburgo. Por el contrario, en Portugal o Italia resulta todavía muy poco habitual financiar los nuevos proyectos con recursos procedentes de los inversores informales.

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

En este último apartado se muestran las características más destacables de los inversores privados en negocios ajenos. El inversor informal en Aragón es predominantemente una mujer (60,6%) con una edad media de 47 años de edad, con estudios superiores en el 45,7% de los casos y con formación específica en emprendimiento (50,9%). Entre sus planes a corto plazo no está incluido el de emprender y, además, 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 (76,8%). Un 10% es empresaria consolidada o participa en una empresa consolidada. El 30% vive en el medio rural y el 70% restante en entornos urbanos.

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

39,4% son hombres
60,6% son mujeres

11,8% tiene estudios de nivel bajo
42,4% tiene estudios de nivel medio
45,7% tiene estudios superiores

Edad media de 47,1 años
con una desviación típica de 11,7

Hogar en el que residen de media
3,15 personas

Situación laboral activa 74,6%
Otras situaciones 25,4%

El 50,9% tiene formación específica
para emprender

El 18,6% es emprendedor potencial

El 69% conoce a alguien
que ha puesto en marcha un negocio
en los últimos dos años

Un 10,3% es propietario o participa
en una empresa consolidada

El 41% obtiene rentas
en el tercio superior

Tiene habilidades y experiencia
para emprender el 75,9%

Ve buenas oportunidades el 27,8%

Vive en el entorno rural el 30,5%

El 76,8% no teme al fracaso

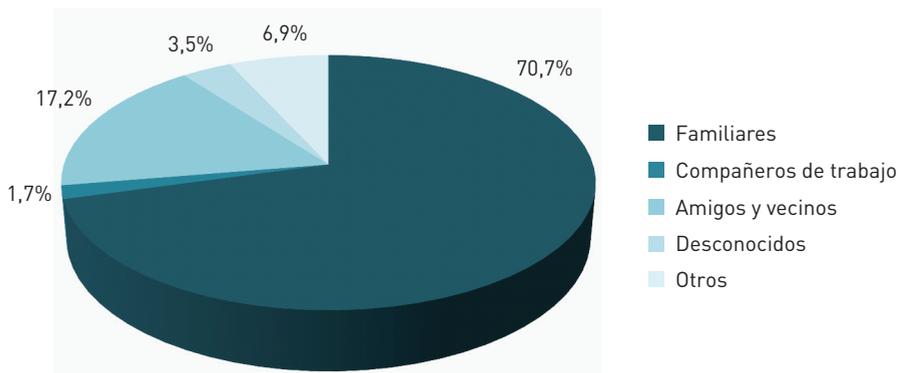
Por último, al comparar el perfil del inversor privado aragonés entre 2015 y 2016, se observan algunos aspectos que merecen destacarse:

- Sigue aumentando la participación femenina en este colectivo, superando por primera vez a la masculina.
- La edad media baja ligeramente, ya que pasa de 48 en 2015 a 47,1 años en 2016.
- Se reduce la proporción de personas con estudios de nivel más bajo y aumentan los estudios universitarios.
- Mejora la presencia de inversores con formación específica para emprender (del 43% en 2015 al 50,9% en 2016).
- Aumenta la proporción de inversores con habilidades y conocimientos para emprender, que ahora representan el 75% del total.
- Disminuye la proporción de inversores que perciben buenas oportunidades para emprender en los próximos meses en su zona (35% en 2015, 27,8% en 2016).
- Aumenta el porcentaje de inversores que no temen al fracaso.

Finalmente, la Figura 5.3 proporciona información sobre la relación del inversor privado con el beneficiario de su inversión. Predomina la relación de tipo familiar (63% de los casos en 2015, 70,7% en 2016). El siguiente grupo en importancia es el formado por amigos y vecinos, aunque con un ligero descenso con respecto al año 2015, donde llegaba a representar el 22%. En el polo opuesto, la proporción que suponen los *business angels* (y, por tanto, los inversores que no tienen una relación directa con el emprendedor) sigue siendo todavía muy baja.

Figura 5.3.

Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión



En cuanto a los importes aportados, la inversión media que realizan las personas involucradas en la financiación de negocios ajenos es de unos 64.714 euros, pero este dato, al igual que ocurría anteriormente con la dimensión de los proyectos, también está afectado por casos atípicos, por lo que resulta más representativa la mediana de 10.000 euros. La moda o inversión más frecuente es haber participado con 3.000 euros. En definitiva, el inversor informal ha aumentado su presencia en la actividad emprendedora dentro de la Comunidad, aunque la cuantía de las inversiones realizadas continúa siendo, por lo general, reducida.



CAPÍTULO 6

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

6.1. Introducción

Diferentes estudios han analizado la actividad emprendedora como una iniciativa que se ve afectada por múltiples factores. En términos generales, podríamos decir que un proceso emprendedor es una actividad que puede venir provocada por la necesidad, por un sentimiento vocacional, por ambición personal, etc., enmarcando todas estas motivaciones en el contexto de un conjunto de normas sociales, culturales, económicas, características psicológicas y personales, así como en un intenso deseo de innovar. Todo ello hace que estos factores sean fuente de ese estímulo individual. En definitiva, parece importante considerar cuáles son las motivaciones de los emprendedores para plasmar en la realidad sus proyectos de futuro, motivaciones que con frecuencia prevalecen sobre los riesgos percibidos y que permiten ampliar la red de empresas que operan en regiones como la nuestra. Dicha motivación, como se ha puesto de manifiesto, es compleja ya que depende de múltiples elementos, entre los cuales pueden destacarse los siguientes:

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

La metodología GEM permite valorar algunos de estos elementos, tanto individuales como de entorno, por lo que este capítulo presenta la evolución sobre las percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población aragonesa de 18 a 64 años. Este análisis se realiza tanto para la población total entrevistada como para el porcentaje de esa po-

blación involucrada en el proceso emprendedor (aquellas personas que han iniciado un negocio y las que son propietarias de negocios establecidos) y la población no involucrada en el mismo (aquellas personas que no son propietarias de negocios existentes).

A la luz de los datos, podremos ver que la percepción sobre las oportunidades para crear empresas en Aragón es ligeramente inferior 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. Por otra parte, son razonablemente positivos los resultados que hacen referencia a la opinión de la población respecto a la apreciación social de la actividad de creación de empresas.

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

En todo proceso emprendedor el punto de partida suele ser la identificación de un negocio que dé respuesta a una demanda no atendida, o que incluso genere la necesidad sobre un producto o servicio. El proyecto GEM permite conocer la percepción de la población aragonesa en relación con varios indicadores (Tabla 6.1). Así, el informe refleja el porcentaje de la población aragonesa laboralmente activa (18 a 64 años) que ha percibido oportunidades para emprender susceptibles de llevarse a cabo en el plazo de seis meses en su entorno de residencia. Segundo, muestra la percepción sobre la posesión de capital humano requerido para emprender, entendiendo por este las competencias de un individuo que permiten hacer frente a las barreras individuales y del mercado que se puedan presentar en cada etapa del proceso emprendedor (identificación, creación, crecimiento, consolidación, abandono). Al hablar de capital humano nos referimos a los conocimientos (financieros, económicos, mercado...), a las habilidades (gestión, negociación...) y a las experiencias previas (laboral, emprendedora, inversora...). Tercero, se observa cuál es la percepción de la población aragonesa en cuanto al miedo al fracaso como un obstáculo para emprender. Por lo general cuando un individuo se enfrenta ante dos o varias opciones con diferentes niveles de incertidumbre, costes o beneficios, tiende a elegir aquella que le permite alcanzar sus expectativas, asumiendo que en el camino experimentará ciertas dificultades o riesgos. Y finalmente, la metodología GEM permite conocer el porcentaje de la población encuestada que ha percibido la existencia de modelos de referencia en su entorno más cercano. Es decir, permite percibir que si otros individuos han podido emprender en su entorno también podría ser factible para dicha persona.

En relación a estos indicadores podemos inferir cómo el 34,4% de la población activa involucrada en el proceso emprendedor percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses, frente

Tabla 6.1.

Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender

	Involucrada en el proceso emprendedor	No involucrada en el proceso emprendedor	Total (involucrada+ no involucrada)
Percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses	34,4%	22,7%	23,8%
Percibe que posee los conocimientos y habilidades para emprender	81,4%	42,4%	45,8%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	28,4%	47,7%	46,1%
Percibe que conoce a otras personas que han emprendido	62,1%	34,2%	36,5%

al 22,7% de la población en el grupo que no ha puesto en marcha ningún negocio, ni son propietarias de negocios establecidos. En cuanto a la percepción de que se posee el capital humano en términos de conocimientos y habilidades para emprender, un 81,4% de la población que está desarrollando algún negocio percibe que lo tiene, frente al 42,4% de la población que no está involucrada. Cuando nos referimos al miedo al fracaso, el porcentaje de la población no involucrada que tiene una percepción de miedo al fracaso como un obstáculo para emprender es casi el doble (47,7%) que entre los que se ha enfrentado a la iniciativa de lanzar un negocio (28,4%). Finalmente, entre las personas que están desarrollando un negocio hay más conocimiento de otros modelos de referencia (62,1%) que en los que no han puesto en marcha un negocio (34,4%).

Tabla 6.2.

Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender

	2012	2013	2014	2015	2016
Percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses	15,6%	14,4%	22,5%	24,4%	23,8%
Tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha una iniciativa de negocio pequeña	50,4%	47,1%	47,2%	42,5%	45,8%
El miedo al fracaso NO sería un obstáculo para emprender	51,3%	49,8%	46,6%	42,4%	46,1%
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	29,0%	28,2%	36,7%	32,1%	36,5%

En cuanto a la evolución de estos indicadores en los últimos cinco años (Tabla 6.2), se observa cómo en los dos últimos años se estabiliza la tendencia creciente en el porcentaje de los aragoneses de 18 a 64 años que perciben oportunidades para emprender (22,5% en 2014, 24,4% en 2015, 23,8% en 2016). En cuanto a la evolución en la percepción sobre el capital humano requerido para emprender, en 2016 se observa un ligero repunte (45,8%) desde la cifra del año anterior 2015 (42,5%), que había sido la más baja de los últimos cinco años. Se evidencia así la necesidad de continuar con la puesta en marcha de programas de sensibilización y formación, tanto en los diferentes niveles educativos como en las etapas posteriores de la vida profesional. En tercer lugar, cuando analizamos la percepción que la población activa encuestada tiene en relación al miedo al fracaso, entendido como que éste no constituye un obstáculo para emprender, en 2016 se rompe la tendencia decreciente de los últimos cuatro años, de manera que un 46,1% de la población asume los riesgos y dificultades que supone el proceso emprendedor de una forma consciente. Por último, respecto al reconocimiento de la existencia de emprendedores en su zona de residencia, un 36,5% de la población aragonesa de 18-64 años ha mencionado que conoce personas que han emprendido en los últimos 12 meses en la misma, indicador que supone un incremento de alrededor de 4 puntos porcentuales respecto al año 2015.

6.3. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con los valores y aptitudes para emprender

El propósito de este tercer apartado es ubicar a Aragón en el ámbito nacional e internacional en cuanto a la percepción, valores y aptitudes para emprender. Para ello, analizamos una serie de factores que impulsan la motivación en el proceso de creación de empresas. Dichos factores se centran en las cuatro dimensiones analizadas en la sección previa: (1) la percepción de oportunidades para emprender, (2) la posesión de conocimientos y habilidades para crear una empresa, (3) el miedo al fracaso como obstáculo para emprender y (4) el contacto con modelos de referencia en el entorno.

La Figura 6.1 profundiza en la información comentada al presentar los resultados sobre la percepción de la población por comunidades. A nivel nacional, se puede observar como la percepción de oportunidades para emprender en Aragón (23,8%) es algo inferior a la de España (25,6%), situándose en la posición número 12 de las 19 Comunidades Autónomas representadas. Islas Baleares se sitúa en el primer puesto, con un 36%. La última comunidad en esta clasificación es Asturias con una percepción de buenas oportunidades de un 18,4%.

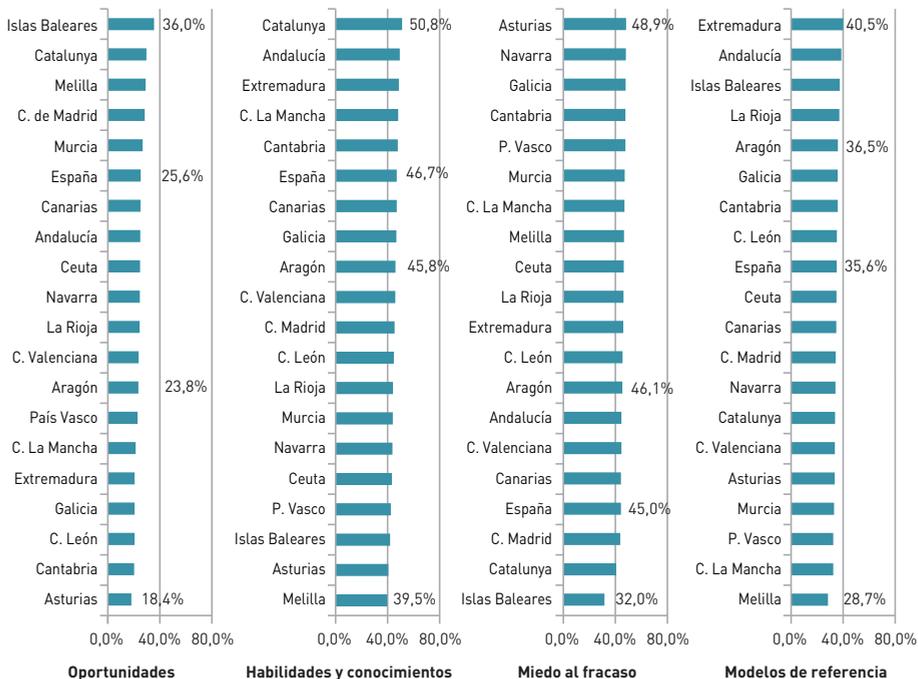
En cuanto a las habilidades y conocimientos que se poseen para emprender, la posición de Aragón (45,8%) es, de nuevo, algo inferior a la media del país (46,7%), situándose en el puesto número 8 de las 19 comunidades autónomas. Cataluña se posiciona a la cabeza con una percepción de 50,8%. Melilla estaría en el último puesto con una percepción del 39,5%.

Si consideramos el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender, Aragón, con una percepción del 46,1%, estaría ligeramente por encima de la media de España (45%). Asturias sería la comunidad que más miedo al fracaso percibe (48,9%), dato que se correlaciona con su percepción de bajas oportunidades para emprender. Lo mismo ocurre con Islas Baleares que sería la comunidad que muestra un menor miedo al fracaso (32%).

Por último, al observar la posición de Aragón en relación al indicador de modelos de referencia, nuestra comunidad (36,5%) queda ligeramente por encima de la media de España (35,6%), en la posición número 5. Es Extremadura la comunidad que ocupa la primera posición (40,5%) y Melilla la última (28,7%).

Figura 6.1.

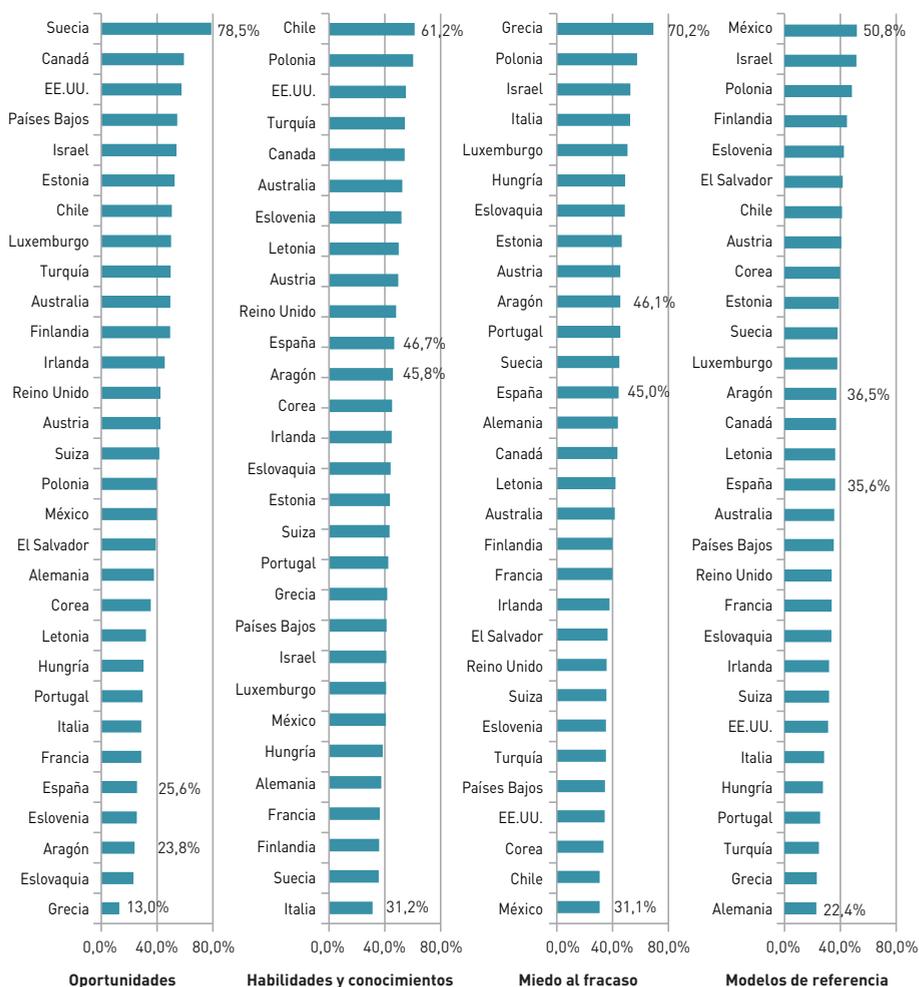
Percepción de valores y actitudes para emprender de la población aragonesa en comparación a la población de otras comunidades autónomas



Este apartado se completa con la información que ofrece la Figura 6.2, que muestra los datos de nuestra Comunidad junto con los de los países miembros de la OCDE. En primer lugar, al realizar la comparación asociada al indicador de la percepción de oportunidades para emprender, observamos como Aragón y España se sitúan en los últimos lugares de la clasificación, junto con Grecia y Eslovaquia. Suecia, con un índice de percepción del 78,5% ocupa el primer lugar, junto con países como Canadá y Estados Unidos. En segundo lugar, Chile se sitúa a la cabeza de la clasificación en el indicador de habilidades y conocimientos, con una percepción del 61,2%, seguido de Polonia y Estados Unidos. España y Aragón se sitúan en la primera mitad de la tabla, siendo Italia, con una

Figura 6.2.

Percepción de valores y actitudes para emprender de la población aragonesa en comparación a la población de otros países de la OCDE



percepción del 31,2%, la que se ubica en el último lugar, delante de Finlandia y Suecia. En tercer lugar, el indicador de miedo al fracaso sitúa a Grecia en primer lugar, con una percepción del 70,2%. Aragón y España se sitúan en la primera mitad de la tabla. México, es donde la población entre 18 y 64 años percibe menos miedo al fracaso, en este caso junto a países como Chile y Corea. Finalmente, en cuanto a los modelos de referencia, es en México donde encontramos una percepción más alta de que los tiene en su entorno cercano (50,8%), el porcentaje más alto junto con Israel y Polonia. Aragón se sitúa en una posición ligeramente por encima de la media de la tabla. En el otro extremo, es en Alemania donde se percibe que hay menos modelos de referencia cercanos (22,4%), algo similar a lo que ocurre en países como Grecia y Turquía.

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

Las intenciones de emprender de los aragoneses suelen estar configuradas a partir de una serie de aspectos sociales que influyen, directa o indirectamente, en su deseo o capacidad de llevar a cabo una iniciativa emprendedora. Este apartado presenta una breve descripción de la opinión de la población aragonesa encuestada sobre los aspectos socio-culturales que podrían influir en su comportamiento emprendedor. En concreto, se analiza su opinión sobre la equidad en las condiciones de vida, si ser emprendedor puede ser considerado como una buena opción profesional, si se percibe que el estatus socio-económico del emprendedor es alto, así como el papel de los medios de comunicación en la difusión de iniciativas emprendedoras.

La Tabla 6.3 muestra la percepción de la población aragonesa de 18 a 64 años sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento. Esta información se completa con la Tabla 6.4, que muestra la evolución de esta percepción en el tiempo (cinco últimos años). Un 71,5% de la población entrevistada mostraba su preferencia hacia unos niveles de vida similares, no observándose grandes diferencias entre la población involucrada en el proceso emprendedor (68,5%) y la que no lo está (71,5%). En cuanto a la evolución de estos porcentajes, se observa cómo en el año 2016 ha habido una disminución en 4 puntos porcentuales respecto a 2015.

El 53,6% de los entrevistados opinaban que poner en marcha un nuevo negocio es una buena elección profesional. La población involucrada en el proceso emprendedor es menos positiva (un 50,8%, frente a la no involucrada, que muestra una tasa del 53,9%). En este caso, se observa un ligero repunte en el año 2016 hasta alcanzar el 53,6%, después de 3 años consecutivos en el que el porcentaje estaba alrededor del 52%.

Tabla 6.3.

Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento			
	% de la población de 18 a 64 años		
	Involucrada en el proceso emprendedor	No involucrada en el proceso emprendedor	Total (involucrada+ no involucrada)
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	68,5%	71,7%	71,5%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	50,8%	53,9%	53,6%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	45,0%	49,9%	49,5%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	50,8%	50,0%	50,1%

Tabla 6.4.

Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento					
	2012	2013	2014	2015	2016
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	75,7%	71,9%	72,4%	75,4%	71,5%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	57,5%	51,7%	51,7%	52,3%	53,6%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	64,1%	50,4%	48,9%	45,9%	49,5%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	47,9%	44,4%	51,1%	46,9%	50,1%

El proyecto GEM recoge también la opinión de la población sobre si el éxito de un nuevo negocio está asociado a un alto nivel de estatus social y económico para el emprendedor. En la edición del año 2016, el 49,5% de la población aragonesa opinaba que el éxito empresarial brinda un estatus social y económico en la sociedad aragonesa. De nuevo, llama la atención que es la población involucrada en el proceso emprendedor quien lo percibe de forma más negativa, con un 45%, frente al 49,9% de los no involucrados. La evolución de este porcentaje muestra una evolución general a la baja excepto en el año 2016, donde se observa un pe-

queño repunte después de la caída de los años anteriores. Una explicación podría estar vinculada a los costes necesarios para emprender o que emprender sea visto como una profesión con mayor riesgo.

Finalmente, el 50,1% de la población opina que los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios. El porcentaje apenas difiere entre quienes están involucrados en el proceso emprendedor y quienes no lo están. En cuanto a la evolución de esta dimensión, no se observa una tendencia clara, aunque las cifras oscilan aproximadamente entre el 45% y el 50% en los años sobre los que se ofrece información.

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

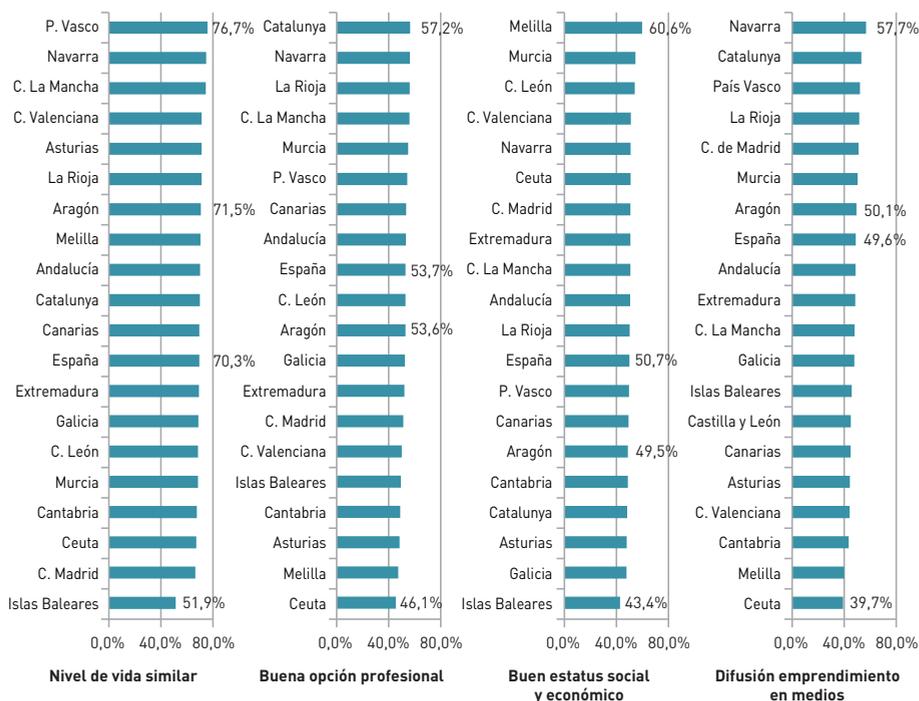
La Figura 6.3 profundiza en la información comentada al presentar los resultados sobre la percepción de la población aragonesa acerca de la cultura y su influencia en el emprendimiento, comparándola con la población de otras comunidades autónomas.

En lo relativo a la equidad de los estándares de vida, Aragón se sitúa en el sexto lugar entre las comunidades analizadas: el 71,5% de la población aragonesa entrevistada ha expresado su preferencia sobre este aspecto social, por encima de la media del país (70,3%). La población del País Vasco, con un 76,7%, se sitúa en primer lugar. Islas Baleares ocupa la última posición de las 19 comunidades analizadas, ya que sólo el 51,9% de la población entrevistada ha expresado su preferencia hacia un nivel de vida similar. En cuanto a la opinión de la población sobre si emprender es una buena opción profesional, Aragón se sitúa en la mitad de la clasificación (53,6%), casi al mismo nivel que la media de España (53,7%). La población de Cataluña es la que mejor valoración ofrece entre todas las comunidades autónomas (57,2%) y la población de la ciudad autónoma de Ceuta la que peor percepción tiene (46,1%). El 49,5% de la población aragonesa estaba de acuerdo con la percepción de que emprender puede estar asociado a un alto nivel de estatus social y económico para el emprendedor. En este caso Aragón se sitúa en la segunda mitad de la clasificación, por debajo de la percepción de la población española (50,7%). La ciudad autónoma de Melilla se sitúa en primer lugar, con un 60,6% de la población que se muestra de acuerdo con esta afirmación. En contraste, Islas Baleares (43,3%) se sitúa en el último lugar. En este contexto, el papel de los medios de comunicación juega un papel muy relevante en la configuración de las percepciones y opiniones de la población. El 50,1% de la población aragonesa entre 18 y 64 años reconoce el papel de los medios de comunicación en la difu-

si3n del emprendimiento. Esta percepci3n se sitúa en los primeros puestos en relaci3n con otras comunidades aut3nomas y ligeramente por encima de la percepci3n a nivel nacional (49,6%). En el primer puesto se sitúa Navarra, donde un 57,7% de la poblaci3n tiene esta percepci3n, mientras que el valor m1s bajo corresponde a Ceuta (39,7%).

Figura 6.3.

Percepci3n sobre las variables clave relacionadas con la cultura y su influencia en el emprendimiento de la poblaci3n aragonesa en comparaci3n a la poblaci3n de otras comunidades aut3nomas



A nivel internacional, la Figura 6.4 muestra la comparaci3n de Aragón con otros países de la OCDE. La poblaci3n aragonesa se sitúa en los primeros puestos de la clasificaci3n, en concreto en la posici3n número 5 de los 24 países analizados. Australia se sitúa en primer lugar, con un 79,6% de su poblaci3n que est1 de acuerdo con esta afirmaci3n, siendo Israel con un 42,3% qui3n ocupa el último puesto. En relaci3n a la consideraci3n de emprender un negocio como una buena opci3n profesional, la comunidad aragonesa se ubica en el puesto 19 (53,6% de la poblaci3n). En cabeza se encuentra Turquía con un 80,8%, mientras el último lugar lo ocupa Suiza con un 38,9%. Los países que consideran que emprender un negocio se relaciona con un buen estatus social y

económico son Israel, con un 85,5% de su población, Irlanda (83,1%), y Finlandia (83%). Aragón se sitúa en penúltimo lugar (49,5%), junto con México (47,2%), España (50,7%) y El Salvador (52,7%). Por último, los países que más perciben que el emprendimiento tiene difusión en los medios son Australia (74,3%), Canadá (72,6%) y Estados Unidos (72,4%). Aragón con un 50,1%, presenta una de las medias más bajas, en una clasificación que cierran México (41%), Hungría (40,7%) y Grecia (38,5%).

Figura 6.4.

Percepción sobre las variables clave relacionadas con la cultura y su influencia en el emprendimiento de la población aragonesa en comparación a la población de otros países de la OCDE



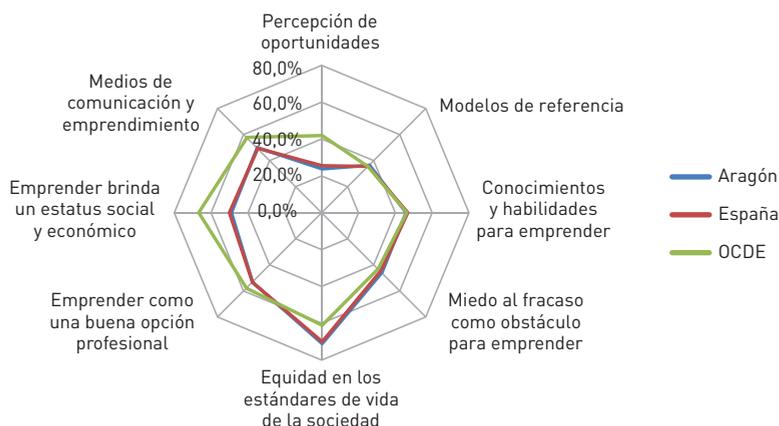
6.6. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender

La Figura 6.5 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 de la OCDE. En relación a la comparación con el resto de España, se observa que, excepto en el apartado percepción de oportunidades, en el que Aragón está algo por debajo de la media, la comunidad presenta indicadores muy similares en el resto de las dimensiones

Respecto a los países de la OCDE, en general la opinión de la población aragonesa sobre estos valores, percepciones y aptitudes está, en general, por debajo de la media, a excepción de la valoración que se hace acerca de la equidad en los estándares de vida.

Figura 6.5.

Percepciones, valores, aptitudes y entorno social de los aragoneses respecto al resto de España y de países OCDE





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. Este capítulo tiene como objetivo profundizar en las principales conclusiones que se obtienen de la información proporcionada por el grupo de expertos.

En el año 2016, el equipo regional de Aragón ha contado con la participación de un total de 38 expertos, cada uno de los cuales, con independencia de su ámbito de especialización, expresa su opinión acerca de todos los factores analizados. Adicionalmente, también se les solicita que identifiquen cuáles son los principales obstáculos y apoyos al proceso emprendedor, así como que realicen posibles sugerencias para favorecer el desarrollo de la actividad emprendedora.

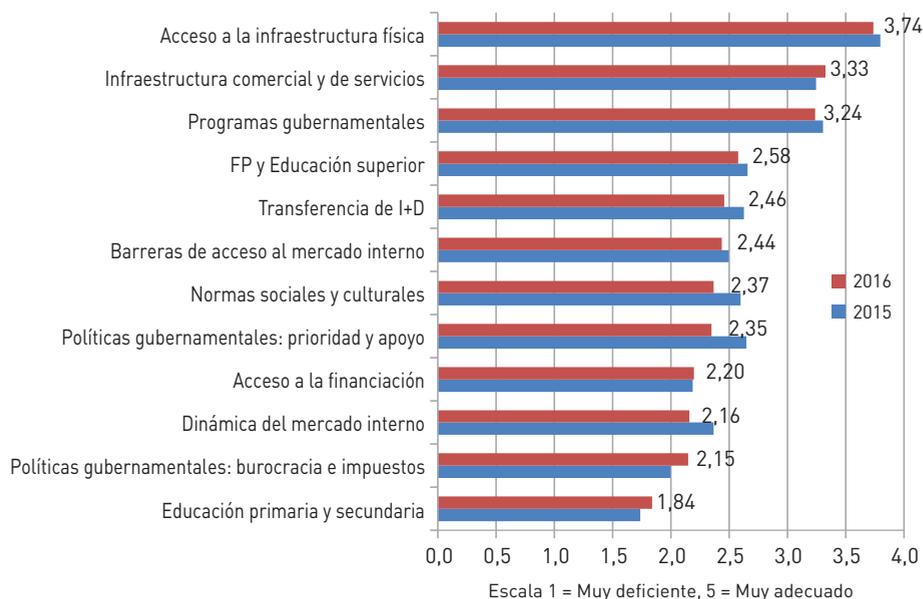
7.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora

En términos generales, las condiciones específicas del entorno sobre las que han opinado los expertos indican que la situación en Aragón sigue sin ser especialmente poco favorable para emprender (impresión similar a la que muestran los expertos nacionales). La Figura 7.1 recoge 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 las infraestructuras físicas, la infraestructura comercial y de servicios y los programas gubernamentales. Como puede apreciarse en la Figura 7.1, la valoración de los expertos en estos tres factores es similar a la valoración otorgada en el ejercicio anterior.

Es destacable que 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

Figura 7.1.

Valoración de los expertos: factores del entorno



dinámica del mercado interno, o la transferencia de I+D entre Universidad y empresa. Además, en la mayoría de estas cuestiones la valoración realizada es similar o ligeramente inferior a la que se obtuvo en 2015.

En los últimos lugares aparecen los factores relacionados con las políticas gubernamentales (específicamente aquellas relacionadas con la burocracia e impuestos), la dinámica del mercado interno y, al igual que viene ocurriendo los últimos años, la educación primaria y secundaria, que sigue siendo el factor menos valorado. Se trata, sin duda, de un aspecto especialmente preocupante en una sociedad que debe fomentar desde las etapas educativas más tempranas el espíritu emprendedor ya que, tal y como se ha mostrado en los capítulos precedentes, en la medida en que aumentan la formación y conocimientos sobre temas relacionados con el emprendimiento, se incrementa la tasa de apertura de nuevos negocios, a la vez que se mejoran sus tasas de supervivencia. En este sentido, dejando al margen otras consideraciones relacionadas con la propia ley, la LOMCE recoge esta inquietud social e incluye entre sus objetivos la promoción del "espíritu emprendedor". El propósito es generar una cultura de emprendimiento desde las primeras etapas educativas, 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 2012, tanto físicas como comerciales o de servicio. En la misma se puede observar como los tres factores mejor valorados, acceso a infraestructuras físicas, infraestructuras comerciales y de servicios y programas gubernamentales se han mantenido relativamente estables en los últimos años.

Entre los factores peor valorados por los expertos destaca en los últimos años la educación primaria y secundaria. Los expertos son sistemáticamente pesimistas en relación con el papel que juega la educación en estas etapas para generar un espíritu de creatividad y emprendimiento en el futuro. 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, aunque en el año 2016 se ha observado una discreta

Tabla 7.1.

Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno

Factores del entorno (ordenados según valores de 2016)	2012	2013	2014	2015	2016	Situación
Acceso a la infraestructura física	3,88	3,92	3,74	3,80	3,74	Estable
Infraestructura comercial y de servicios	3,09	3,24	3,09	3,25	3,33	Aumenta
Programas gubernamentales	3,00	3,03	3,07	3,31	3,24	Estable
FP y Educación superior	2,66	2,73	2,69	2,66	2,58	Disminuye
Transferencia de I+D	2,69	2,78	2,55	2,63	2,46	Disminuye
Barreras de acceso al mercado interno	2,65	2,62	2,58	2,50	2,44	Disminuye
Normas sociales y culturales	2,64	2,41	2,67	2,60	2,37	Disminuye
Políticas gubernamentales: prioridad y su apoyo	3,03	2,59	2,61	2,65	2,35	Disminuye
Acceso a la financiación	2,1	2,25	2,14	2,19	2,2	Estable
Dinámica del mercado interno	2,68	2,94	2,64	2,37	2,16	Disminuye
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,48	2,25	2,37	2,00	2,15	Aumenta
Educación primaria y secundaria	1,81	1,91	1,84	1,74	1,84	Estable

mejoría respecto al año anterior. En relación a la dinámica del mercado interno, se observa como en los últimos años la tendencia es decreciente, factor que hay que tener en cuenta, ya que son las variables y factores que afectan al modelo de negocio del entorno. 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 sería deseable promover importantes mejoras en el futuro en lo que respecta a esta dimensión, ya que la valoración que se hace de la misma no es positiva, y muestra además una tendencia decreciente en los últimos años.

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 las valoraciones proporcionadas por los expertos cuando son preguntados en relación al origen de los obstáculos principales a la actividad emprendedora. Por séptimo año consecutivo, el principal obstáculo es el acceso a la financiación (el 55,6% de los encuestados está de acuerdo con esta opinión). De igual manera, este año las políticas gubernamentales también se sitúan en primer lugar, por delante de factores como la educación y formación, las normas sociales y culturales, la apertura de las barreras de mercado y la capacidad emprendedora, que este año alcanza el puesto número 4, junto con los programas gubernamentales y el acceso a las infraestructuras físicas. Algunos de los elementos que menos parecen dificultar la puesta en marcha de las iniciativas empresariales son la composición percibida de la población, la transferencia de I+D, la situación del mercado laboral o la corrupción.

Tabla 7.2.

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

Obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón por orden de dificultad en 2016	% sobre el total de respuestas	Ranking del año				
		2016	2015	2014	2013	2012
Acceso a la financiación	55,6%	1	1	1	1	1
Políticas gubernamentales	55,6%	1	2	2	2	2
Educación, formación	27,8%	3	4	3	3	2
Normas sociales y culturales	16,7%	4	3	9	6	2
Apertura de mercado, barreras	16,7%	4	6	7	7	8
Capacidad emprendedora	16,7%	4	9	9	5	6
Programas gubernamentales	13,9%	7	8	3	9	7
Acceso a la infraestructura física	13,9%	7	5	7	15	8
Infraestructura comercial y profesional	11,1%	9	9	6	15	8
Contexto político, institucional y social	11,1%	9	15	13	11	8
Clima Económico	8,3%	11	15	11	3	5
Internacionalización	5,6%	12	15	17	15	-
Crisis económica	2,8%	13	6	13	7	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	2,8%	13	11	17	11	-
Costes laborales, acceso y regulación	2,8%	13	11	17	11	-
Acceso a la información	2,8%	13	15	17	11	-
Composición percibida de la población	0,0%	17	11	13	15	8
Transferencia I+D	0,0%	17	14	5	9	8
Estado del mercado laboral	0,0%	17	15	11	15	14
Corrupción	0,0%	17	15	13	15	-
Otros	0,0%	17	15	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 2012. En ella se pone de manifiesto que los expertos entienden que las principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora son el acceso a las infraestructuras físicas, los programas gubernamentales, el estado del mercado laboral, las infraestructuras comerciales y profesionales, y la

Tabla 7.3.

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

Apoyos a la actividad emprendedora en Aragón por orden de dificultad en 2016	% sobre el total de respuestas	Ranking del año				
		2016	2015	2014	2013	2012
Acceso a la infraestructura física	44,1%	1	7	8	10	8
Programas gubernamentales	32,4%	2	2	1	3	8
Estado del mercado laboral	32,4%	2	16	2	1	2
Infraestructura comercial y profesional	29,4%	4	4	18	12	14
Educación y formación	26,5%	5	9	9	8	3
Apertura de mercado, barreras	14,7%	6	9	18	7	1
Clima económico	11,8%	7	13	15	6	5
Normas sociales y culturales	8,8%	8	3	4	3	4
Apoyo financiero	8,8%	8	5	5	8	13
Transferencia I+D	8,8%	8	6	3	3	5
Capacidad emprendedora	8,8%	8	9	15	12	11
Políticas gubernamentales	8,8%	8	13	12	2	10
Acceso a la información	5,9%	13	7	5	14	-
Crisis económica	2,9%	14	1	9	10	-
Internacionalización	2,9%	14	16	9	17	-
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	16	12	7	14	-
Contexto político, institucional y social	0,0%	16	13	12	14	11
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	16	16	14	17	-
Composición percibida de la población	0,0%	16	16	15	17	5
Corrupción	0,0%	16	16	18	17	-
Otros	0,0%	16	16	18	17	-

educación y la formación. 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 las políticas y pro-

gramas gubernamentales y el apoyo financiero, siguiéndoles a continuación la educación y la formación. Los expertos encuestados destacan como prioritario contar con el apoyo de políticas y programas 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 la necesidad de desarrollar desde etapas tempranas la educación y formación emprendedora como parte de la cultura, las normas sociales y culturales, el acceso a la infraestructura física, la transferencia de I+D, así como la

Tabla 7.4.

Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor						
Recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón por orden de dificultad en 2016	% sobre el total de respuestas	Ranking del año				
		2016	2015	2014	2013	2012
Políticas gubernamentales	48,6%	1	4	1	1	3
Programas gubernamentales	42,9%	2	2	4	4	6
Apoyo financiero	34,3%	3	3	2	2	1
Educación y formación	28,6%	4	1	3	3	2
Normas sociales y culturales	28,6%	4	5	5	5	5
Acceso a la infraestructura física	20,0%	6	12	9	11	12
Transferencia I+D	14,3%	7	10	6	6	7
Infraestructura comercial y profesional	8,6%	8	6	9	9	4
Acceso a la información	8,6%	8	8	17	11	-
Costes laborales, acceso y regulación	5,7%	10	6	17	11	-
Capacidad emprendedora	2,9%	11	12	7	8	10
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	2,9%	11	12	17	11	-
Contexto político, institucional y social	2,9%	11	15	9	11	7
Apertura de mercado, barreras	0,0%	14	8	9	9	10
Internacionalización	0,0%	14	10	17	11	-
Estado del mercado laboral	0,0%	14	15	7	7	7
Clima económico	0,0%	14	15	9	11	12
Composición percibida de la población	0,0%	14	15	9	11	12
Crisis económica	0,0%	14	15	9	11	-
Corrupción	0,0%	14	15	9	11	-
Otros	0,0%	14	15	17	11	-

estructura comercial y profesional. En cuanto a las dimensiones que menos consideración tienen por parte de los expertos a la hora de favorecer el proceso emprendedor, cabe citar las relativas al acceso a la corrupción, la crisis económica y la composición percibida de la población.

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 argumentos que no se habían mencionado de forma explícita en el cuestionario realizado, si bien es cierto que algunos de estos argumentos están directamente relacionados con dichos factores previos.

Tabla 7.5.

Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón	
OBSTÁCULOS	
1.	Falta de sensibilidad hacia el emprendimiento en las etapas escolares
2.	Trabas administrativas
3.	Inestabilidad política
4.	Aversión al riesgo
APOYOS	
1.	Mejora de la formación
2.	Parques tecnológicos
3.	Ayudas y subvenciones
4.	Existencia de viveros de empresas
RECOMENDACIONES	
1.	Mayor formación emprendedora
2.	Mejoras fiscales
3.	Programas de apoyo al emprendedor rural
4.	Simplificación de los trámites burocráticos

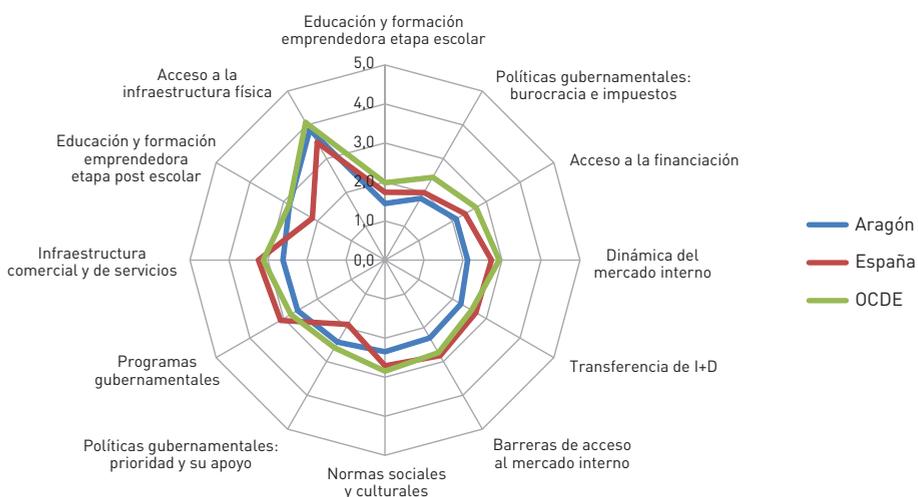
7.4. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno

La Figura 7.2 concluye este capítulo representando la posición relativa de las valoraciones que hacen los expertos aragoneses en relación con sus homólogos en España y en el resto de países GEM de su mismo grupo económico. En relación a la comparación con el resto de España, Aragón presenta unas condiciones medias por debajo del promedio nacional en prácticamente la totalidad de los factores considerados, excepto en Políticas y Programas Gubernamentales. Esta situación contrasta con el periodo anterior, en la cual Aragón presentaba, en general, una posición media por encima del promedio de España.

Respecto a los países GEM del mismo grupo económico, las valoraciones que hacen del entorno los expertos aragoneses se suelen situar alrededor de la media europea. El acceso a la financiación o la educación primaria y secundaria son dos elementos de preocupación cuando se compara la posición de Aragón con la de España, y con 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 casi el 97% de los municipios se encuentran situados en el ámbito rural y concentran a una cuarta parte de la población aragonesa (Tabla 8.1). El observatorio GEM considera como actividad emprendedora rural la que se lleva a cabo en municipios de hasta 5.000 habitantes, mientras que el emprendimiento urbano es el que tiene lugar en los municipios que superan dicha población. Es importante tener en cuenta que la distribución de la población en zonas rurales varía notablemente entre las tres provincias aragonesas, principalmente debido a la concentración de prácticamente el 50% de la población aragonesa en la capital de la Comunidad. De este modo, el 16,3% de la población de la provincia de Zaragoza reside en la actualidad en zonas rurales, frente al 39,8% de Huesca y el 56,6% de Teruel.

Tabla 8.1.

Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2016)					
Distribución de...	Zona	Huesca	Zaragoza	Teruel	Aragón
Municipios	Rural	96,5%	95,2%	98,7%	96,7%
	Urbana	3,5%	4,8%	1,3%	3,3%
Población	Rural	39,8%	16,3%	56,6%	24,5%
	Urbana	60,2%	83,7%	43,4%	75,5%

Fuente: Datos obtenidos a partir de la información facilitada por el INE (padrón a 1 de enero de 2016).

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), el proyecto

Rural Emprende (dentro del marco del Plan Avanza) o el Programa de Emprendimiento Rural Sostenible (IAF). En definitiva, el capítulo se aproxima y completa la información en relación con la actividad emprendedora en estos municipios. En primer lugar, se examinan los valores, percepciones y actitudes emprendedoras y se comparan con las de las zonas urbanas. A continuación, se examinan las tasas de actividad empresarial en los dos ámbitos.

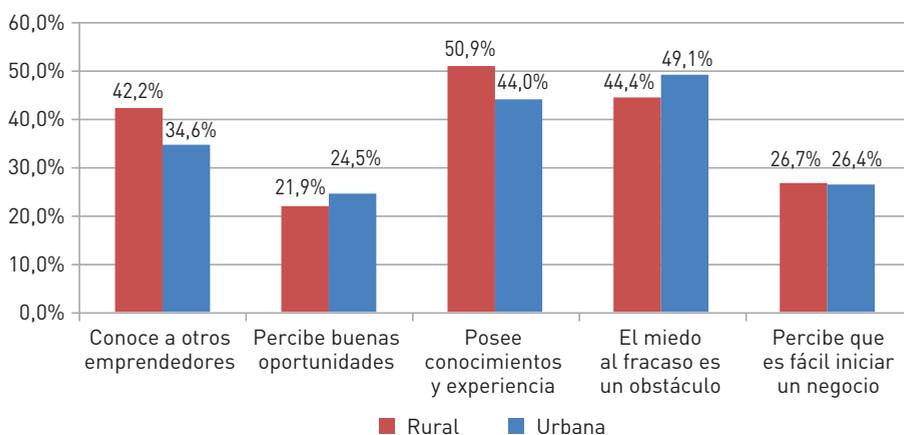
8.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana

La Figura 8.1 muestra información sobre los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población rural y urbana en 2016. Como se puede observar, hay algunas dimensiones en las que las diferencias entre los dos colectivos son mínimas. Este es el caso de la percepción que se tiene respecto a la facilidad para iniciar un negocio, donde apenas hay diferencia entre los dos entornos. Algo parecido ocurre cuando lo que se valora es la percepción sobre las oportunidades de emprender, ya que la diferencia es 2,6 puntos porcentuales a favor del entorno urbano. En el polo opuesto, es especialmente significativo que en el año 2016 sea en el entorno rural donde se observa que se declara conocer a más emprendedores (el 42,2% de la población, frente al 34,6% del entorno urbano), donde se tiene la percepción de que se poseen más conocimientos y experiencia (50,9% frente al 44% del entorno urbano), y también donde la percepción de miedo al fracaso es más baja (44,4% frente al 49,1%).

Si comparamos estas cifras con las de 2015, también se observan algunas diferencias dignas de mención. Por ejemplo, se ha incrementado el conocimiento de otros emprendedores, la percepción de que se poseen conocimientos y experiencia para emprender y el miedo al fracaso, tanto en el medio rural como en el urbano. Sin embargo, respecto a la percepción de buenas oportunidades para emprender, ha aumentado en el entorno rural y ha disminuido en el urbano, al contrario de lo que ocurre en el caso de la percepción sobre la facilidad de iniciar un negocio, que ha disminuido ligeramente en el rural y ha aumentado de la misma forma en el urbano.

Figura 8.1.

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

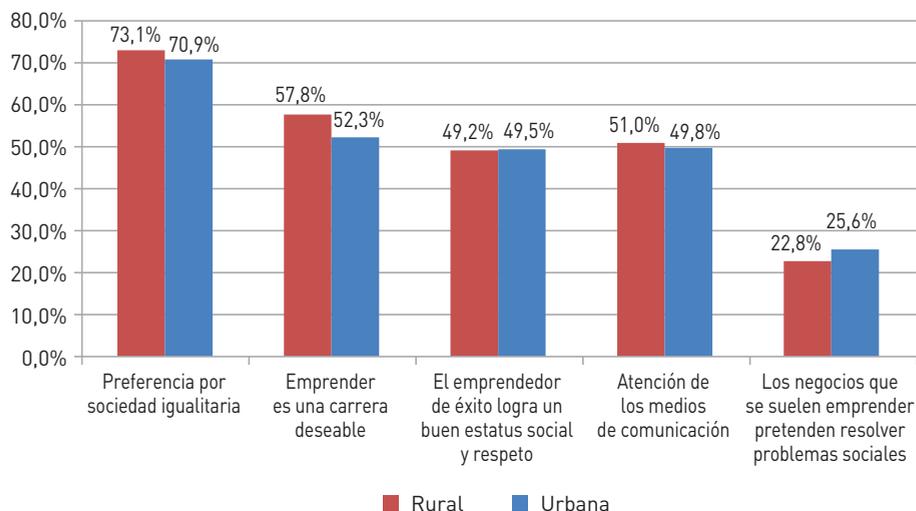


Por lo que respecta a la valoración social del emprendimiento (Figura 8.2), los porcentajes referentes a los indicadores relativos a la preferencia por una sociedad igualitaria, el emprendimiento como una carrera deseable o una mayor atención de los medios de comunicación, son ligeramente superiores en las zonas rurales. Por el contrario, en las zonas urbanas se percibe que el emprendedor de éxito logra un buen nivel tanto social como de respeto, así como que hay una mayor proporción de la población que opina que los negocios en los que se emprende tienen como objeto resolver problemas sociales.

Finalmente, al observar la evolución de los indicadores respecto a 2015, aumenta el porcentaje de población, tanto en el entorno rural como en el urbano, que opina que emprender es una carrera deseable (57,8% en 2016, 53,1% en 2015 en el entorno rural, mientras que estas cifras en el ámbito urbano son, respectivamente, del 52,3% y del 52%), que el emprendedor de éxito logra un buen estatus y respeto (49,2% vs 45% en el mundo rural, 49,5% vs 45% en el urbano), que los medios de comunicación prestan mayor atención (51% vs 45%, 49,8% vs 47,5%) y que los negocios que se emprenden tienen como finalidad resolver problemas sociales (22,8% vs 21,5%, 25,6% vs 22,8%). Sin embargo, los indicadores relativos a la preferencia por una sociedad igualitaria han disminuido tanto en el medio rural como urbano en cuatro puntos porcentuales respecto al año 2015 (73,1% vs 77,1%, 70,9% vs 74,8%).

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 tres últimos años, la población rural se muestra más activa en términos de emprendimiento que la urbana (5,2% frente a un 2,7%). 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 2015, tendencia ya observada en el ejercicio anterior. En el caso de los núcleos rurales, el descenso se concentra en la actividad nueva, mientras que se produce un incremento en la naciente. Algo similar ocurre en los núcleos urbanos, aunque la variación respecto al ejercicio anterior, tanto en la actividad naciente como en la nueva, es inferior. Respecto al emprendimiento potencial, se observa un ligero incremento en la zona rural, mientras que en la urbana disminuye. En relación al emprendimiento consolidado, en ambos entornos se observa una disminución del mismo. Finalmente, durante el ejercicio 2016 los cierres efectivos se concentran más en el entorno urbano.

Figura 8.3.

Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2016

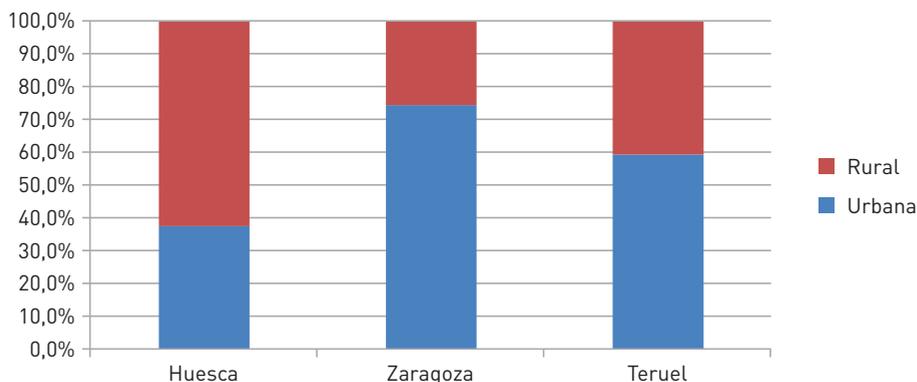
RURAL	Potencial 6,1% (5,7%)	Naciente 3,5% (1,4%)	Nueva 1,7% (4,1%)	Consolidada 7,1% (9,5%)	Cierres efectivos 0,9% (2,8%)
	TEA rural: 5,2% (5,5%)				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 12,3% (15%)				
	Total población involucrada en el proceso emprendedor: 18,4% (20,7%)				
URBANO	Potencial 4,4% (4,7%)	Naciente 1,7% (1,2%)	Nueva 1% (2,5%)	Consolidada 4,4% (5,8%)	Cierres efectivos 1,1% (0,6%)
	TEA urbano: 2,7% (3,7%)				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 7,1% (9,5%)				
	Total población involucrada en el proceso emprendedor: 11,5% (14,2%)				

Entre paréntesis la información correspondiente a 2015.

Si nos fijamos en la importancia del emprendimiento rural en cada una de las tres provincias aragonesas (Figura 8.4) podemos constatar el incremento de actividad emprendedora rural tanto en Huesca como en Teruel. Este incremento es especialmente destacable en la provincia de Huesca, donde en 2015 el 42,2% de las iniciativas emprendedoras tenía lugar en el ámbito rural, mientras que en 2016 ese porcentaje se eleva hasta el 62,6%. También llama la atención la tendencia que se observa en la provincia de Teruel: con una población rural que representa el 56,6% del total, la proporción de iniciativas emprendedoras en este entorno se ha ido incrementando a lo largo de los tres últimos años. Así, en 2014 representaron únicamente el 24,8% del total, en el año 2015 suponen el 30,1%, y en el año 2016 ascienden al 40,1%, consolidando una clara tendencia creciente. En Zaragoza, sin embargo, se observa el patrón opuesto, ya que mientras en el ejercicio 2014 una población rural del 17,2% aglutinaba casi el 55% de las iniciativas emprendedoras, en el año 2015 estas iniciativas se redujeron hasta el 31,4%, descenso que se consolida en 2016, donde suponen un 25,7% del total.

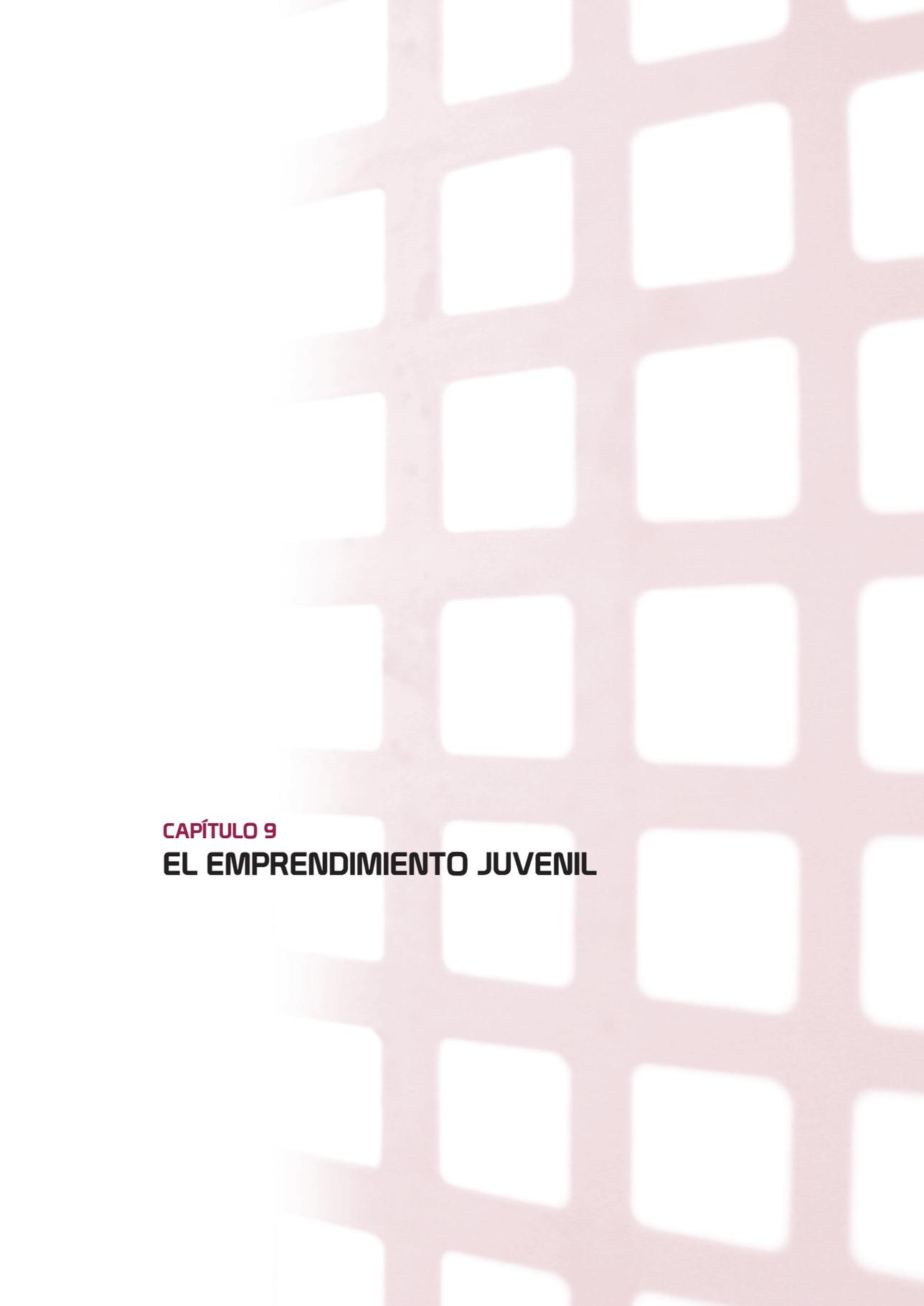
Figura 8.4.

Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia en 2016



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 y muestra una mayor estabilidad, en la medida en que es mayor el porcentaje de empresas que se consolidan. Adicionalmente, el cierre efectivo de negocios es inferior 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, es mayor el porcentaje de población que manifiesta su preferencia por una sociedad igualitaria, el que percibe que emprender es una actividad profesional deseable y adicionalmente, los que consideran que los medios de comunicación cubren este tipo de actividades de una forma satisfactoria. También es mejor la percepción que se tiene sobre la posesión de conocimientos y experiencia a la hora de emprender un negocio, el contacto y la red con otros emprendedores, y menor el miedo al fracaso. Sin embargo, también se observa que en las zonas rurales la población percibe menos oportunidades para iniciar un negocio.



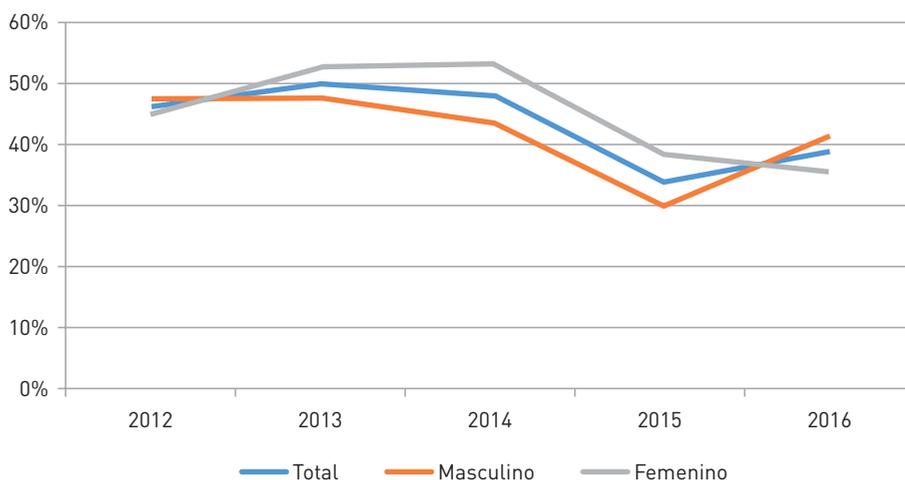
CAPÍTULO 9
EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

9.1. Introducción

España viene mostrando en los últimos años una dramática evolución en su tasa de desempleo juvenil. Es cierto, que en 2016 se ha producido una mejora entre la población menor de 25 años en relación con el ejercicio anterior (42,9%, frente al 49,6% de 2015), pero en cualquier caso esta cifra se sitúa 22 puntos por encima de la media europea (20,9%). Si particularizamos para el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón, la Figura 9.1 muestra cómo el desempleo en Aragón entre los menores de 25 años se situó a finales de 2016 en un 39%, cifra inferior al promedio nacional, aunque en el caso de la Comunidad este dato supone un repunte en relación con el año anterior, cuando el desempleo juvenil fue del 33,7%. Es también reseñable que, en este último año, la tasa de desempleo es más baja entre las mujeres jóvenes (un 36,9% frente al 40,8% de los hombres), lo que supone un cambio en relación a los años previos. Más concretamente, mientras que el desempleo entre las mujeres más jóvenes se reduce en algo más de un punto, en el caso de los hombres se observa un fuerte incremento (en 2015 se situó en el 29,6%, 11 puntos porcentuales menos).

Figura 9.1.

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



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2016)

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 de los países. Es por ello que la Comisión Europea, dentro de sus prioridades, ha establecido como foco de atención preferente el hacer frente al desempleo juvenil. Ante esta realidad, algunos expertos proponen el emprendimiento juvenil como una de las posibles soluciones, enfatizando que el sistema educativo debe apostar por proporcionar a los jóvenes una mejor capacitación para identificar nuevas oportunidades de negocio y desarrollarlas con el objetivo de que tengan éxito.

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

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

La Figura 9.2 muestra los valores y actitudes de la población joven⁵ y adulta con respecto al emprendimiento. Como se puede observar en dicha figura, existen diferencias entre ambos colectivos. En cuanto a la percepción de oportunidades, los jóvenes son más positivos que los adultos (28,3% frente al 21,9%), dato que se mantiene similar al del año anterior. También son más optimistas cuando se les pregunta sobre si consideran que emprender es una buena carrera profesional (57,3% de los jóvenes frente al 52,1% de los adultos) y en su percepción sobre el hecho de que una red social ayuda a desarrollar capacidades emprendedoras (41,3% frente al 34,5% de los adultos). Los jóvenes tienen también una percepción más positiva que los adultos en cuanto a la consideración del estatus social que supone ser emprendedor (53,1% frente al 48% de los adultos), así como en cuanto a la facilidad que ellos perciben para emprender (30,4% frente al 24,9% de los adultos).

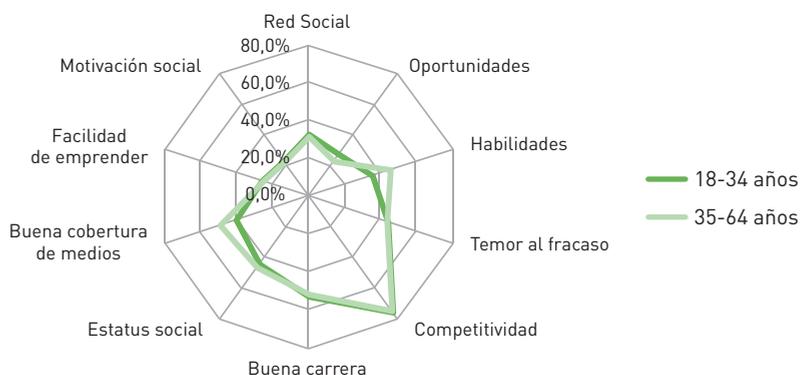
Respecto a la percepción acerca de si uno cree tener las habilidades necesarias para emprender, el grupo de los jóvenes muestra una posición peor (43,2%, frente al 46,8% de los adultos), si bien es destacable el incremento en el caso de los jóvenes respecto al año anterior (7,7 puntos

⁵ 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.

porcentuales). Los jóvenes también muestran mayor temor al fracaso que los adultos (51,1% frente al 46,6%) y su percepción acerca de la cobertura de las actividades emprendedoras por parte de los medios de comunicación es igualmente menos positiva (46,9% frente al 51,4% de los adultos). En cuanto a la pregunta acerca de la motivación social de los negocios, los jóvenes de nuevo se muestran menos optimistas al respecto (19,7% frente al 27% de los adultos). Por último, jóvenes y adultos tienen una percepción similar en cuanto a la variable competitividad (70,8% de jóvenes frente al 71,7% de adultos).

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 2016, ligeramente superior cuando se analiza la actividad en iniciativas emprendedoras potenciales (6,6% frente al 4,1% de los adultos), y en iniciativas nuevas (1,4% frente al 1,1% de los adultos). Sin embargo, el TEA en Aragón es algo mayor entre los adultos que entre los jóvenes menores de 35 años (3,4% en los adultos frente al 3,1% de los jóvenes). Además, en la medida en que es la población adulta la que más negocios tiene en funcionamiento (6,7% de emprendimiento consolidado, frente al 1% en los jóvenes), también son mayores las tasas de cierre efectivo dentro de este grupo de población (1,4%, frente al 0,2% de los jóvenes).

Tabla 9.1.

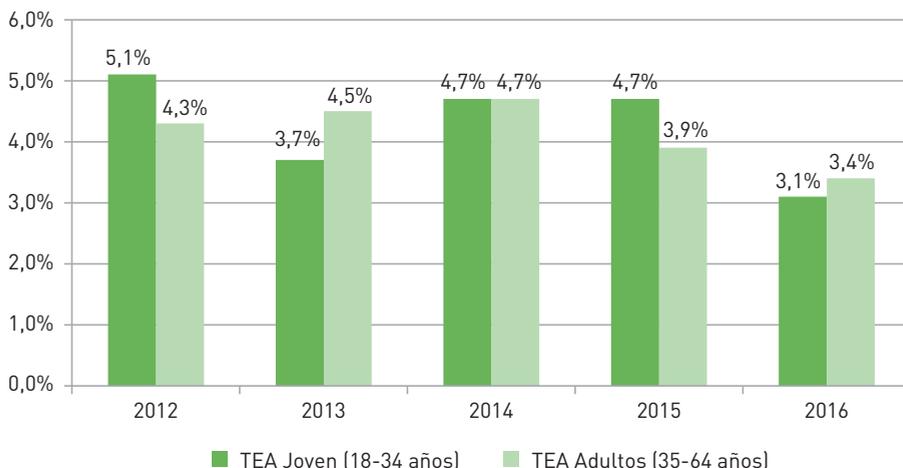
Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2016		
	Jóvenes	Adultos
Potenciales	6,6	4,1
Nacientes	1,6	2,3
Nuevos	1,4	1,1
Total Emprendedores (TEA)	3,1	3,4
Consolidados	1,0	6,7
Cierres	0,2	1,4

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 como en el año 2016 la tasa disminuye de nuevo ligeramente respecto al año anterior, tanto en la población adulta (3,1% frente al 4,7% del año 2015) como en la joven (3,4% del 2016 frente al 3,9% del 2015). Una posible explicación para este ligero decremento podría encontrarse en la mejora de las expectativas laborales a nivel nacional durante este año 2016. No obstante, es importante poner de manifiesto que la actividad emprendedora entre los menores de 35 años se ha mantenido relativamente estable en los últimos años.

Concluimos esta sección señalando que, a pesar de que podríamos decir que la tasa de emprendimiento es similar en ambos colectivos de edad, el emprendimiento potencial (aquellos individuos que manifiestan su deseo de crear su propia empresa en un futuro próximo) ha experimentado un cierto incremento en relación con el ejercicio precedente entre los menores de 35 años, al pasar del 5,5% al 6,6%. Es cierto que es una cifra que se ve fuertemente afectada por la coyuntura económica y no tiene una tendencia clara en los últimos años. En todo caso, las iniciativas desde las Administraciones Públicas y la empresa privada deben seguir apostando por tratar de dar salida a las ideas de negocio 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, en la medida de lo posible, 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 (2012-2016)



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 habitualmente como un varón, con un nivel de estudios universitario 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 inferior al de las emprendedoras adultas (26,7% frente al 31,7%), una situación que difiere notablemente del año 2015 en el que este porcentaje era superior (60,7% de las jóvenes frente al 29,1% de las adultas). Sin embargo, el nivel de participación en las actividades emprendedoras es superior en 2016 entre los varones jóvenes (73,3% frente al 68,3% de los adultos).

En relación con el nivel de renta más frecuente, ésta es similar en ambos grupos de emprendedores y se sitúa en el rango 20.001-30.000 euros, rango que ha disminuido en un tramo respecto al año 2015 que se situaba en 30.001-40.000 euros. En relación 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 (61% de los adultos frente al 40% de los jóvenes), cifras que consolidan las del año anterior. 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 2016

	Emprendedor joven	Emprendedor adulto
Sexo	H: 73,3% M: 26,7%	H: 68,3% M: 31,7%
Edad	28,01	48,8
Nivel de estudios mayoritario	Universidad	Universidad
Formación específica para emprender	40%	61%
Nivel de renta más frecuente	20.001-30.000 euros	20.001-30.000 euros
Situación laboral	Tiempo completo	Tiempo completo

CONCLUSIONES

Conclusiones

Este último capítulo del informe GEM Aragón 2016 sintetiza las principales conclusiones que se derivan del mismo. Por la relevancia que tiene en el contexto del informe, el primer resultado que debemos mencionar es el valor que muestra el índice de actividad emprendedora (TEA). En el momento de realización de la encuesta (junio-julio de 2016) dicho valor era de 3,3, lo que representa que un 3,3% 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. Este dato es inferior al 4,2% observado en 2015 y se aleja ligeramente del patrón observado a lo largo de estos últimos años y que se había situado en el entorno del 4%-5%. La comparación de estas cifras con el promedio nacional muestra que la tasa de creación de empresas en Aragón se mantiene en niveles inferiores a la media del país, donde este indicador alcanzó en 2016 el 5,2%, lo que también supuso una caída en relación con el ejercicio precedente.

En consecuencia, la recuperación en la actividad económica que ha tenido lugar en los dos últimos años no parece haberse traducido en una mayor tasa de creación de empresas. Varias pueden ser las razones que justifican esta caída (ausencia de buenas oportunidades, escasez de financiación, miedo al fracaso, etc.), aunque, en cualquier caso, parece claro que Aragón no ha sido tradicionalmente una comunidad emprendedora (tampoco el resto del territorio español), por lo que las cifras de creación de empresas han sido comparativamente bajas.

El estudio permite desagregar el índice TEA en sus dos componentes habituales, distinguiendo entre iniciativas *nacientes* (se encuentran todavía en fase embrionaria, entendiéndose como tales aquellas 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 2016 un 2,12% del total, mientras que las nuevas suponen un 1,18%. La comparación de estas cifras con las de 2015 permite constatar cómo la caída en el índice TEA se produce como consecuencia del descenso que experimentan las iniciativas nuevas (las que tienen entre tres meses y tres años y medio de vida, en las que están implicados el 1,18% de los aragoneses, frente al 2,95% del año anterior). Dicho de otro

modo, lo que se reduce de modo importante son las empresas creadas entre principios de 2013 y los primeros meses de 2016, muchas de las cuales han debido enfrentarse a años especialmente difíciles. Por el contrario, el emprendimiento naciente (más reciente, ya que se trata de propuestas desarrolladas normalmente en el año 2016) aumenta considerablemente en relación a 2015, al pasar del 1,2% al 2,12%, lo que puede ser un indicador de que la consolidación del crecimiento tiene un efecto positivo –aunque modesto– en la creación de nuevas empresas. La comparación de las cifras de la Comunidad con el promedio nacional pone de manifiesto que apenas existen diferencias en lo que respecta al emprendimiento naciente (2,1% en Aragón, 2,3% en España), mientras que la distancia es mayor cuando se hace referencia al emprendimiento nuevo, que en Aragón es manifiestamente inferior (1,2%, frente al 2,9% del promedio del país).

Al combinar los datos sobre emprendimiento incipiente con el número de personas que, en promedio, participan en cada una de las iniciativas (2,14 en este último año, cifra que mejora con claridad las 1,54 personas por negocio de 2015) y con los datos de población residente en la Comunidad se deduce que, en el momento de realización del estudio, había en Aragón algo más de 56.900 emprendedores incipientes. A pesar de la caída en el índice TEA antes comentada, este valor es superior a las casi 50.600 personas de 2015 ya que el mayor tamaño de las iniciativas contrarresta su menor número. Si consideramos además las aproximadamente 41.200 personas que participan en iniciativas ya consolidadas (con una antigüedad superior a los tres años y medio), el número total de aragoneses propietarios de una actividad empresarial superaba las 98.000 personas, cifra no muy diferente a la observada en 2015 (algo más de 105.600).

El informe GEM también realiza una estimación del número de personas que manifiesta tener intención de iniciar una actividad emprendedora en los próximos tres años (emprendimiento potencial). Este dato es particularmente interesante por cuanto permite aproximar cuáles son las expectativas de evolución futura en la tasa de creación de nuevos negocios. En este último año, el emprendimiento potencial afectó a unos 40.500 aragoneses, cifra casi idéntica a la observada en 2015 y que supone, al menos, un freno a la negativa tendencia observada en estos últimos años. En todo caso, debemos tener en cuenta que el indicador debe valorarse con cautela, ya que únicamente recoge la intención de crear una empresa en el futuro. En la medida en la que todavía no se ha dado ningún paso para ello, puede verse altamente condicionado por el contexto económico y social del momento en que se realiza la encuesta.

El proyecto GEM, además de cuantificar el espíritu emprendedor en una determinada región o país, también permite recabar información acerca de las razones que han llevado a los aragoneses encuestados a poner en marcha su actividad: algo más del 60% de las iniciativas se lanzan

porque el emprendedor percibe una buena oportunidad de negocio, frente a un 35% de emprendedores que lo hace por necesidad (el resto señala motivos de otra índole). En relación con estos datos, es importante destacar que se rompe el cambio de tendencia que se observó en 2015, donde se produjo una mejora sustancial en el emprendimiento por oportunidad. Este último año, sin embargo, el emprendimiento por necesidad vuelve a aumentar, situándonos en cifras similares a las de 2014.

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 un 43% de las nuevas empresas se crean para llevar a cabo actividades relacionadas con el consumo, porcentaje algo inferior al de años anteriores. Las empresas transformadoras aumentan este año su peso al representar un 30% del total, frente al 15-20% de los años anteriores. Este aumento se produce en detrimento de los nuevos negocios que prestan servicios a empresas y que en 2016 suponen un 17% (diez puntos porcentuales menos que en 2015). Por último, las empresas extractivas representan el 9%. Al comparar estos datos con los que hacen referencia al emprendimiento consolidado, el peso relativo de las actividades orientadas al consumo es, a diferencia de los años anteriores, prácticamente el mismo y algo similar cabe decir del sector transformador. Las empresas consolidadas en el sector extractivo suponen una proporción más elevada (18% de los negocios, 9% los emergentes) mientras que este último año se reducen las empresas consolidadas que proporcionan servicios a empresas (11%).

En cuanto al tamaño de las nuevas compañías estas tienen, a pesar del aumento que se observa el último año, una dimensión modesta. Así, algo más de la mitad no tiene empleados y ocupa únicamente al promotor de la propuesta. Un 33% contrata entre 1 y 5 trabajadores, mientras que solo el 12,5% restante emplea a seis o más personas. En el lado positivo, debe destacarse que algo más del 4% de los negocios de reciente creación emplean a más de 20 trabajadores.

El proyecto GEM dedica igualmente un capítulo a caracterizar al emprendedor aragonés. Aunque el estudio ofrece mayores detalles acerca de su perfil, a modo de síntesis puede destacarse que el emprendedor *incipiente* es mayoritariamente un hombre (lo son el casi el 70% de los nuevos emprendedores), con una edad media de 43,2 años, que posee estudios medios o superiores, que se dedica a tiempo completo a la actividad y que obtiene unos ingresos que se sitúan en una horquilla entre 20.000 y 30.000 euros. En relación con el año anterior, destacar el aumento en la proporción de hombres (aproximadamente diez puntos porcentuales más que en 2015) y el repunte en la edad media de los nuevos empresarios (en 2015 era de 40,5 años).

Otro aspecto que merece nuestra atención es el relacionado con la financiación del proceso emprendedor en la Comunidad. En este sentido, la principal conclusión que se desprende de la encuesta realizada en este último año es que se produce un aumento en el tamaño de las nuevas empresas, de manera que el volumen de inversión medio por proyecto supera los 500.000 euros, mientras que la mediana de la distribución⁶ se situó en 2016 en algo más de 40.800 euros. Estas cifras son claramente superiores a las de los años anteriores, donde la inversión mediana se había situado tradicionalmente entre 10.000 y 20.000 euros.

La puesta en marcha de un nuevo negocio es un proceso complejo y necesita, en todo caso, de la identificación de oportunidades suficientemente atractivas que justifiquen el esfuerzo y el riesgo que conlleva la creación de cualquier empresa. En este sentido, es probable que una de las razones por las que no se crean suficientes compañías en la Comunidad es porque sus ciudadanos no encuentran una buena oportunidad para emprender, o porque entienden que carecen de los conocimientos, habilidades o experiencias necesarios para ello. En este sentido, los resultados del estudio muestran que casi uno de cada cuatro aragoneses (23,8%) percibe buenas oportunidades para emprender en la Comunidad, cifra similar a la observada en 2015 pero superior a la de los años anteriores. Como es previsible, este porcentaje es mayor entre las personas involucradas en el proceso emprendedor (34,4%) que entre aquellas que no lo están (22,7%). En cuanto a la posesión de conocimientos suficientes, algo menos de la mitad de los encuestados considera que los posee (45,8%) cifra que, lógicamente, es manifiestamente superior entre los emprendedores (81,4%). El miedo al fracaso es también un obstáculo importante para la mitad de los aragoneses. En definitiva, 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 1.700 ciudadanos residentes en la Comunidad, el estudio también hace uso de información más detallada proporcionada por un reducido número de expertos (38 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 hacerlo 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,

⁶ La inversión mediana resulta 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 5. En consecuencia, la cifra de 500.000 euros mencionada debe interpretarse con la máxima cautela.

así como que la capacidad de la población para poner en marcha con éxito nuevas iniciativas es limitada.

Los expertos también juzgan las diferentes condiciones del entorno en el que se desarrolla la actividad empresarial. Entre las que reciben una mejor puntuación cabe mencionar el acceso a las infraestructuras físicas, la infraestructura comercial y de servicios y los programas gubernamentales. Entre los factores peor valorados destaca, como viene siendo tónica habitual estos últimos años, la educación primaria y secundaria. A pesar de que siempre ha sido el ítem peor valorado, los expertos son sistemáticamente 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. Otros factores del entorno que favorecen poco la creación de nuevas empresas son las políticas gubernamentales, en lo que hace referencia a impuestos y trámites burocráticos, la dinámica del mercado interno o el acceso a la financiación.

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 y programas 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, 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 desarrolla 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 5,2% de los residentes en núcleos de población con menos de 5.000 habitantes en 2016 estaban gestionando una empresa incipiente, mientras que este porcentaje era sólo del 2,7% en los municipios de mayor tamaño. También es más elevado el emprendimiento consolidado (7,1% en el medio rural, 4,4% en el urbano) y el potencial (6,1% vs 4,4%) y algo menor la cifra de cierres (0,9% frente al 1,1%). Tal como hemos apuntado en los informes correspondientes a los años anteriores, es posible que 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, las políticas públicas de apoyo al emprendimiento pueden ser

especialmente necesarias en estos entornos. De ahí que propuestas como el *Programa de atención al emprendedor en su domicilio (PAED)*, que se lleva a cabo desde el Gobierno de Aragón, el proyecto Rural Emrende o el Programa de Emprendimiento Rural Sostenible del Instituto Aragonés de Fomento 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, políticas específicas 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 de actividad empresarial, esta es ligeramente superior en los jóvenes cuando se analizan las iniciativas emprendedoras potenciales (6,6% frente al 4,1% de los adultos), y las nuevas (1,4% frente al 1,1%), aunque no en las nacientes (1,6% frente al 2,3% de los adultos). En conjunto y aunque las diferencias entre uno y otro grupo no son muy importantes, el índice TEA es este año algo mayor entre los adultos (3,4%) que entre los jóvenes (3,1%), al contrario de lo que ocurría en 2015, donde estos porcentajes eran, respectivamente, del 3,9% y 4,7%.

Para concluir, señalar que este informe GEM Aragón 2016, 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 más 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 impulsar la creación de nuevas empresas una vez superado este periodo de dificultad.

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*. 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 14.678 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 emprendimiento consolidado.

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

Evidentemente, la magnitud del programa PAED es reducida en relación con el número total de iniciativas en marcha dentro de la Comunidad, pero es importante poner de manifiesto en este punto que, aunque el índice TEA es algo más bajo en Aragón, la información recogida en este documento ha puesto de manifiesto que la tasa de abandonos ha sido tradicionalmente inferior, mientras que la supervivencia de las empresas aragonesas suele ser más elevada. Frente a las cifras habitualmente

manejadas en la literatura, según las cuales apenas la mitad de las empresas creadas supera los cinco años de vida (otros estudios también ponen de manifiesto que solo una cuarta parte de las empresas alcanza los diez años), casi cuatro de cada cinco empresas creadas bajo la metodología PAED sobreviven más de cinco años. Es importante, por último, destacar que la mayoría de las empresas creadas lo han sido en pequeños núcleos de población (del total de proyectos puestos en marcha, más de la mitad se han desarrollado en la provincia de Huesca y algo más de la cuarta parte en Teruel, mientras que Zaragoza apenas representa el 20% del total), con el consiguiente efecto positivo desde el punto de vista del emprendimiento rural, aspecto que, según se ha puesto de manifiesto en este informe, resulta de especial relevancia para la Comunidad.

Si a 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 Punto de Atención al Emprendedor (PAE) del Instituto Aragonés de Fomento, la configuración de las tasas de emprendimiento por provincias queda prácticamente idéntica a la distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia que aparece reflejada en el informe GEM.

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 Ara-

gonés de Fomento, CEOE-Zaragoza, CEOE Aragón, Instituto Aragonés de Empleo, Asociación de Jóvenes Empresarios, Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio, Universidad de Zaragoza, Universidad San Jorge, Fundación Caja de la Inmaculada, Fundación Bancaria Ibercaja, Instituto Aragonés de la Juventud, Instituto Aragonés de la Mujer, Fundación Parque Tecnológico Aula Dei, Instituto Tecnológico de Aragón, Fundación Caja Rural de Aragón-Banterra, 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 Título de Experto Universitario en Asesoramiento a Emprendedores, 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.

