



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2018-2019 ARAGÓN

DIRECCIÓN DEL PROYECTO

Lucio Fuentelsaz
Universidad de Zaragoza
Grupo de investigación Generés

EQUIPO INVESTIGADOR

Cristina Bernad
Elisabet Garrido
Jaime Gómez
Consuelo González
Juan Pablo Maícas
Javier Montero
Raquel Ortega
Sergio Palomas

Realizan



Cátedra **EMPRENDER**
Universidad Zaragoza



Patrocinan



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
Javier Montero Villacampa
Raquel Ortega Lapiedra
Sergio Palomas Doña

PATROCINADORES

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

Fundación Emprender en Aragón

RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2018-2019

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria GEM España) Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez José María Biedma Ferrer <i>Coordinadores Equipos Provinciales:</i> Luis López Molina María del Mar Fuentes Fuentes María Jesús Hernández Ortíz Rafael Ventura Fernández Carmen Cabello Medina Francisco Liñán	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores Universidad de Cádiz Universidad de Granada Universidad de Jaén Universidad de Málaga Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla

Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Asturias	Universidad de Oviedo	Beatriz Junquera Cimadevilla (Directora) Jesús Ángel del Brío González Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández	Cátedra Capgemini-Caja Rural de Asturias de Emprendimiento
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batlle Lorente (Director GEM Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Cátedra ICAPE Instituto de Innovación Empresarial (IDI) Conselleria de Trabajo, Comercio e Industria
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento

Cantabria	<p>Universidad de Cantabria</p> <p>Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria</p>	<p>Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria)</p> <p>Paula San Martín Espina (Coordinadora)</p> <p>Carlos López Gutiérrez</p> <p>Javier Montoya del Corte</p> <p>Estefanía Palazuelos Cobo</p> <p>Andrea Pérez Ruiz</p> <p>Lidia Sánchez Ruiz</p>	<p>Santander</p> <p>SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Investigación, Medio Ambiente y Política Social</p>
Cataluña	<p>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</p> <p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>	<p>Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña)</p> <p>Joan Lluís Capelleras</p> <p>Marc Fíguls</p> <p>Enric Genescà</p> <p>Teresa Obis</p>	<p>Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local.</p> <p>Generalitat de Catalunya</p> <p>Departament d'Empresa i Coneixement</p>
Castilla La Mancha	<p>Universidad de Castilla La Mancha</p>	<p>Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha)</p> <p>Ángela González Moreno</p> <p>Francisco José Sáez Martínez</p> <p>Rafael Minami Suzuki</p> <p>Llanos López Muñoz</p> <p>Adrián Rabadán Guerra</p> <p>José M^a Ruiz Palomo</p> <p>Mireya Martínez López</p>	<p>Universidad de Castilla La Mancha</p> <p>Junta de Comunidades de Castilla La Mancha</p> <p>Fundación Globalcaja HXXII</p>
Castilla y León	<p>Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León</p>	<p>Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León)</p> <p>Nuria González Álvarez (Co-Directora GEM Castilla y León)</p> <p>Constantino García Ramos</p> <p>José Luis de Godos Díez</p> <p>Daniel Alonso Martínez</p>	<p>Universidad de León</p> <p>Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>

<p>Ceuta</p>	<p>Universidad de Granada</p>	<p>Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) 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</p>	<p>Universidad de Granada</p> <p>Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada</p> <p>Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>
<p>Comunidad Autónoma de Madrid</p>	<p>Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid</p> <p>Deusto Business School</p>	<p>Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Equipo UAM Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías Equipo Deusto Business School Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés</p>	<p>Universidad Autónoma de Madrid</p> <p>Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>

<p>Comunidad Valenciana</p>	<p>Universidad Miguel Hernández de Elche</p>	<p>José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M^a José Alarcón García M^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M^a Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>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 Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche</p>
<p>Extremadura</p>	<p>Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura</p>	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado</p>	<p>Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Extremadura Avante Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature</p>

Melilla	Universidad de Granada	<p>María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla)</p> <p>Juan Antonio Marmolejo Martín</p> <p>Carlos Antonio Albacete Sáez</p> <p>Ana María Bojica</p> <p>Rocío Llamas Sánchez</p> <p>Matilde Ruiz Arroyo</p> <p>Jenny María Ruiz Jiménez</p>	<p>Universidad de Granada</p> <p>Ciudad Autónoma de Melilla</p> <p>Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>
Murcia	Universidad de Murcia	<p>Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia)</p> <p>Juan Samuel Baixauli Soler</p> <p>Nuria Nevers Esteban Lloret</p> <p>José Andrés López Yepes</p> <p>María Feliz Madrid Garre</p> <p>Catalina Nicolás Martínez</p> <p>Mercedes Palacios Manzano</p> <p>Gregorio Sánchez Marín</p>	<p>Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente</p> <p>Instituto de Fomento de la Región de Murcia</p> <p>Bankia</p> <p>Fondo Europeo de Desarrollo Regional</p> <p>Plan emprendemos</p> <p>Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia</p> <p>Cátedra de Emprendedores</p> <p>Universidad de Murcia</p>
Navarra	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE</p> <p>King's College London (UK)</p> <p>CEIN</p>	<p>Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra)</p> <p>Martin Larraza Kintana</p> <p>Raquel Orcos Sánchez</p> <p>Víctor Martín Sánchez</p> <p>Lucía Nieto Sádaba</p> <p>María Sanz de Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)</p>	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE</p> <p>Gobierno de Navarra</p>

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

PATROCINADORES E INSTITUCIONES

EQUIPO GEM ESPAÑA 2018

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



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 Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



ÍNDICE DE CONTENIDOS

El proyecto GEM Aragón 2018-2019	21
I. Introducción.....	21
II. Modelo teórico GEM.....	22
III. El proceso emprendedor según el proyecto GEM	24
IV. Metodología.....	26
V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores	30
CAPÍTULO 1 Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Aragón	33
1.1. Introducción	33
1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa.....	34
1.3. Evolución de la actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa ..	37
1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa	38
1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional	44
1.6. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional GEM	48
1.7. Potencial emprendedor	54
CAPÍTULO 2 Tipos de comportamiento emprendedor	59
2.1. Introducción	59
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor.....	60
2.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional	61
2.4. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad	69
CAPÍTULO 3 Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor	71
3.1. Introducción	71
3.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras aragonesas.	72
3.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras.....	73
3.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas.....	74
3.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	76
3.6. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y en las consolidadas en Aragón .	78
3.7. Grado de competencia percibido	80
3.8. Uso de nuevas tecnologías.....	81
3.9. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	83
3.10. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	84

CAPÍTULO 4 Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés.....	87
4.1. Introducción	87
4.2. Distribución por edad	87
4.3. Género	89
4.4. Nivel de estudios.....	91
4.5. Posesión de formación específica para emprender.....	92
4.6. Nivel de renta anual.....	94
4.7. Situación laboral.....	96
4.8. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2018.....	97
CAPÍTULO 5 La financiación del proceso emprendedor en Aragón.....	99
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	107
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	112
6.4. Percepción de la población aragonesa sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento	114
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	119
6.6. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender	122
CAPÍTULO 7 Análisis general del entorno	
en el que se desarrolla la actividad emprendedora.....	125
7.1. Introducción	125
7.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora	125
7.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón	127
7.4. Situación relativa de Aragón respecto a su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno.....	134

CAPÍTULO 8 Actividad emprendedora en las zonas rurales	137
8.1. Introducción	137
8.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana	138
8.3. Principales indicadores del proceso emprendedor en el ámbito rural y en el urbano.	140
8.4. A modo de conclusión.....	142
CAPÍTULO 9 El proceso emprendedor de los jóvenes	143
9.1. Introducción	143
9.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven	145
9.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón	146
9.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.....	149
CONCLUSIONES.....	151

ÍNDICE DE FIGURAS

0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento	24
0.2. El proceso emprendedor según el proyecto GEM.....	25
1.1. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2013–2018. Evolución.....	35
1.2. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2013–2018. Evolución (%).....	37
1.3. Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2013–2018	39
1.4. Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2013–2018	41
1.5. Evolución del TEA y de las tasas de actividades consolidadas y abandonadas. 2013–2018.....	42
1.6. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población entre 18 y 64 años (2018)	43
1.7. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas.....	44
1.8. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la UE	45
1.9. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países GEM 2018–2019 clasificados en función de su grupo económico	47
1.10. Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas	48
1.11. Actividad empresarial consolidada en la UE	49
1.12. Actividad empresarial consolidada en los países GEM 2018–2019, clasificados en función de su grupo económico.....	50
1.13. Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas.....	51
1.14. Porcentaje de actividades abandonadas en la UE.....	52
1.15. Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2018– 2019, clasificados en función de su grupo económico	53
1.16. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española.....	55
1.17. Porcentaje de emprendedores potenciales en la UE.....	56
1.18. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2018– 2019, clasificados en función de su grupo económico.....	57
2.1. Motivación principal de las iniciativas emprendedoras	60
2.2. Evolución de la distribución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación.....	62
2.3. Oportunidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas	63
2.4. Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas	64
2.5. Oportunidad como motivo para emprender: comparación UE	65
2.6. Necesidad como motivo para emprender: comparación UE	65
2.7. Oportunidad como motivo para emprender: comparación conjunto países GEM	67
2.8. Necesidad como motivo para emprender: comparación conjunto países GEM.....	68
2.9. Evolución de la distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender	69

3.1. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2013-2018)	72
3.2. Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2013-2018).....	73
3.3. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (2013-2018).....	75
3.4. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal (2013-2018).....	76
3.5. Distribución de las empresas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista	77
3.6. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista	78
3.7. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal (2013-2018)	79
3.8. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal (2013-2018)	79
3.9. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal (2013-2018).....	80
3.10. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal (2013-2018).....	81
3.11. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal (2013-2018)	82
3.12. Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal (2013-2018)	82
3.13. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2013-2018).....	83
3.14. Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2013-2018).....	84
3.15. Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal (2013-2018).....	85
3.16. Distribución de las empresas en fase consolidada según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal (2013-2018).....	85
4.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Aragón en 2018	88
4.2. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Aragón en 2018	90
4.3. Evolución del TEA masculino y femenino en Aragón (2013-2018).....	90
4.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2018 (%)	92
4.5. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2018	93
4.6. Evolución del TEA de emprendedores según formación específica para emprender (2013-2018)	94

4.7. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor en 2018	95
4.8. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor en 2018	96
5.1. Importancia del inversor informal: regiones españolas	101
5.2. Importancia del inversor informal: países UE.....	102
5.3. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión	104
6.1. Percepción de valores y aptitudes para emprender de la población aragonesa en comparación a la población de otras comunidades autónomas.....	113
6.2. Percepción de valores y aptitudes para emprender de la población aragonesa en comparación a la población de otros países de la OCDE	115
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	120
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	121
6.5. Percepciones, valores, aptitudes y entorno social de los aragoneses respecto al resto de España y de países de la OCDE	123
7.1. Valoración de los expertos: factores del entorno	126
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	135
8.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana	139
8.2. Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas.....	140
8.3. Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2018.....	141
9.1. Evolución de la tasa de desempleo en menores de 25 años en Aragón por sexo (%)	144
9.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven y adulta	146
9.3. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2013-2018)	148

ÍNDICE DE TABLAS

0.1. Distribución de los expertos por áreas de interés.....	27
0.2. Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón	28
0.3. Distribución de las entrevistas por sexo, edad, ámbito y provincia.....	28
1.1. Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2018. Descomposición	35
1.2. Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2018	36
1.3. Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2013-2018, en función de la fase en la que se hallan	38
1.4. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en Julio de 2018 y su comparación con el período 2013-2018.....	39
1.5. Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a Julio de 2018 y su comparación con el período 2013-2018.....	40
1.6. Estimación del número de emprendedores potenciales en 2018 y comparación con el período 2013-2018	54
2.1. Descomposición del TEA 2018. Emprendimiento por oportunidad y necesidad.....	61
2.2. Iniciativas emprendedoras según clase y motivación.....	61
3.1. Número medio de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas	74
4.1. Edad media de los colectivos emprendedores en Aragón, 2018 vs 2017	88
4.2. Evolución del TEA por grupos de edad (2013-2018).....	89
4.3. Evolución del TEA según nivel de estudios en Aragón (2013-2018).....	92
4.4. Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2018	97
5.1. Características y distribución del capital semilla en 2018.....	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	110
6.3. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender desde la perspectiva de género, 2018.....	111
6.4. Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento	116
6.5. Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento	116
6.6. Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento desde la perspectiva de género, 2018.....	118
7.1. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón, según la valoración de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2018	128
7.2. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Aragón, según la valoración de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2018.....	130

7.3. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2018	132
7.4. Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón	133
8.1. Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2018)	137
9.1. Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2018.....	147
9.2. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2018..	149

EL PROYECTO GEM ARAGON 2018-2019

I. Introducción

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

El trabajo coordinado de los equipos regionales, entre ellos el de Aragón, y el equipo nacional, recibió el reconocimiento del Consorcio GEM en 2013 a través de la concesión a España del premio al mejor equipo GEM del mundo por su trayectoria y aportaciones al proyecto, especialmente por su modelo de desarrollo en el que las Comunidades Autónomas y sus informes regionales desempeñan un papel fundamental.

II. El modelo teórico GEM

Bajo el principio de que la prosperidad de una economía depende en gran medida de su dinámica emprendedora, GEM aporta una medida armonizada, comparable y periódica tanto de las personas que emprenden como de las fases del emprendimiento y el contexto en el que 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 y las políticas y programas gubernamentales, entre otros aspectos.

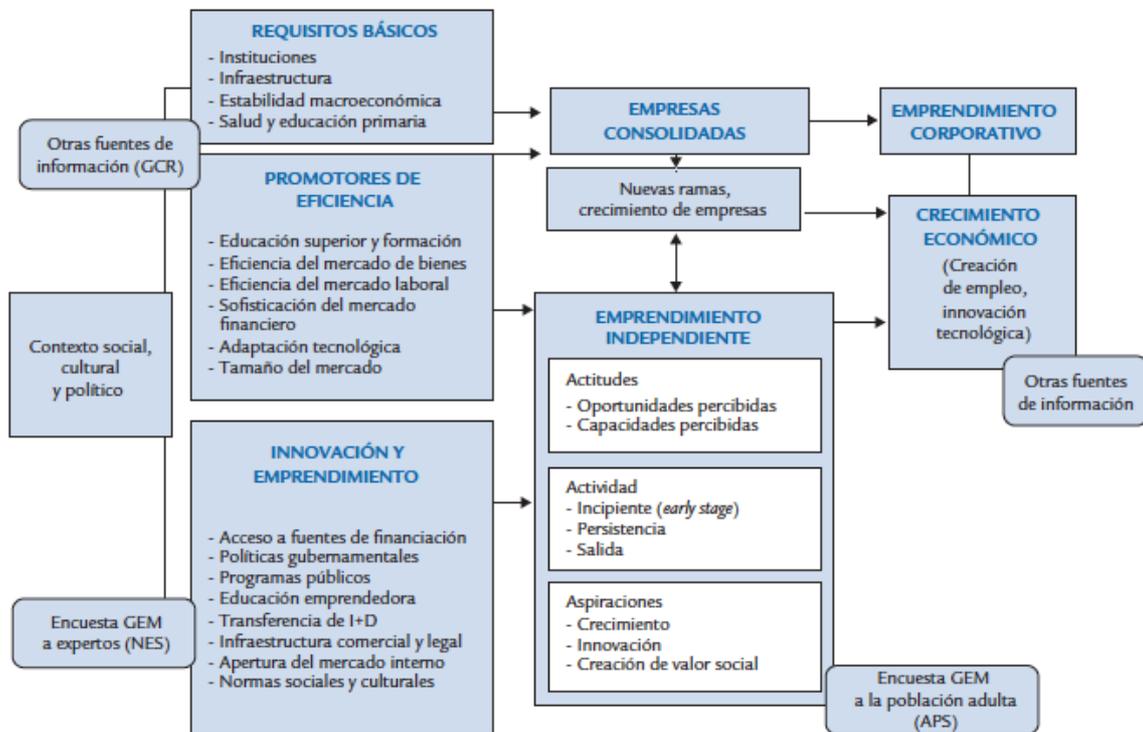
- 4) Incorporación de **variables que reflejan la preocupación política y social sobre determinados aspectos relacionados con la creación de empresas**, tales como la incidencia de la participación femenina en el fenómeno emprendedor, la importancia de la actividad emprendedora en las zonas rurales o el emprendimiento juvenil. Las encuestas a la población adulta y a los expertos de cada país, que se utilizan como principal fuente de información del proyecto, se renuevan parcialmente todos los años y siempre se preparan para recoger evidencias sobre los temas más actuales relacionados con la creación empresarial.

Con el fin de cumplir con los anteriores objetivos de información, el observatorio GEM desarrolla su actividad en base a los fundamentos del modelo teórico recogido en la Figura 0.1 y que se ido perfeccionando en los últimos años en el seno del Consorcio. En dicho modelo se integran aspectos vinculados con el contexto cultural, político y social y se relacionan con el efecto que tienen sobre el emprendimiento. La figura incluye los grupos de factores que determinan el estatus de desarrollo y competitividad de los países participantes según *The Global Competitiveness Report*.¹ El primer grupo de países incluye a aquellas naciones menos desarrolladas y que basan su economía en los recursos productivos (y que reciben la denominación de economías impulsadas por los factores), mientras que las que han completado el ciclo de los requerimientos básicos se hallan inmersas en el segundo estadio (economías impulsadas por la eficiencia), en el que el impulso económico se logra a través de una mayor oferta y acceso a la educación y formación superior, una mayor eficiencia de los mercados de bienes y trabajo, una sofisticación del mercado financiero y la rapidez de adaptación tecnológica, adecuando las variables económicas al tamaño del mercado. Los países desarrollados son los que han completado o están próximos a completar los ciclos de desarrollo de los requerimientos básicos y de los promotores de eficiencia y basan el avance de sus economías en la innovación y emprendimiento de calidad (economías impulsadas por la innovación). Como se observará en los capítulos

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

iniciales de este informe, esta clasificación de las distintas economías según su motor de desarrollo ayudará a comprender mejor y relativizar las tasas de actividad emprendedora que se producen dentro de las mismas. En particular, dicha clasificación se utiliza a lo largo de los dos primeros capítulos, 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 Unión Europea 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.

Figura 0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento



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

III. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM

GEM entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la generación de una idea (emprendedor potencial), continúa con las acciones de su puesta en marcha (iniciativa naciente), se lanza al mercado (iniciativa nueva) y entra en una fase de consolidación cuando sobrevive más de tres años y medio

(iniciativa consolidada). Otro destino posible es el abandono por parte del promotor o promotores, ya sea para traspasar la iniciativa a otras manos o para clausurarla. Este proceso se describe en el esquema de la Figura 0.2.

Figura 0.2. El proceso emprendedor según el proyecto GEM



Fuente: Informe Nacional GEM 2018-2019

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

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

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

IV. Metodología

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

- **Variables secundarias (VS)**, recopiladas en los organismos más prestigiosos en temas relacionados con la demografía, desarrollo económico, mercado laboral, innovación, competitividad y cuantas variables se consideran relevantes para establecer relaciones de causalidad y de otro tipo con las variables propias del proyecto. La recopilación trata siempre de buscar los datos más actualizados junto con las series temporales necesarias.
- **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 42 expertos. La Tabla 0.1

² GEM Aragón 2018-2019 utiliza como única fuente de datos poblacionales de la Comunidad el INE.

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	6
Políticas gubernamentales	6
Programas gubernamentales	6
Educación y formación emprendedora	7
Transferencia de I+D	5
Infraestructura comercial y profesional	6
Apertura del mercado interno	6
Acceso a infraestructura física	6
Normas sociales y culturales	7
TOTAL	55

- **Encuesta a la población de 18-64 años de edad**, conocida como *Adult Population Survey* o APS. La encuesta contiene una amplia batería de preguntas diseñadas por GEM sobre la capacidad emprendedora de cada una de las zonas geográficas que participan en el proyecto. Dicha encuesta sirve para obtener los principales indicadores de actividad emprendedora y caracterizar la misma y se realiza en los meses de junio y julio. En el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón se han realizado un total de 1.200 encuestas en la edición de 2018, con las características que se describen en las Tablas 0.2 y 0.3.

Tabla 0.2. Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón

Universo	Población residente en Aragón de 18 a 64 años
Población objetivo	808.144 personas
Muestra	1.200 personas
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcionales a la población de la Comunidad Autónoma.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral a priori (+/-) ⁽¹⁾	± 2,83%
Nivel de confianza	95,0%
Periodo encuestación	Junio-Julio 2018
Trabajo de campo	Instituto Opinometre
Codificación y base de datos	Instituto Opinometre

(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	103	98	15	35	54	49	48	81	120	201
Teruel	65	60	14	22	23	32	34	71	54	125
Zaragoza	438	436	90	151	225	220	188	139	735	874
Total	606	594	119	208	302	301	270	291	909	1200

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 2018-2019, 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 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

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 2017 y 2018.

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

	Aragón		España	
	2017	2018	2017	2018
TEA, tasa de iniciativas de hasta 42 meses sobre población 18-64 años				
TEA total	3,8%	4,8%	6,2%	6,4%
Distribución del TEA, tomado como 100%	2017	2018	2017	2018
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	29,8%	20,3%	28,3%	22,5%
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	66,1%	65,8%	68,5%	70,8%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	4,2%	13,8%	3,2%	6,7%
TEA del sector extractivo	11,5%	15,6%	3,5%	4,4%
TEA del sector transformador	22,6%	16,2%	17,3%	19,8%
TEA del sector de servicios a empresas	17,5%	24,5%	27,0%	34,1%
TEA del sector orientado al consumo	48,5%	43,7%	52,2%	41,7%
TEA sin empleados	48,9%	36,8%	59,2%	51,1%
TEA de 1-5 empleados	45,7%	54,8%	34,6%	40,0%
TEA de 6-19 empleados	5,5%	5,4%	3,5%	6,6%
TEA de 20 y más empleados	0,0%	3,0%	2,7%	2,3%
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	26,7%	15,5%	13,4%	12,5%
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	17,9%	25,8%	10,5%	11,1%
TEA iniciativas que utilizan tecnología de menos de un año	8,7%	15,5%	11,9%	10,0%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	31,3%	23,5%	24,9%	30,7%
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	0,0%	4,9%	0,2%	0,2%

	Aragón		España	
	2017	2018	2017	2018
Aptitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2017	2018	2017	2018
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	30,9%	37,3%	33,0%	33,4%
Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	30,9%	26,1%	31,9%	29,1%
Posee habilidades, conocimientos y experiencias para emprender	40,8%	48,1%	44,8%	48,5%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	42,3%	43,5%	43,6%	43,1%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	4,3%	7,7%	6,8%	6,8%
Ha actuado como inversor informal o <i>Business Angel</i>	2,4%	3,8%	3,1%	3,8%
Valoración media de expertos de las condiciones de entorno (entre 1 y 5)	2017	2018	2017	2018
Financiación para emprendedores	2,19	2,62	2,52	2,68
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,38	2,71	2,28	2,85
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,29	2,57	1,85	2,47
Programas gubernamentales	3,29	3,93	2,95	3,29
Educación y formación emprendedora en etapa escolar	2,09	2,45	1,82	2,13
Educación y formación emprendedora en etapa post escolar	3,13	3,59	2,79	3,25
Transferencia de I+D	2,46	3,2	2,28	2,76
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,77	3,9	2,89	3,13
Dinámica del mercado interno	2,63	2,85	2,39	2,89
Barreras de acceso al mercado interno (de menos a más favorable)	2,49	2,91	2,18	2,77
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,13	4,52	3,54	3,72
Normas sociales y culturales	2,51	3,2	2,33	3,04

CAPÍTULO 1

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN

1.1. Introducción

El primer capítulo del informe GEM Aragón 2018-2019 analiza la propensión a la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma. El estudio de este aspecto resulta importante para entender la dinámica emprendedora, principalmente por dos motivos. El primero, disponer de una serie temporal sobre la que analizar los datos permite observar la evolución en el tiempo del comportamiento emprendedor de la sociedad aragonesa. Al mismo tiempo, sienta las bases para analizar la efectividad de las medidas adoptadas desde los diferentes órganos reguladores y valorar el impacto del escenario económico. El segundo, si adoptamos una perspectiva transversal, será posible cotejar la situación de la Comunidad con las demás regiones españolas, así como con la del resto de países que participan en el proyecto GEM. La posibilidad de establecer puntos de comparación con otras comunidades autónomas y con otros países constituye, probablemente, uno de los elementos clave a destacar dentro de este informe.

Una de las dimensiones más relevantes del proyecto y que forma parte del desarrollo de este capítulo es el estudio de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés). El TEA se define como el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) que declara estar involucrada en una actividad emprendedora, y se descompone en iniciativas nacientes e iniciativas nuevas. Las nacientes son aquellas que tienen como objetivo poner en marcha un negocio que aún se encuentra en fase de organización y formalización. En la práctica, esto incluye las iniciativas en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no han pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses. Por iniciativas nuevas se entienden aquellas que ya se han formalizado y que están en fase de consolidación. Se considera que esta fase se extiende hasta que la empresa alcanza los 42 meses de actividad económica.

Otro aspecto en el que también nos detendremos en el transcurso de este capítulo es la supervivencia de las iniciativas en fase de establecimiento y consolidación. En estas primeras etapas, la fragilidad de las empresas es mayor, lo que se traduce en que su tasa de supervivencia es inferior a la que se observa en el caso de empresas ya establecidas. Por este motivo, el informe también analiza el abandono de las iniciativas emprendedoras y las causas de este. Finalmente, aprovechándonos del componente longitudinal de la información y de la información disponible para otras regiones y países que participan en el proyecto GEM, analizamos tanto la evolución de estos indicadores en el tiempo, como la posición de Aragón en el contexto de la actividad emprendedora que se desarrolla a nivel nacional e internacional.

1.2. Actividad emprendedora en la población activa aragonesa

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

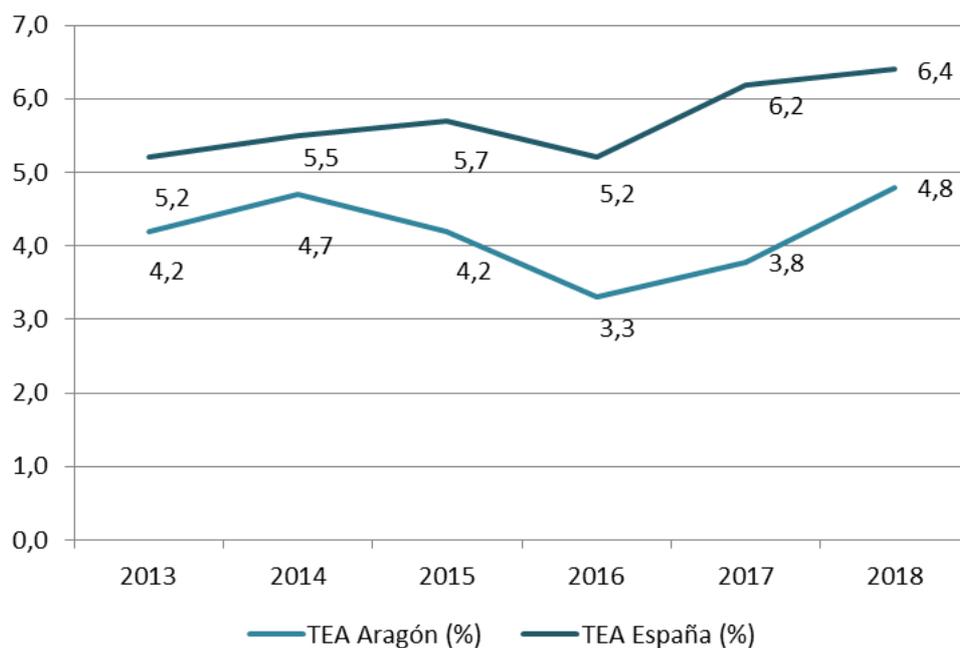
La Tabla 1.1 presenta la información de este indicador para Aragón durante 2018. Concretamente el TEA ascendió al 4,8%. Si descomponemos este dato por tipo de iniciativa, se observa que aquellas denominadas nacientes representan algo menos de la mitad de las actividades emprendedoras, un 2,0% de población adulta involucrada, mientras las nuevas, por su parte, aglutinan el 2,8% restante.

Tabla 1.1. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2018. Descomposición

<p>TEA ARAGÓN 2018 (% sobre la población entre 18-64 años) 4,8%</p>	<p>% de iniciativas nacientes 2,0%</p>
	<p>% de iniciativas nuevas 2,8%</p>

La Figura 1.1 muestra el desglose de la evolución del TEA para el periodo 2013-2018 y su comparación con el dato observado para España. Puede observarse como, en el total de la serie analizada, el TEA de la Comunidad se sitúa por debajo de la media nacional. El patrón que dibuja el TEA en nuestra Comunidad es muy similar al que se observa en el conjunto de España: ligero repunte entre los años 2013 y 2014 y descenso en el periodo 2014-2016, con una importante subida en el tramo final. Esta subida es incluso más acentuada para Aragón que, tras una mejora superior al 25% en este último año, sitúa el TEA en el valor más alto del periodo analizado.

Figura 1.1. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2013-2018. Evolución



Si tomamos como referencia la información que se desprende del TEA, es posible aproximar el número de iniciativas emprendedoras existentes en Aragón en el año 2018. Para ello, partimos de la población con edad comprendida entre los 18 y los 64 años a 1 de enero de 2018 (808.144 personas) y los porcentajes indicados anteriormente en relación a las iniciativas nacientes y nuevas. Teniendo en cuenta el error estadístico que se deriva de la captación de datos para el informe mediante encuestas, se estima que el número de iniciativas nacientes oscilaría entre 9.889 y 22.742, mientras que el número de iniciativas nuevas se encontraría entre 15.089 y 30.164. Considerando de forma conjunta ambos tipos de iniciativas, se estima que el número de iniciativas emprendedoras en Aragón se encuentra en el entorno de las 38.900. La comparación de estas cifras con las obtenidas el año anterior pone de manifiesto un aumento significativo tanto en iniciativas nacientes como nuevas. Las primeras pasan de 12.720 a 16.315, mientras que las segundas aumentan desde 18.069 hasta 22.627. La Tabla 1.2 muestra una síntesis de la información descrita.

Tabla 1.2. Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2018

Ejercicio	Tipo de iniciativas	Estimación puntual	Estimación por intervalo	
			Extremo inferior	Extremo superior
2018	Nacientes	16.315	9.889	22.742
	Nuevas	22.627	15.089	30.164
	TOTAL	38.942	29.157	48.727

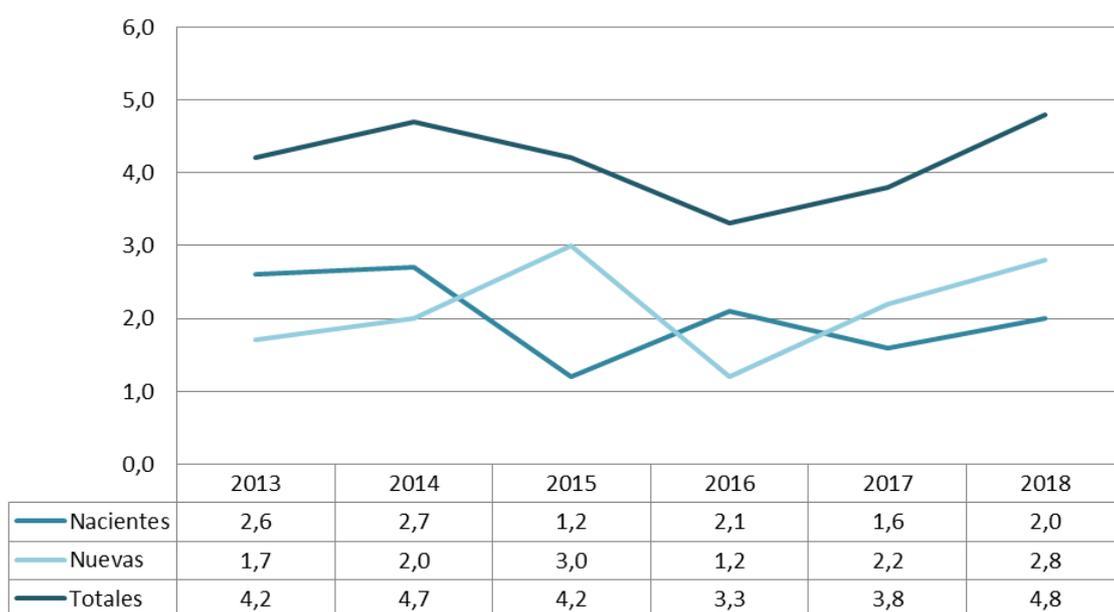
Conviene recordar que estas cifras no son directamente comparables con la información ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística en el Directorio Central de Empresas (DIRCE). El informe GEM aproxima la actividad emprendedora – concepto que difiere del registro anual empresarial–, distinguiendo entre actividades que se estaban poniendo en marcha (nacientes) y actividades en fase de consolidación de hasta tres años y medio de vida (nuevas), incluyendo todos los sectores y el autoempleo. Por ese motivo, los datos GEM pueden estar incluyendo iniciativas no registradas todavía en el DIRCE al cierre de la presente edición del informe GEM, así como actividades registradas en años anteriores, ya que se abarca un horizonte temporal más amplio (hasta tres años y medio).

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

La Figura 1.2 muestra la evolución del TEA para Aragón en el periodo 2013-2018. Si tomamos como punto de referencia el recorrido de la variable durante este periodo, podemos concluir que, a pesar de que ha habido ligeros aumentos y descensos, el TEA se ha mantenido relativamente estable durante el periodo analizado. Entre el valor máximo de la serie en 2018 (4,8%) y el mínimo, que se alcanzó el año 2016 (3,3%), hay un punto y medio de diferencia. El aumento de los últimos dos años podría interpretarse en clave positiva, a expensas de que las cifras del 2019 confirmen la tendencia alcista.

El diagnóstico que se desprende de un análisis por separado de la evolución de las iniciativas nacientes y nuevas es muy similar al realizado para las cifras agregadas, esto es, aumentos y retrocesos sin un patrón claramente definido durante el periodo de análisis.

Figura 1.2. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2013-2018. Evolución (%)



La Tabla 1.3 presenta, de manera sintética, la evolución en el número de iniciativas nacientes y nuevas para el periodo 2013-2018, así como del conjunto de iniciativas emprendedoras. La senda del número total de iniciativas ha seguido una evolución en dientes de sierra con variaciones interanuales que se han situado entre el 9% y el 25% aproximadamente. Las variaciones en el número de iniciativas nacientes y nuevas han sido mucho más ostensibles en el periodo comprendido

entre 2013 y 2018. Destacan en las nacientes la variación experimentada entre los años 2015 y 2016, que fue del 75,6%, mientras que en las nuevas es especialmente significativo el avance producido el periodo 2016-2017 con un aumento del 88,7%. En todo caso, es preciso tener en cuenta que estos incrementos vienen precedidos de reducciones importantes en el año inmediatamente anterior (del 56,4% en el caso de las iniciativas nacientes y del 60,40% en las nuevas).

Tabla 1.3. Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras durante los años 2013-2018, en función de la fase en la que se hallan

Estimaciones puntuales						
Fase	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Naciente	21.660	22.528	9.813	17.236	12.720	16.315
Nueva	13.990	16.719	24.168	9.575	18.069	22.627
TOTAL (0-42 meses)	35.556	39.426	33.980	26.811	30.789	38.942

Variaciones porcentuales						
Fase	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2013-2018
Naciente	4,00%	-56,40%	75,60%	-26,20%	28,27%	-24,68%
Nueva	19,50%	44,60%	-60,40%	88,70%	25,22%	61,73%
TOTAL (0-42 meses)	10,90%	-13,80%	-21,10%	14,80%	26,48%	9,52%

1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa

El informe GEM también proporciona información sobre las actividades que han superado los tres años y medio de actividad y a las que, en terminología GEM, se denomina consolidadas. En el caso de Aragón, un 7,8% de los individuos encuestados en 2018 manifiesta estar involucrado en una iniciativa de estas características. Aplicando los mismos criterios que en apartados anteriores, este guarismo indica que, en la Comunidad, el total de empresas que han superado los tres años y medio de existencia es de 63.241.

La Tabla 1.4 proporciona información sobre la evolución del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas consolidadas y el número total de estas en el periodo objeto de análisis. Desde 2013 hasta 2016 se observa un descenso continuado que sitúa el número de iniciativas consolidadas en el año 2016 por debajo de la mitad de las observadas en 2013. No obstante, 2017 representa un

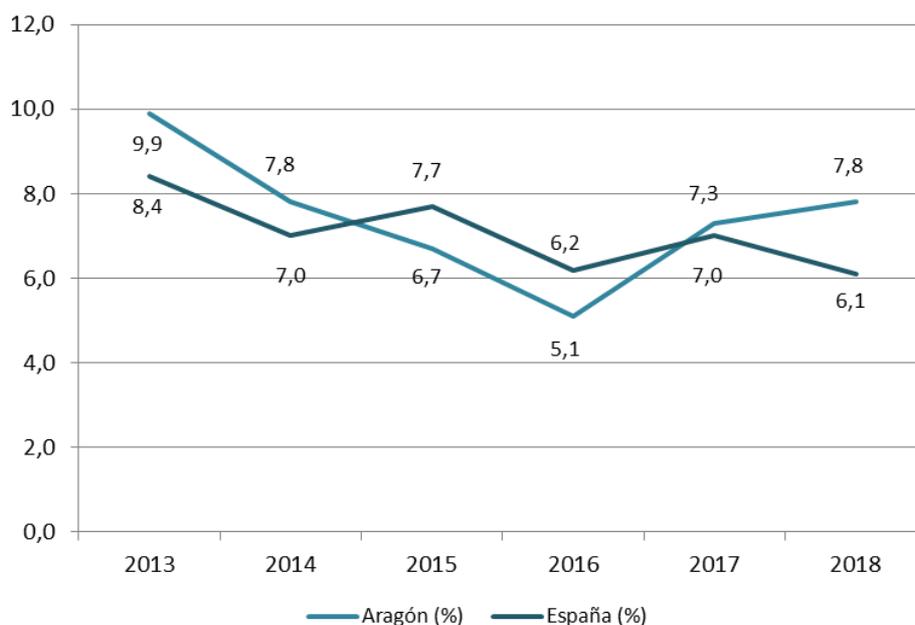
aumento significativo de las mismas, que se confirma en 2018, con un repunte que sitúa el número de iniciativas consolidadas en cifras muy próximas a las observadas en el año 2014.

Tabla 1.4. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2018 y su comparación con el período 2013-2018

	Número de iniciativas	% de individuos involucrados
2018	63.241	7,8
2017	59.159	7,3
2016	41.174	5,1
2015	55.086	6,7
2014	65.762	7,8
2013	83.377	9,9

La Figura 1.3 ofrece una comparación de los datos para Aragón y España en relación al porcentaje de adultos involucrados en iniciativas consolidadas. Durante el periodo 2013-2018, las cifras son muy similares. Si observamos los guarismos del último periodo, mientras que en España se percibe un descenso en este tipo de iniciativas, Aragón experimenta un ligero aumento que le sitúa por encima de la media del país en 1,7 puntos.

Figura 1.3. Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España, 2013-2018



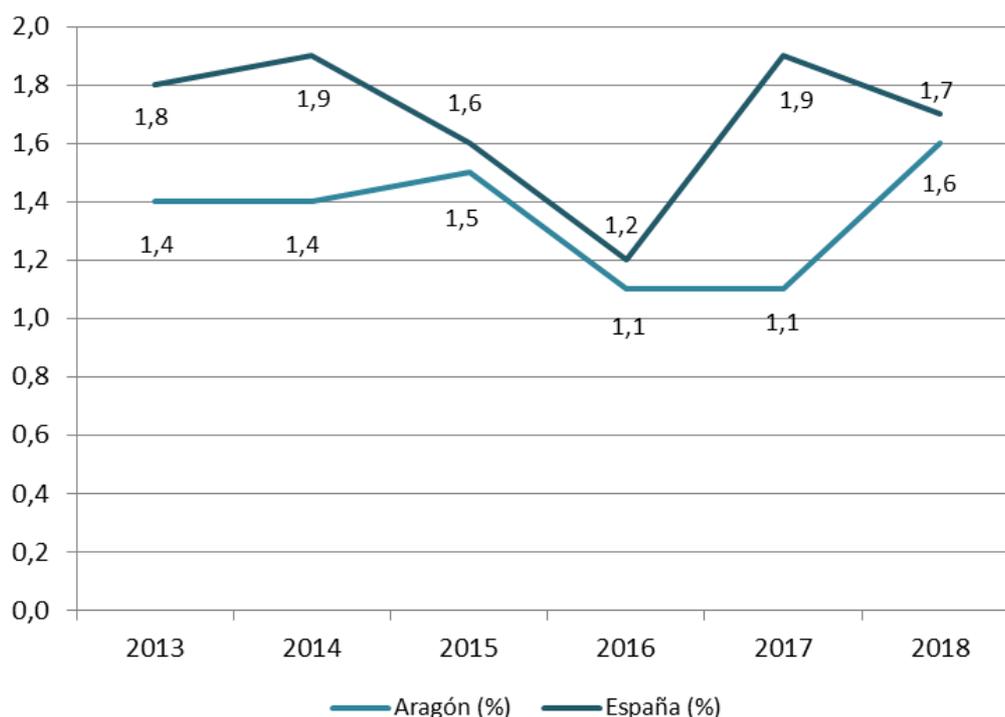
Más allá del análisis de las iniciativas consolidadas, puede resultar interesante prestar también atención al fenómeno del abandono (Tabla 1.5). En 2018, un 1,6% de los encuestados declaró haber abandonado una actividad el año anterior. Si lo traducimos en números absolutos, este porcentaje indica que en 2018 se abandonaron en torno a 12.500 iniciativas emprendedoras. Esta cifra es sensiblemente más alta a las observadas para los dos últimos periodos.

Tabla 1.5. Estimación del número de iniciativas abandonadas en Aragón y su evolución en el período 2013-2018

	Número de iniciativas	% de individuos que abandonan
2018	12.529	1,6
2017	9.344	1,1
2016	8.618	1,1
2015	12.238	1,5
2014	12.160	1,4
2013	11.454	1,4

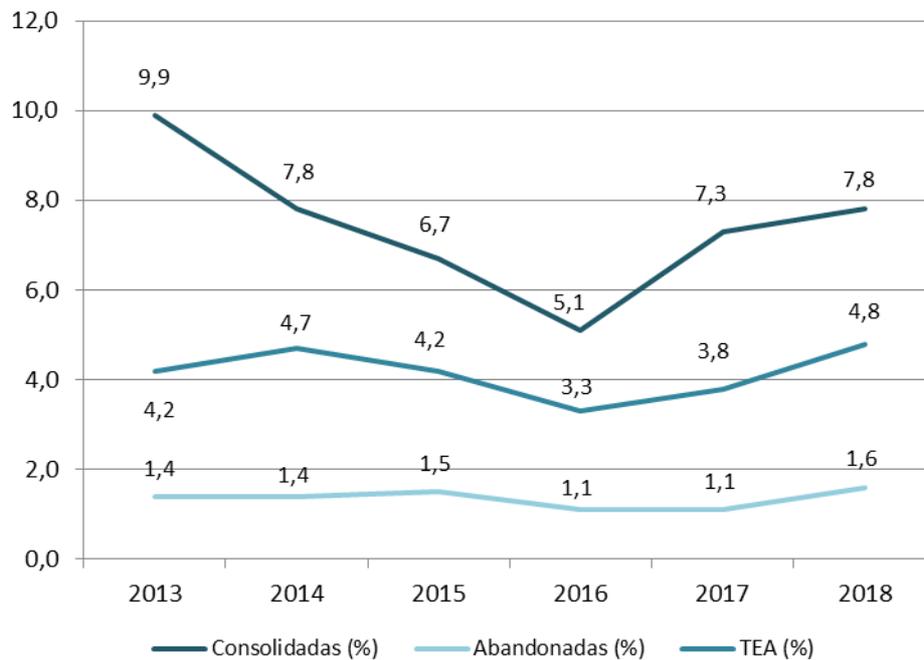
Si realizamos una comparación de la tasa de abandono con la observada en el contexto nacional, en Aragón se observa una evolución muy similar, con la excepción del año 2017, donde los valores se separaron significativamente (1,1 para Aragón frente a 1,9 para España). En el último periodo los valores vuelven a converger. En todo caso, la cifra para Aragón se ha mantenido siempre por debajo de la media nacional a lo largo del periodo analizado.

Figura 1.4. Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2013-2018



A modo de resumen, la Figura 1.5 muestra la evolución de la tasa de emprendimiento, la tasa de consolidación y la tasa de abandono. El patrón general, como era esperable, es que la tasa de iniciativas consolidadas supera a la de emprendimiento, mientras que la tasa de abandono se mantiene en niveles relativamente bajos. En el transcurso de la serie que comprende el periodo 2013-2018, es destacable que en el último tramo aumenten tanto el TEA como el porcentaje de iniciativas consolidadas. Una lectura conjunta de estos indicadores ofrece argumentos positivos a la hora de valorar la salud del emprendimiento en nuestra Comunidad. Así, mientras que el TEA ha transitado en valores por debajo de la media nacional durante los últimos años, tanto el emprendimiento consolidado como el abandono tienen un comportamiento algo más favorable en el contexto del país durante el mismo periodo. Una alta consolidación de las actividades y un abandono reducido son ingredientes imprescindibles para que el emprendimiento contribuya al desarrollo de un territorio en el largo plazo.

Figura 1.5. Evolución del TEA y de las tasas de actividades consolidadas y abandonadas. 2013-2018

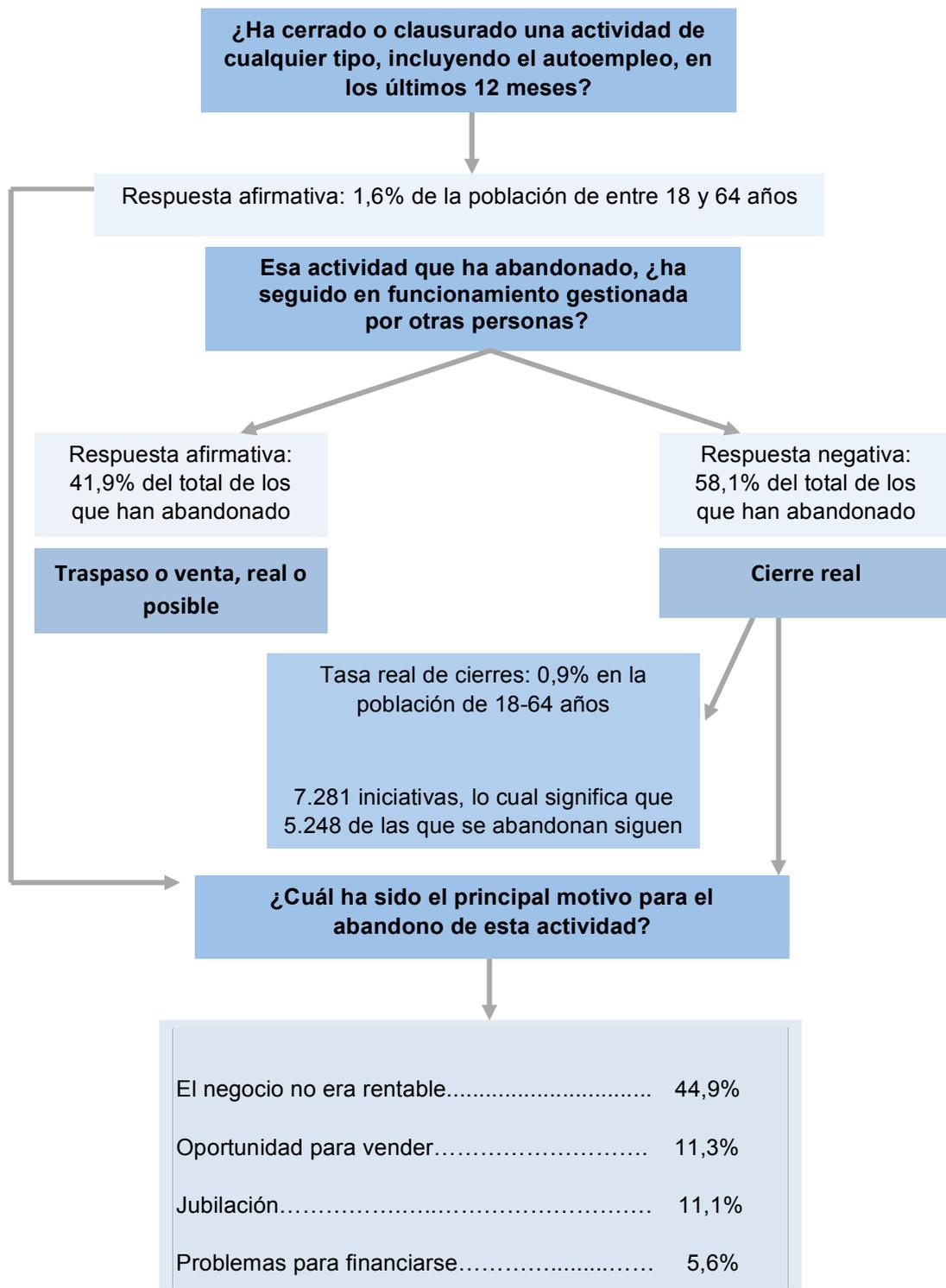


En relación al abandono, es importante notar que no todas las actividades abandonadas por un empresario suponen la desaparición definitiva de las mismas, esto es, algunas de ellas pueden continuar, aunque sea en manos de otros propietarios. La Figura 1.6 nos ofrece una aproximación al porcentaje de actividades que han sido abandonadas de forma definitiva y a aquellas que siguen en funcionamiento. En 2018, el 58,1% de las iniciativas abandonadas cerró definitivamente, mientras que el 41,9% 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 0,9%. En términos absolutos, esto implica que de las 12.529 iniciativas abandonadas en 2018, 7.281 supusieron un cese real de actividades, mientras que las 5.248 restantes continuaron bajo una nueva dirección.

Los motivos por los que puede abandonarse una iniciativa son diversos, con implicaciones que pueden resultar claramente distintas. Así, el abandono por jubilación o por oportunidad de venta tiene implicaciones muy diferentes al abandono por falta de rentabilidad. La Figura 1.6 ofrece algunos detalles sobre el abandono y sus causas. El motivo principal para abandonar la actividad es no alcanzar un nivel de rentabilidad satisfactorio (44,9%), lo que podría asimilarse al

fracaso de la misma. El segundo motivo se corresponde con la existencia de una oportunidad para vender (11,3%), seguido por el hecho de que se produzca una jubilación (11,1%).

Figura 1.6 Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la Comunidad (2018)

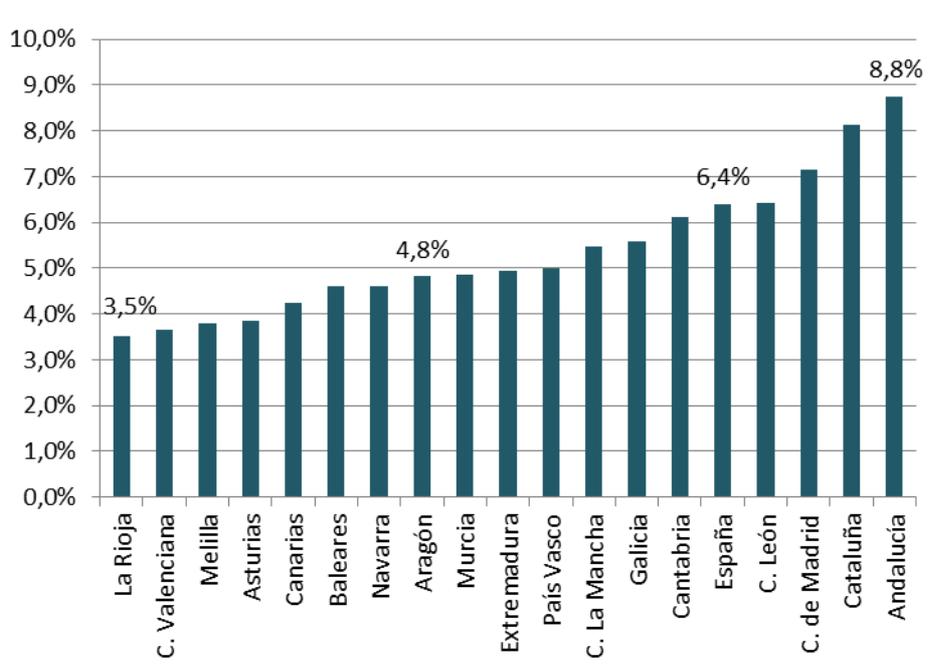


1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

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

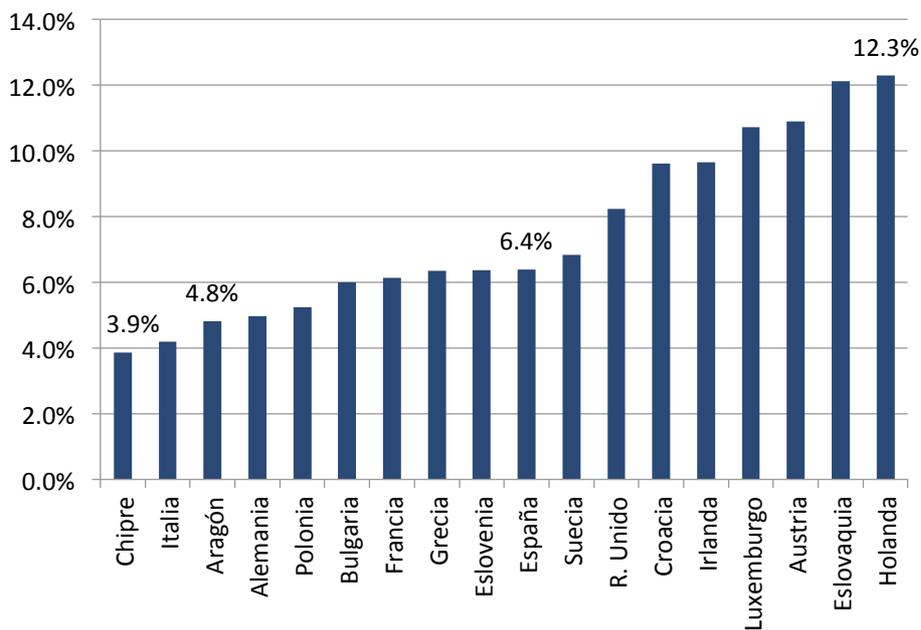
La Figura 1.7 compara el TEA de Aragón con el del resto de regiones españolas, así como con el promedio del país. En el gráfico se observa que el TEA de Aragón (4,8%) se encuentra, como ya se ha comentado anteriormente, por debajo de la media nacional (6,4%). Comparado con las demás regiones, Aragón se sitúa en la segunda mitad de la clasificación. En el extremo superior destacan Andalucía y Cataluña, con la Comunidad de Madrid o Castilla y León también en posiciones destacadas, mientras que en el extremo opuesto se sitúan La Rioja, la Comunidad Valenciana o Melilla.

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



La Figura 1.8 muestra la comparación con los países de la Unión Europea que participan en el proyecto GEM. Dicha comparación sitúa a Aragón en el antepenúltimo puesto de la clasificación, por delante de Chipre e Italia, aunque en valores muy próximos a Alemania. Es importante notar que, en esta comparación, existe una gran dispersión entre los extremos, como muestra el valor de Holanda (12,3%), que sitúa a este país con el mayor TEA entre los presentados.

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

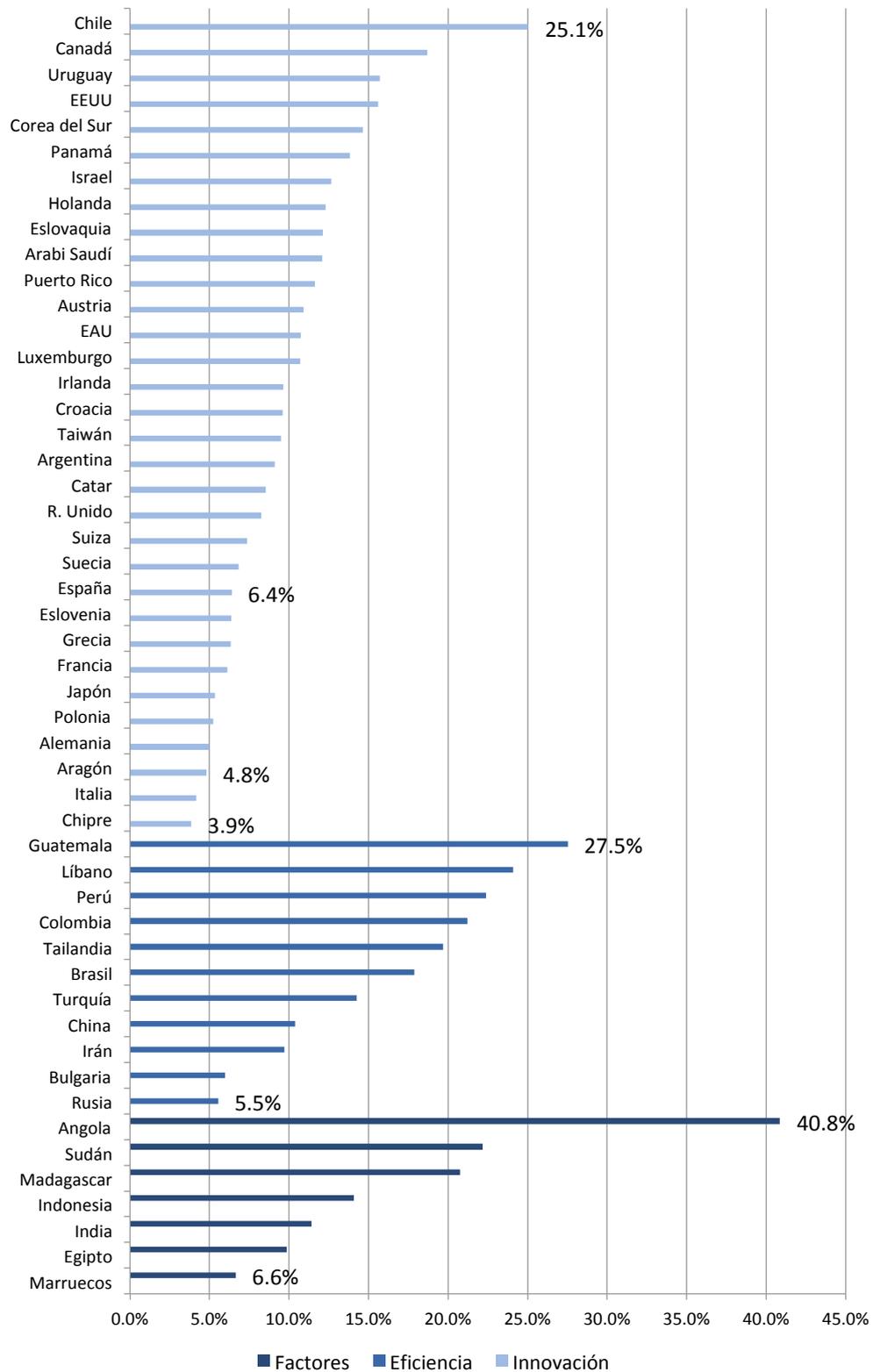


Para terminar con la comparación a nivel internacional, la Figura 1.9 recoge el índice TEA de todos los países que participan en el proyecto GEM. Antes de proceder al análisis de los datos es preciso realizar una aclaración de naturaleza metodológica, que permitirá una mejor interpretación de los mismos.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

Los países en vías de desarrollo (i.e., economías impulsadas por los factores de producción) suelen tener valores del TEA más elevados. Esto se debe, entre otros motivos, al predominio de actividades cuyo origen está en la necesidad, a diferencia de países más desarrollados (i.e., economías impulsadas por la innovación) donde predomina la oportunidad. Dentro de este grupo destaca Angola, con índices de emprendimiento por encima del 40%.

El segundo grupo de países, economías impulsadas por la eficiencia, presenta en conjunto valores para el TEA por encima de los valores medios ofrecidos por el grupo anterior. Este hecho puede resultar anecdótico si echamos la vista atrás en el informe GEM, en el que los países en vías de desarrollo han tendido a mostrar valores superiores del TEA. Destacan aquí países como, Guatemala, Líbano o Perú. Finalmente, entre los países desarrollados, sobresalen Chile, Canadá, Uruguay o Estados Unidos, con valores en el entorno del 15-25%. Aragón, que se ubicaría en este grupo, ocupa el antepenúltimo puesto de la clasificación, por encima de Italia y Chipre, aunque, como en otras ocasiones, en cifras muy similares a las ofrecidas por países como Alemania, Polonia o incluso Japón.

Figura 1.9. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en los países participantes en GEM 2018-2019, clasificados en función de su grupo económico

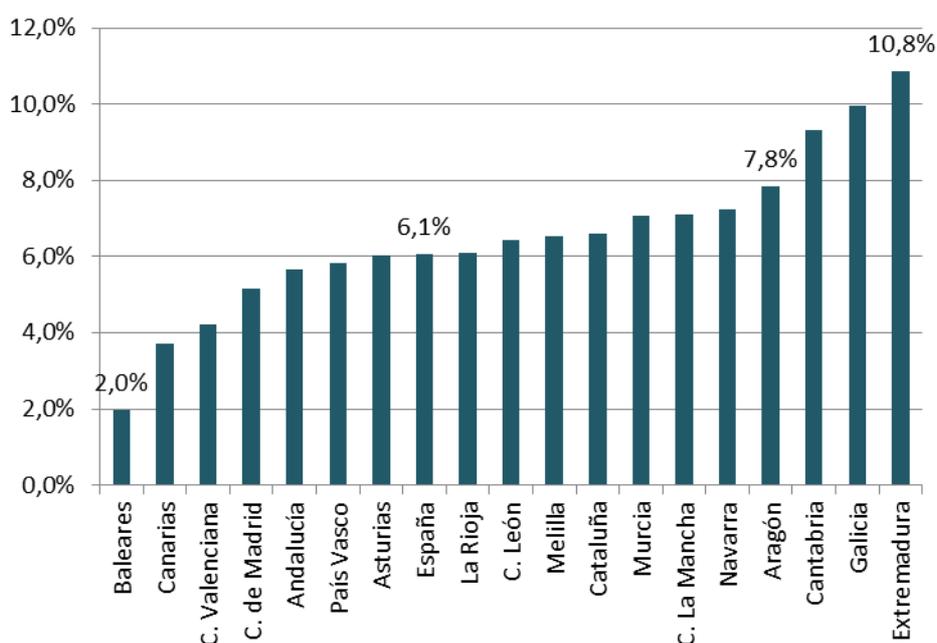


1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional GEM

Tal como se ha señalado, el proyecto GEM también recaba información para todos los países participantes sobre el porcentaje de personas adultas que participan en una iniciativa consolidada, es decir, empresas, autoempleo o actividades económicas en general que, habiendo superado los tres años y medio de funcionamiento, se pueden considerar como ya establecidas.

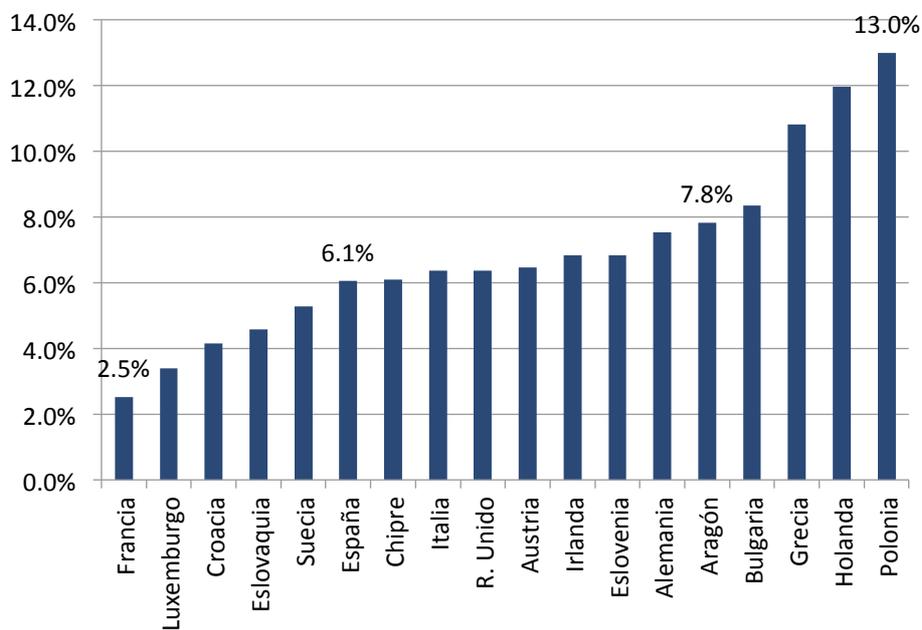
La Figura 1.10 compara estas iniciativas en las regiones españolas. En el gráfico se observa que Aragón se sitúa en el tramo superior de la clasificación. Los valores ofrecidos por nuestra Comunidad se aproximan a los mostrados por las comunidades que ocupan los primeros lugares, como Extremadura, Galicia o Cantabria. En el extremo opuesto, destacan Canarias o Baleares, con guarismos por debajo del 4%. En esta clasificación es importante destacar que una lectura retrospectiva a los informes presentados en años anteriores, muestra que Aragón se sitúa sistemáticamente en la zona noble de la clasificación en la comparación con el resto de comunidades autónomas, con las implicaciones que tiene la consolidación del emprendimiento para la creación de riqueza.

Figura 1.10. Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas



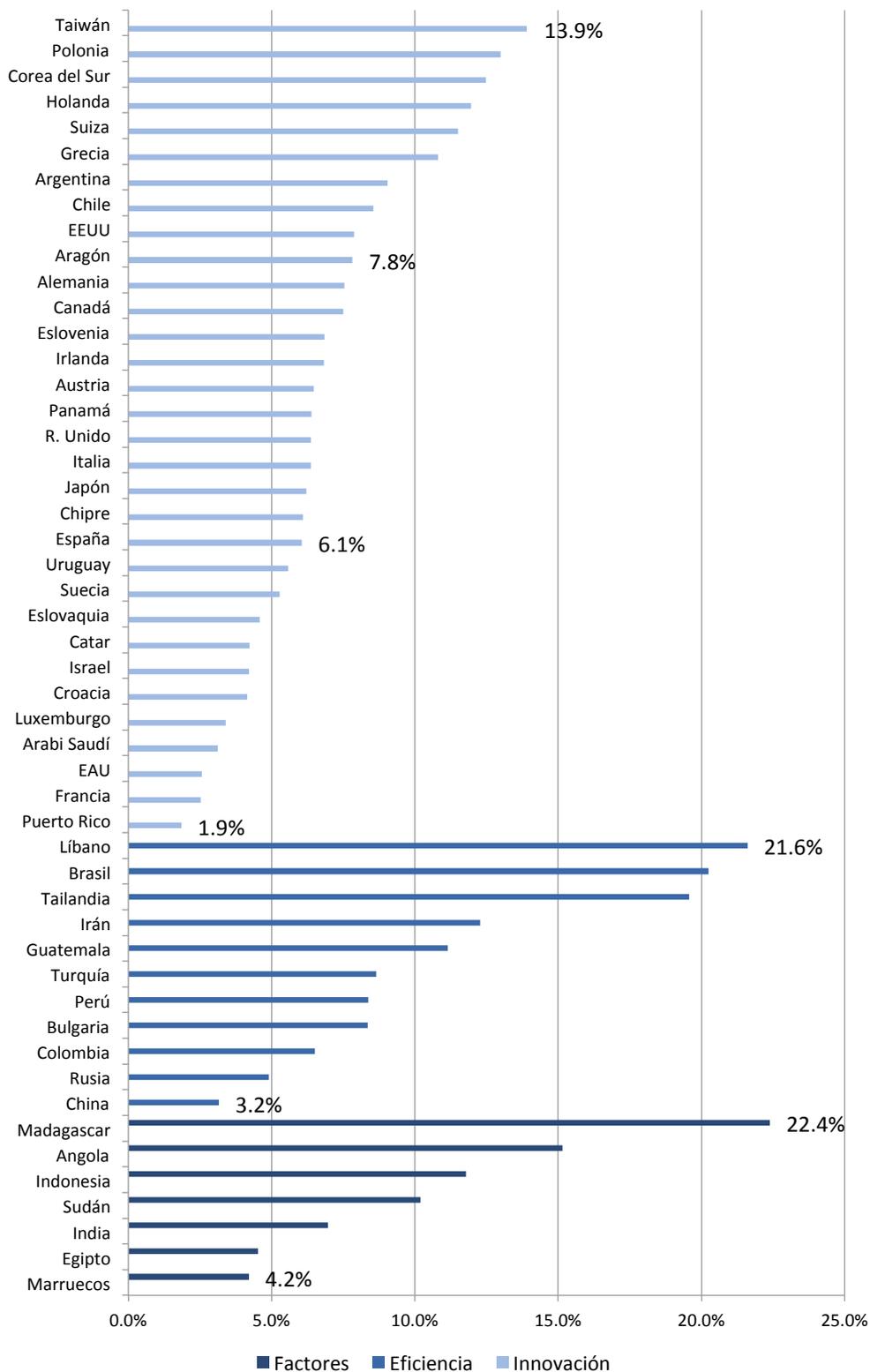
La Figura 1.11 compara la tasa de iniciativas consolidadas en el contexto de la UE. En este caso, Aragón también ocupa una posición destacada. Sobresalen, en los primeros lugares, Polonia y Holanda. Esta posición de nuestra Comunidad forma parte de una tendencia constante a lo largo de los últimos años cuando se habla de iniciativas consolidadas. Los países con menor tasa de actividades consolidadas dentro del marco de la UE son Francia, Luxemburgo o Croacia, que muestran cifras en el entorno del 4% o incluso inferiores.

Figura 1.11. Actividad empresarial consolidada en la UE



Finalmente, la Figura 1.12 compara Aragón con el conjunto de países participantes en el proyecto GEM. A la cabeza de iniciativas consolidadas entre los países desarrollados se encuentra Taiwán. Entre los países cuya economía se basa en la eficiencia destaca Líbano, mientras que Madagascar lo hace entre las economías basadas en los factores productivos. En la cola de los tres grupos sobresalen Puerto Rico, China y Marruecos respectivamente.

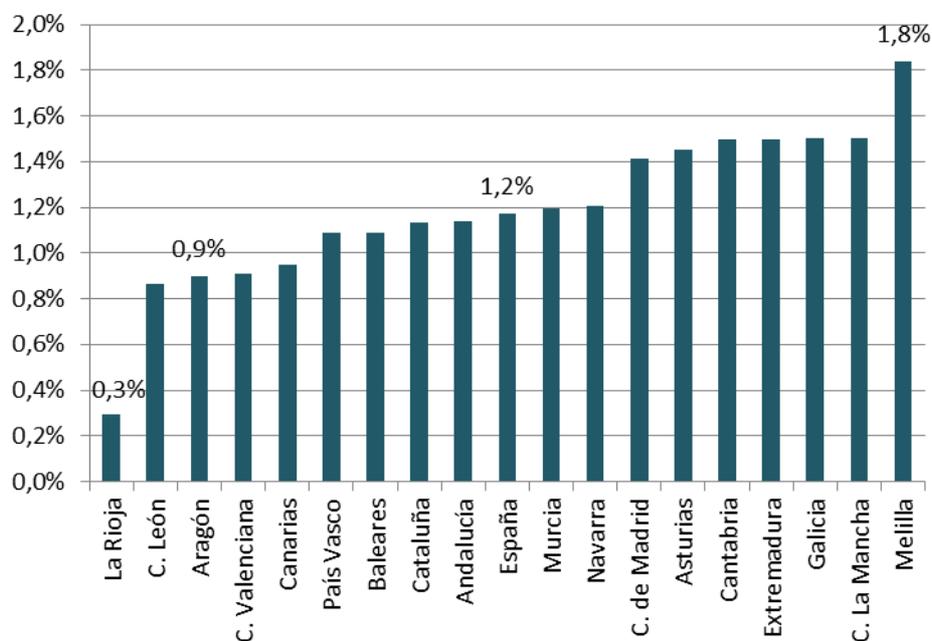
Figura 1.12. Actividad empresarial consolidada en los países participantes en GEM 2018-2019, clasificados en función de su grupo económico



Este apartado concluye con la descripción del porcentaje de adultos que han abandonado una iniciativa en el último año. Es importante notar que este abandono hace referencia a lo que anteriormente se ha denominado como cierre real y, por tanto, se dejan fuera aquellas actividades que han sido abandonadas, por ejemplo, como consecuencia de un traspaso o una venta. En la Figura 1.13 se observa que la tasa de abandonos en Aragón se sitúa entre las más bajas, solo superada por La Rioja y Castilla y León. Entre las comunidades que mayor tasa de abandono presentan, encontramos a Melilla, Castilla-La Mancha o Galicia.

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

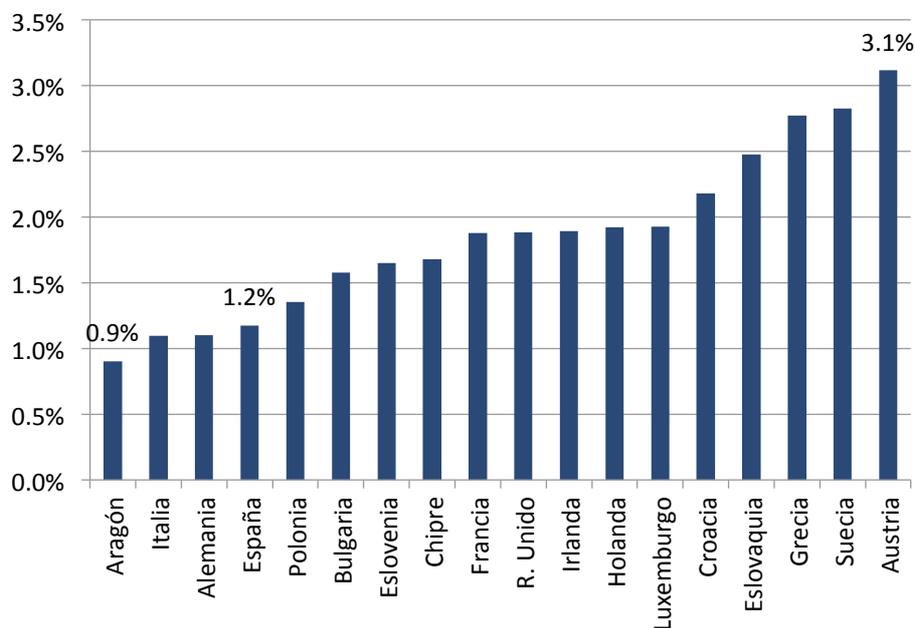
Figura 1.13. Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas



La Figura 1.14 analiza el abandono de iniciativas teniendo en cuenta todos los países GEM pertenecientes a la Unión Europea. Las mayores tasas se observan en

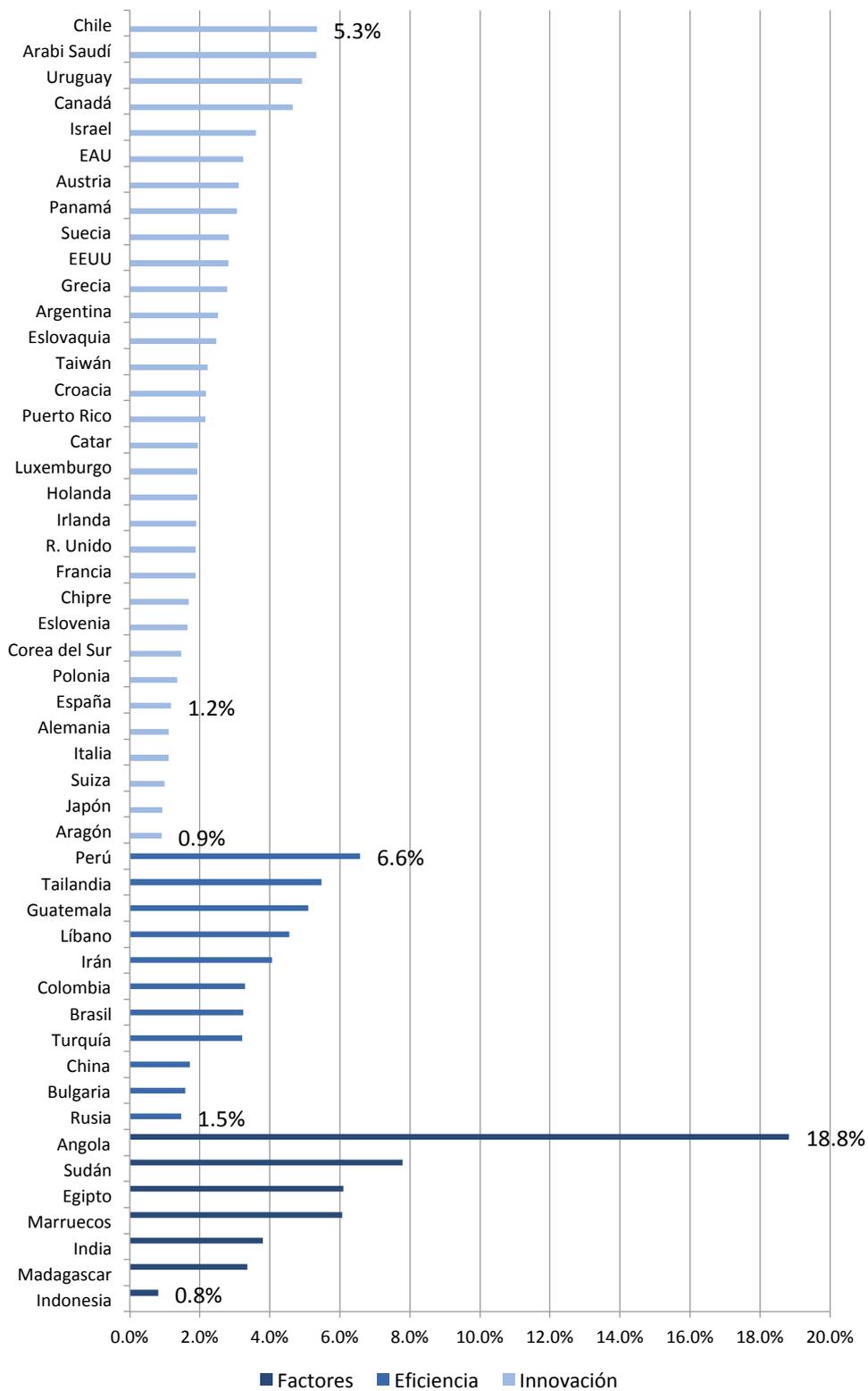
Austria (3,1%). Aragón, por el contrario, se encuentra en el extremo inferior, ocupando el lugar más favorable de la clasificación, junto a países como Italia o Alemania. Es importante destacar esta cifra por cuanto el abandono de las iniciativas emprendedoras es uno de los aspectos que más interés despierta en los poderes públicos. Esta posición de Aragón en la comparación con los países de la UE muestra que en nuestra Comunidad las iniciativas que se ponen en marcha tienen más visos de subsistir y, por lo tanto, de contribuir al desarrollo económico del territorio.

Figura 1.14. Porcentaje de actividades abandonadas en la UE



Finalmente, la Figura 1.15 realiza una comparación del abandono de actividades emprendedoras para el conjunto de países que participan en el proyecto GEM. Aragón ocupa de nuevo posiciones de privilegio en esta clasificación. Entre las economías más desarrolladas, Aragón presenta la tasa de cierres más baja, con valores muy próximos a los mostrados por Japón o Suiza y lejos de los valores que presentan Chile o Arabia Saudí, ambas por encima del 5%. Entre las economías basadas en la eficiencia destacan países como Perú o Tailandia, con tasas de cierre en el entorno al 6% y Rusia (1,5%), en el extremo opuesto. Finalmente, entre las economías basadas en los factores productivos, el mayor y menor valor corresponden a Angola (18,8%) e Indonesia (0,8%), respectivamente.

Figura 1.15. Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2018-2019, clasificados en función de su grupo económico



1.7. Potencial emprendedor

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

La Tabla 1.6 sintetiza el potencial emprendedor registrado para Aragón en el horizonte temporal que comprende el periodo 2013-2018. En 2018, un 7,7% de la población adulta declara tener intención de iniciar una actividad a corto o medio plazo. Este valor se encuentra sensiblemente por encima del observado en el periodo anterior (4,3%). El valor para el periodo 2018 supone un punto de ruptura con la tendencia bajista mostrada por esta dimensión en los últimos años, seguramente atribuible a la coyuntura económica.

Si aplicamos el porcentaje de emprendedores potenciales al total de la población adulta aragonesa, y bajo los mismos supuestos estadísticos que en el resto del capítulo, se puede estimar que el número de personas que planean iniciar una actividad económica en los próximos tres años se sitúa en el entorno de las 62.000.

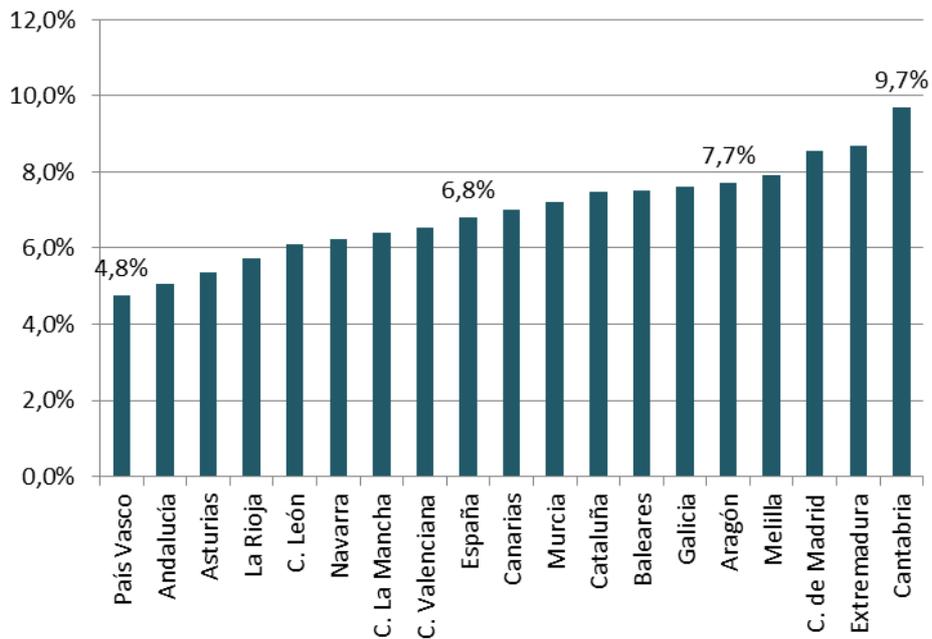
Tabla 1.6. Estimación del número de emprendedores potenciales en 2018 y comparación con el período 2013-2018

	Número de emprendedores potenciales	% sobre población entre 18 y 64 años
2018	62.383	7,7
2017	34.850	4,3
2016	40.451	5,0
2015	40.446	4,9
2014	50.580	6,0
2013	65.510	7,8

La Figura 1.16 nos permite comparar el potencial emprendedor de las diferentes regiones españolas. La tasa de emprendimiento potencial sitúa a la comunidad en la zona alta de la clasificación, aunque un punto alejada del valor extremo que

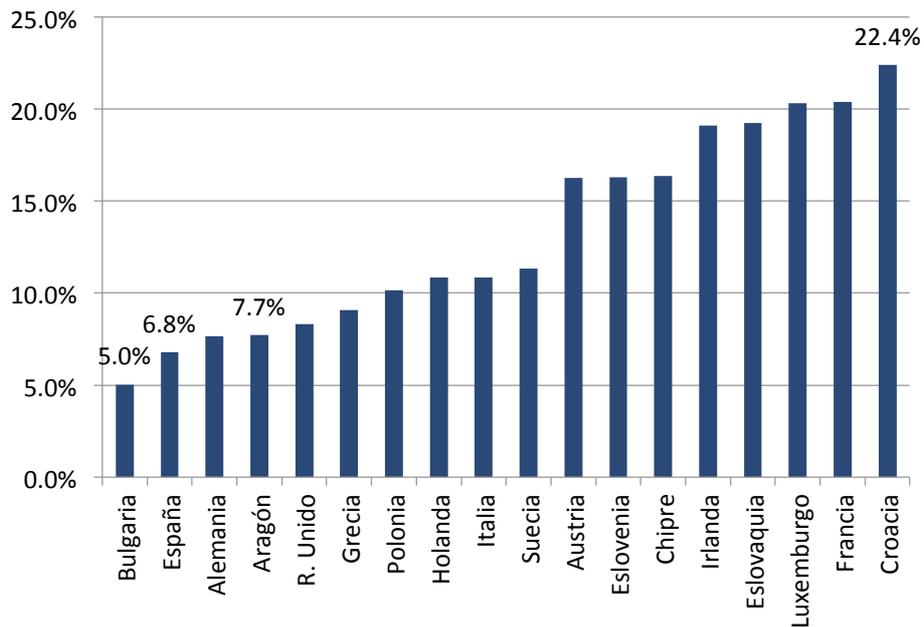
representa Cantabria (9,7%). En esta clasificación, País Vasco y Andalucía ocupan las últimas posiciones con cifras muy próximas al 5%.

Figura 1.16. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española



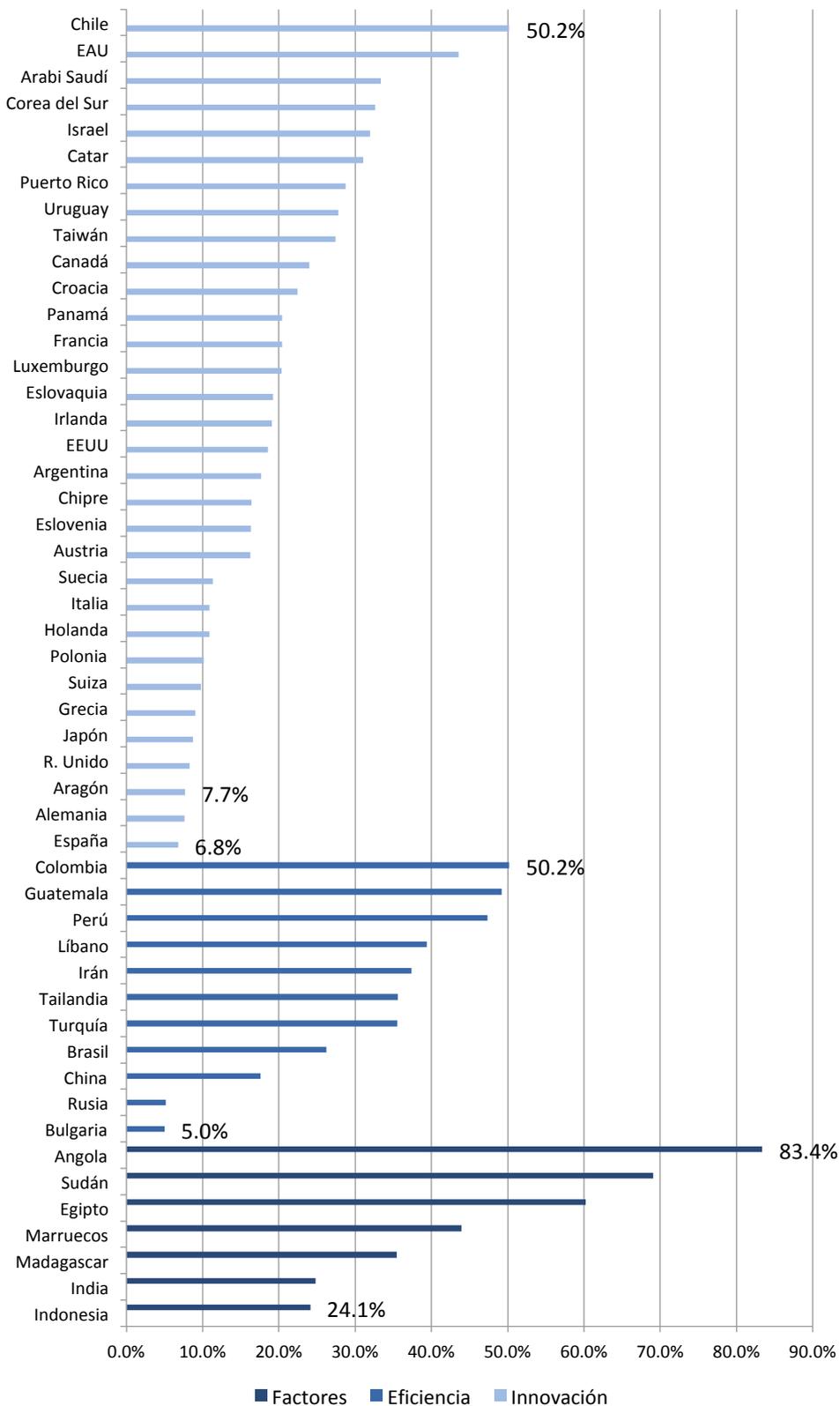
La Figura 1.17 ofrece información comparada para los diferentes países miembros de la Unión Europea que participan en el proyecto GEM. La tasa de potencial emprendedor de Aragón sitúa a la comunidad en el tramo inferior del bloque de países de la UE, aunque próxima a los valores mostrados por el Reino Unido o Alemania. En el extremo superior destaca Croacia, donde un 22,4% de sus ciudadanos se considera un emprendedor en potencia.

Figura 1.17. Porcentaje de emprendedores potenciales en la UE



Finalmente, la Figura 1.18 muestra la comparación con el conjunto de países GEM. De nuevo, la tasa de potencial emprendedor aragonesa se sitúa en el tramo final del panel, junto a la media española o países como Alemania o Reino Unido. Al comparar los diferentes niveles de desarrollo, parece apuntarse cierta relación inversa entre el nivel de desarrollo y las tasas de potencial emprendedor. Particularmente, se observa que, entre las economías más desarrolladas, por lo general, el potencial emprendedor es menor. No obstante, esta relación resulta más compleja de lo que puede parecer a primera vista, ya que en el potencial emprendedor pueden llegar a confundirse aspectos de percepción de oportunidad, más relacionados con un clima económico favorable, y la necesidad de encontrar una fuente de ingresos, que resulta frecuente en entornos económicos adversos (la interacción entre necesidad y oportunidad se analiza en el capítulo siguiente).

Figura 1.18. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2018-2019, clasificados en función de su grupo económico



CAPÍTULO 2

TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

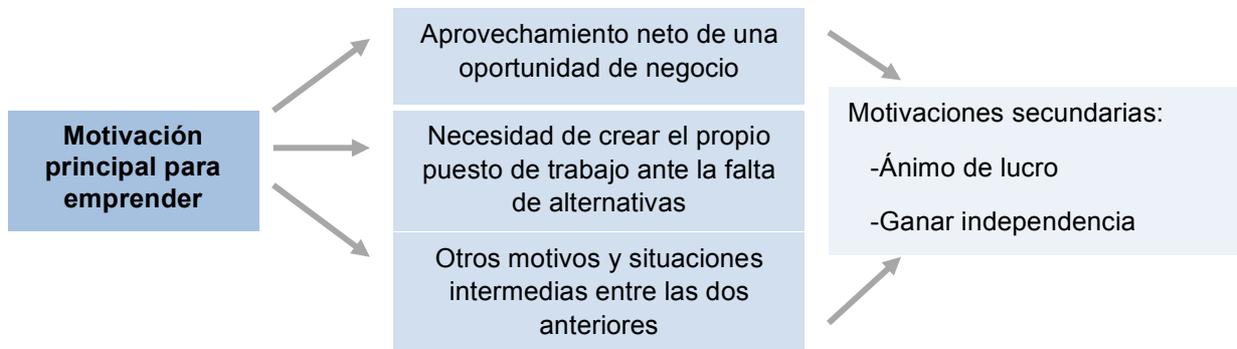
2.1. Introducción

El capítulo 1 proporciona una imagen general del comportamiento emprendedor en la Comunidad Autónoma mediante el análisis de indicadores como la intención de comenzar una actividad, las actividades en proceso de desarrollo y consolidación, las actividades ya consolidadas o el abandono de actividades. La principal conclusión que se deriva del primer capítulo es que, aunque la tasa de emprendimiento en Aragón se sitúa por debajo de la media nacional en 2018, existe cierta persistencia de las iniciativas emprendedoras en nuestra Comunidad, que se manifiesta a través de un relativamente elevado nivel de consolidación y un reducido nivel de abandono efectivo.

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

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

Figura 2.1. Motivación principal para las iniciativas emprendedoras



2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

Las Tablas 2.1 y 2.2. descomponen las iniciativas emprendedoras según su motivación, tanto para el conjunto de iniciativas emprendedoras como para las iniciativas nacientes o nuevas por separado. Para el conjunto de iniciativas emprendedoras se observa un patrón similar al que se ha ido mostrando en ediciones anteriores de este informe, esto es, el porcentaje de emprendedores que asegura verse motivado por la detección de una oportunidad total o parcial es sustancialmente mayor que el de los emprendedores que tratan exclusivamente de satisfacer una necesidad (65,8% frente a 20,3%). Respecto al año 2017, las cifras se muestran muy parejas en el emprendimiento por oportunidad (66,1% en 2017), aunque se reduce el emprendimiento por necesidad (29,8% en 2017), en la medida que el porcentaje de ciudadanos en la categoría de otros motivos aumenta en 2018 de forma importante, hasta situarse en el 13,8% (4,2% el año anterior).

Tabla 2.1. Descomposición de la Tasa de Actividad Emprendedor (TEA) 2018.
Emprendimiento por oportunidad y emprendimiento por necesidad

<p>TEA ARAGÓN 2018 (% sobre la población entre 18-64 años) 4,8%</p>	<p>Emprendimiento por oportunidad 3,2% (65,8% del total)</p>
	<p>Emprendimiento por necesidad 1,0% (20,3% del total)</p>
	<p>Otros motivos y situaciones intermedias 0,7% (13,8% del total)</p>

Un análisis complementario que puede resultar de interés consiste en centrarse en las iniciativas nacientes y nuevas por separado (Tabla 2.2). Por ejemplo, en el caso de los emprendedores nacientes, un 67,1% indica que su motivación responde a la detección de una oportunidad (total o parcial), frente a un 20,3% que aseguran emprender por necesidad. En el caso de los emprendedores nuevos, el predominio de la oportunidad total o parcial asciende al 66,0%, mientras que la necesidad es la principal motivación en el 19,7% de los casos. En definitiva, las diferencias entre los emprendedores nacientes y nuevos son escasamente importantes.

Tabla 2.2. Iniciativas emprendedoras según clase y motivación

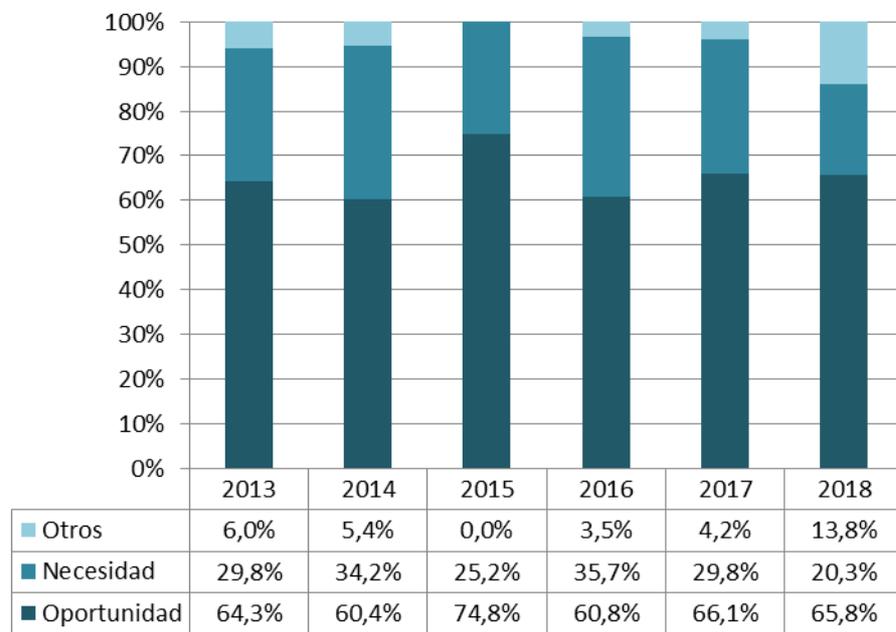
Motivo de su creación	Naciente		Nueva		TEA	
	Sobre Adultos	Sobre Nacientes	Sobre Adultos	Sobre Nuevas	Sobre Adultos	Sobre TEA
Oportunidad pura	1,0%	50,4%	1,2%	42,9%	2,2%	45,0%
Oportunidad en parte	0,3%	16,7%	0,7%	23,1%	1,0%	20,8%
Necesidad	0,4%	20,3%	0,6%	19,7%	1,0%	20,3%
Otros motivos	0,3%	12,5%	0,4%	14,3%	0,7%	13,8%
Total	2,0%	100,0%	2,8%	100,0%	4,8%	100,0%

2.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional

La Figura 2.2 nos ofrece la evolución de la motivación para emprender para el periodo comprendido entre 2013 y 2018. Como se acaba de indicar, la detección

de una oportunidad representa en 2018 la razón principal para el 65,8% de los emprendedores, cifra que se sitúa ligeramente por encima de la media de los últimos años. Es también destacable que el emprendimiento por necesidad alcanza el valor más bajo de la serie, lo que debe valorarse positivamente, en la medida en que se trata, por lo general, de un emprendimiento con menores expectativas de supervivencia e inferiores niveles de calidad.

Figura 2.2. Evolución de la distribución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación



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 3,2%, se sitúa aproximadamente en la mitad 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 La Rioja, donde un 2,0% de la población declara haber iniciado una actividad al detectar una oportunidad y Cataluña, donde este porcentaje es del 6,8%. La comparación de la posición de Aragón en 2018 y 2017 nos sitúa por encima de los valores mostrados en el periodo anterior (en 2017 el porcentaje vinculado al

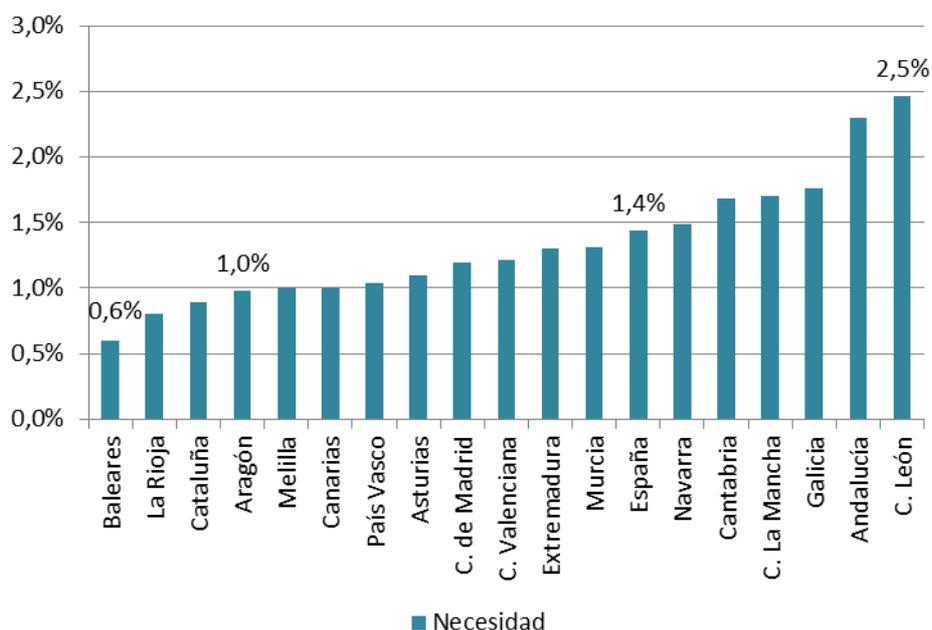
emprendimiento como detección de oportunidades fue del 2,5%). En definitiva, aunque la tasa de emprendimiento en Aragón se sitúa claramente por debajo de la media nacional, las diferencias son algo menos acusadas cuando se hace referencia al emprendimiento por oportunidad, por lo que la posición de la Comunidad es algo más favorable cuando se piensa en las iniciativas de mayores expectativas.

Figura 2.3. Oportunidad como motivo para emprender: comparación entre regiones españolas



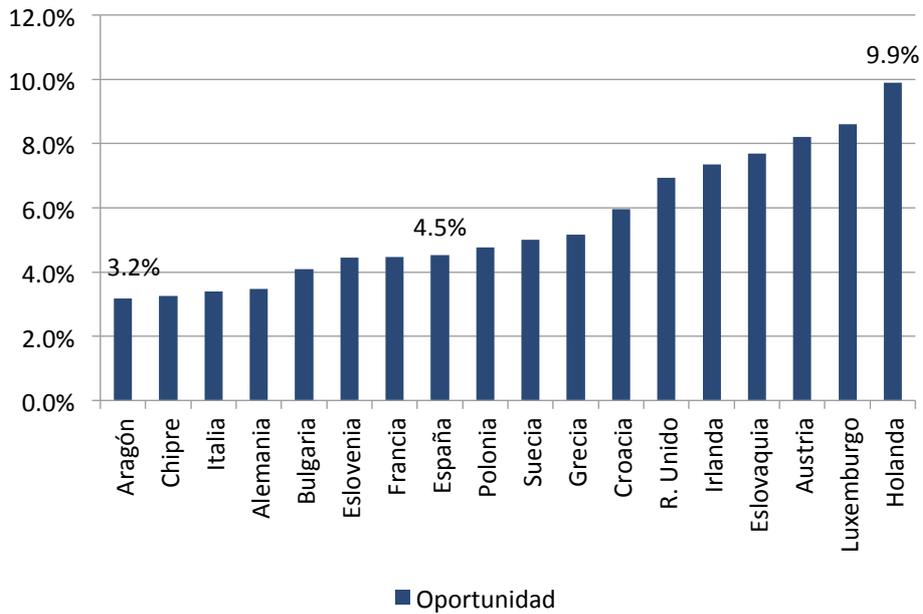
La Figura 2.4 completa la comparación entre regiones españolas en lo que se refiere al análisis de las motivaciones para emprender. En este caso, la ordenación responde al TEA por necesidad. Aragón se sitúa en el tercio inferior de la clasificación, con un 1,0% de adultos implicados en iniciativas emprendedoras motivadas por una necesidad. Este valor está cuatro décimas por debajo del que corresponde a la media nacional. En los extremos, nos encontramos con Baleares que ofrece el menor valor (0,6%) y Castilla y León, que con un 2,5% se sitúa en lo más alto de la clasificación.

Figura 2.4. Necesidad como motivo para emprender: comparación entre regiones españolas



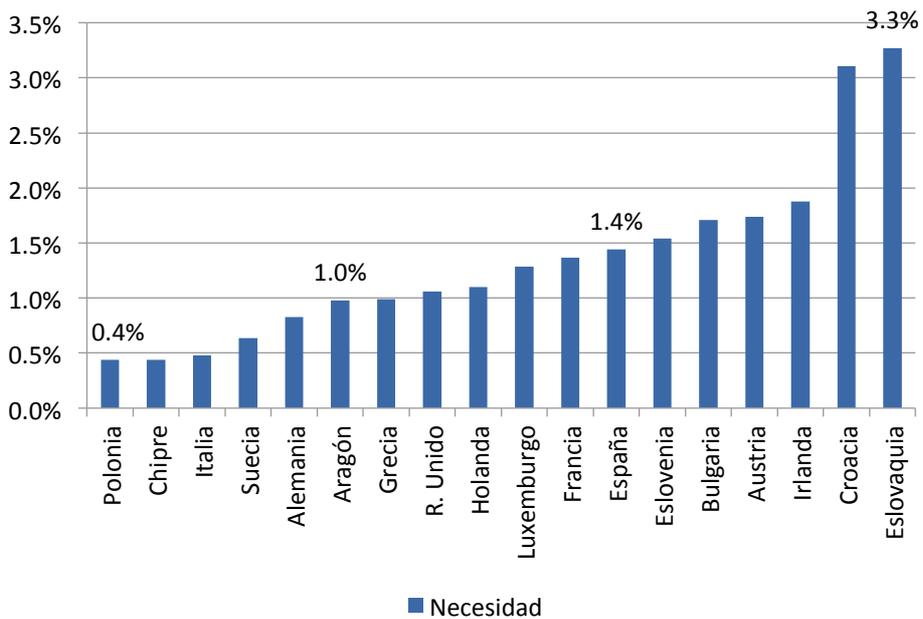
La Figura 2.5 realiza una comparación en un contexto internacional. En primer lugar, se contraponen el TEA por oportunidad de Aragón con el del resto de países participantes en el proyecto GEM que pertenecen a la Unión Europea. Al igual que ocurría en el TEA acumulado (es decir, sin distinguir motivo), el TEA por oportunidad en Aragón se sitúa en el último puesto, con cifras similares a las que presentan, por ejemplo, Chipre, Italia o Alemania. Por otra parte, la ordenación por TEA por oportunidad está muy correlacionada con la que surge de ordenar los países por el TEA sin distinguir motivos. Así, la baja posición de Aragón resulta no tanto de un porcentaje bajo de iniciativas resultantes de la detección de una oportunidad, como por el hecho de que el TEA global es bajo para el periodo analizado.

Figura 2.5. Oportunidad como motivo para emprender: comparación UE



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. En este caso, la situación que presenta Aragón la sitúa en la zona media-baja de la clasificación. Por la parte baja de este ranking destacan Polonia o Chipre, mientras que entre los países con mayor TEA por necesidad sobresalen Eslovaquia o Croacia.

Figura 2.6. Necesidad como motivo para emprender: comparación UE



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 clasifican 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.

Entre los países desarrollados, Aragón ocupa nuevamente el último puesto en el TEA por oportunidad (Figura 2.7). A nivel global destaca Angola, con un 23,3%. 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 que la sitúa en el tercio inferior entre los países más desarrollados.

Figura 2.7. Oportunidad como motivo para emprender:

Comparación en el conjunto de países GEM

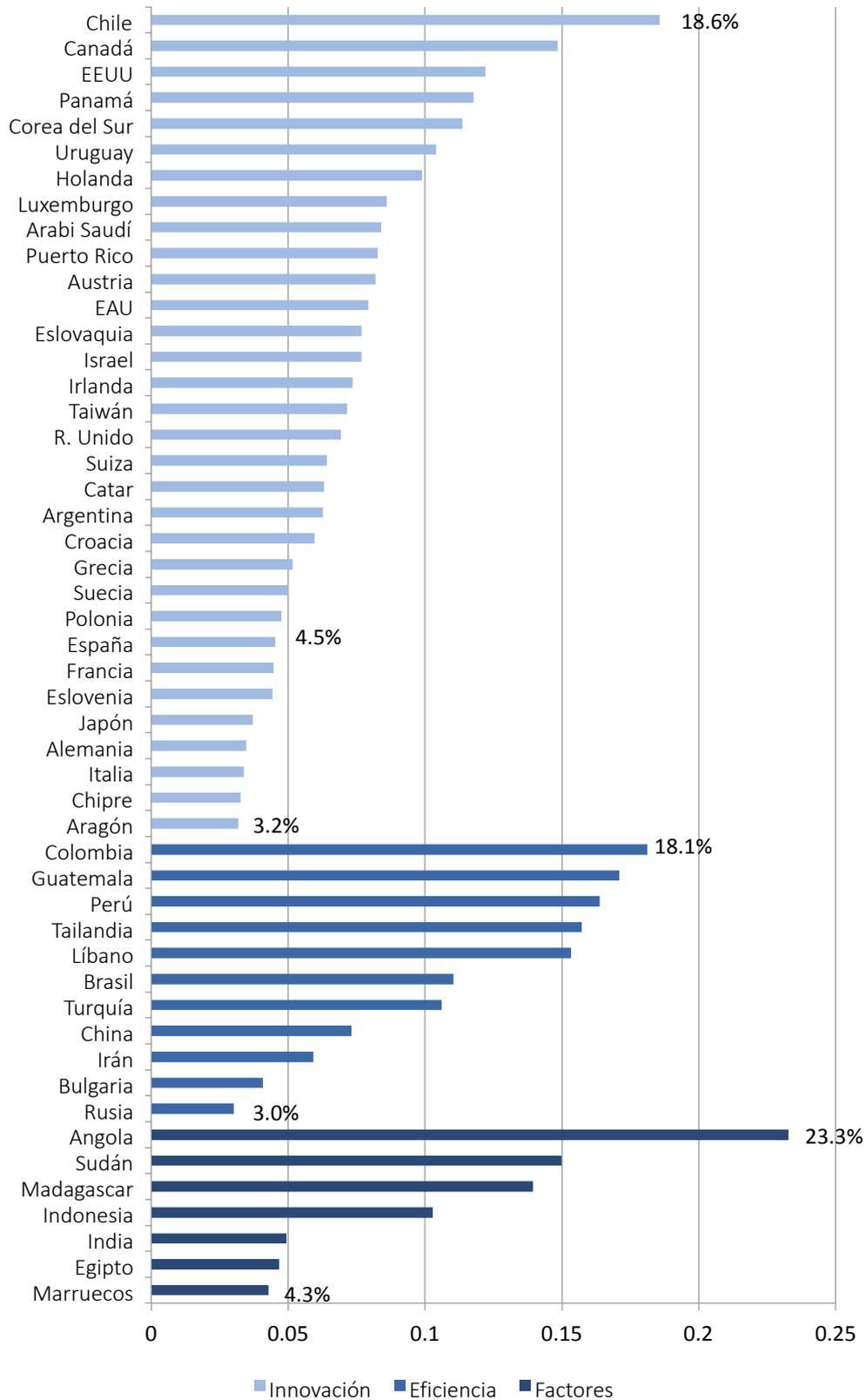
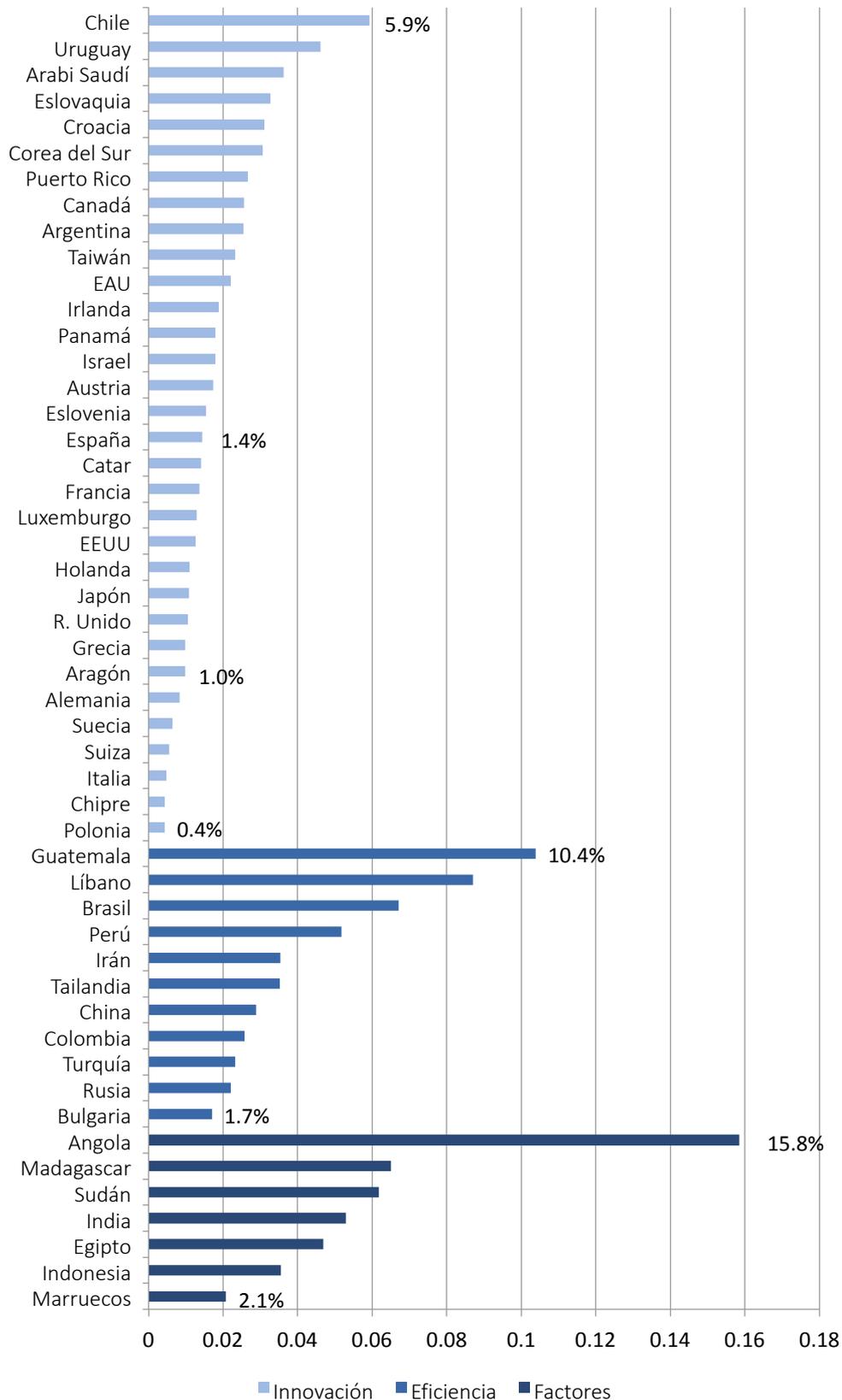


Figura 2.8. Necesidad como motivo para emprender:
comparación en el conjunto de países GEM

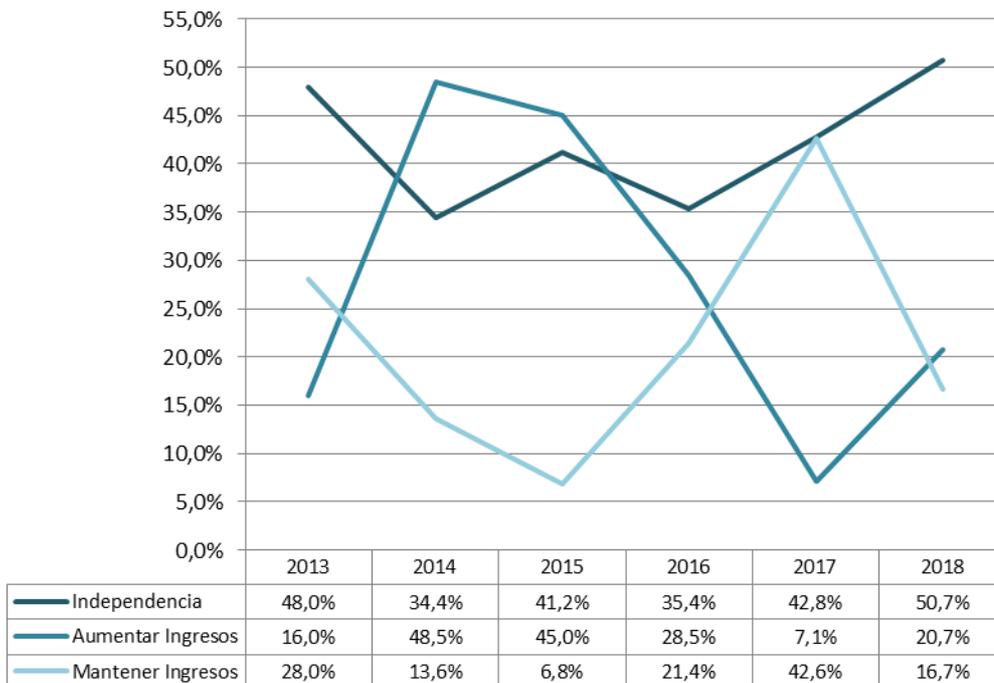


2.4. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad

El capítulo segundo concluye analizando los motivos que se asocian a la creación de empresas que surgen como resultado de la identificación de una oportunidad. Particularmente, se muestra qué iniciativas se ponen en marcha con la intención de conseguir independencia y autonomía, con la intención de aumentar los ingresos económicos y con la intención de mantener o salvaguardar la economía personal. La Figura 2.9 muestra la descomposición del TEA por oportunidad en estas tres razones para el periodo 2013-2018.

Como se puede observar en la Figura 2.9, algo más del 50% de los emprendedores por oportunidad deseaban aumentar su independencia en 2018. Con las excepciones que representan los años 2014 y 2015, esta categoría ha sido la dominante a lo largo de los últimos años. En 2018 hay una recuperación importante del porcentaje de emprendedores por oportunidad que afirman querer aumentar sus ingresos (20,7%) en relación con el período anterior. Mientras, el porcentaje de aquellos que buscan mantenerlos (16,7%) se reduce más que notablemente en relación al año precedente.

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

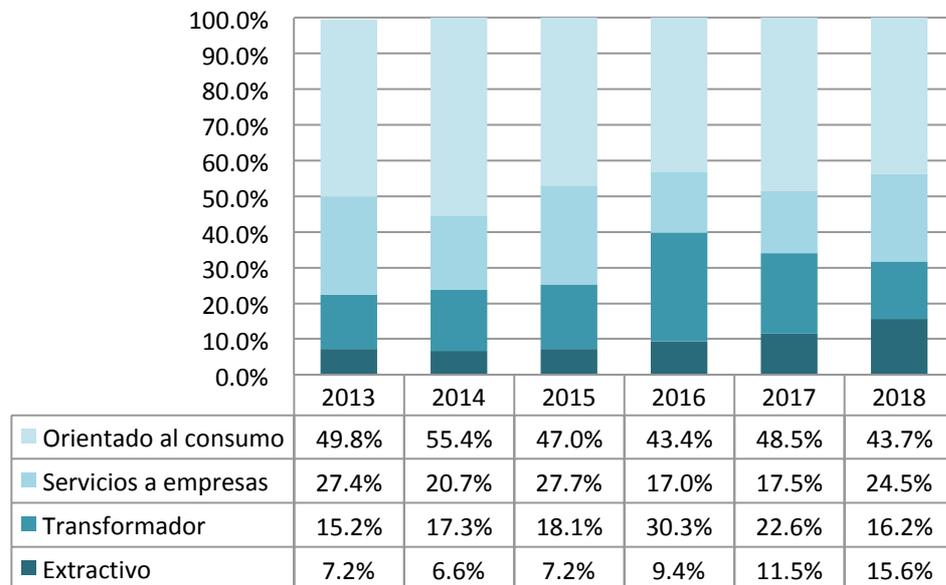
- Sector general de actividad en el que operan (3.2)
- Número de propietarios de las iniciativas (3.3)
- Dimensión de las iniciativas emprendedoras, así como de las empresas consolidadas (3.4)
- Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado (3.5)
- Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón (3.6)
- Grado de competencia percibido por las mismas (3.7)
- Uso de nuevas tecnologías (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 grandes sectores de actividad: sector orientado al consumo, servicios a empresas, sector transformador y sector extractivo. En la Figura 3.1 se muestra la distribución de todas las iniciativas en fase emprendedora en función de dicha clasificación.

El sector que concentra la mayor proporción de nuevas empresas continúa siendo el orientado al consumo, con un 43,7% del total, si bien es cierto que en el último año disminuye ligeramente su importancia relativa en relación con 2017. A continuación, se sitúan los servicios a empresas, que tras el repunte que se observa en 2018 representan casi una de cada cuatro nuevas empresas. También aumenta el peso relativo del sector extractivo (15,6%, frente al 11,5% del año anterior), mientras que disminuyen las empresas de componente más industrial, que en 2018 suponen el 16,2% (22,6% en 2017).

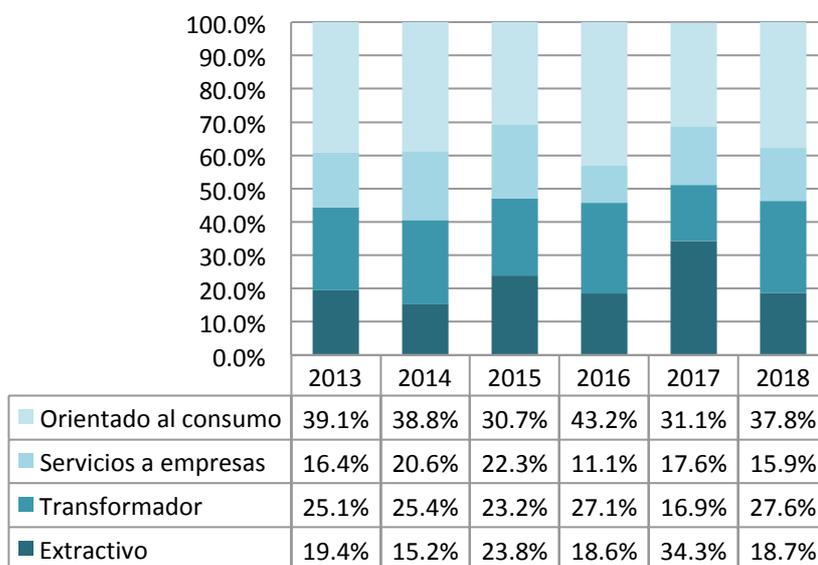
Figura 3.1. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2013-2018)



En relación con el emprendimiento consolidado, la Figura 3.2 analiza la distribución de las empresas que superan los 42 meses en función del sector de actividad al que pertenecen. Las actividades orientadas al consumo son las más

habituales también en este caso (representan el 37,8% del total), aunque su peso es algo más bajo que en las iniciativas en fase emprendedora, seguramente porque se trata de empresas cuya creación es más frecuente como consecuencia de su reducido tamaño y limitadas exigencias para su puesta en marcha, pero también es mayor el número de cierres. Una valoración opuesta puede hacerse de las empresas en el sector transformador: en la medida en que son más exigentes en cuanto a compromiso de recursos, su creación es menos frecuente, pero aquellas que se ponen en marcha tienen una vida útil más larga, por lo que su peso relativo dentro del emprendimiento consolidado alcanza el 27,6% en 2018. Por su parte, los servicios a empresas y el sector extractivo aglutinan entre el 15% y el 20% de las empresas consolidadas.

Figura 3.2. Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2013-2018)



3.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras

En la Tabla 3.1 se muestra el número medio de propietarios de las iniciativas nacientes (las asociadas a la puesta en marcha del negocio pero que no han pagado salarios ni obtenido beneficios por un período superior a los tres meses),

nuevas (las que llevan en funcionamiento hasta 42 meses) y consolidadas (las que han superado los tres años y medio de existencia) durante el periodo 2013-2018.

De las cifras del año 2018 se puede destacar que el número medio de propietarios del conjunto de actividades nacientes y nuevas (las que se incluyen en el cálculo del índice TEA) se ha reducido, situándose en 1,52 propietarios. Esta disminución se debe fundamentalmente a las actividades nacientes, que han pasado de 2,21 propietarios en 2017 a únicamente 1,29 en 2018, ya que las nuevas experimentan un ligero incremento (de 1,61 propietarios en 2017 a 1,270 en 2018). En el caso del emprendedor consolidado, el número de propietarios por iniciativa (aproximadamente, 1,7) se mantiene prácticamente inalterado a lo largo de los últimos años.

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

	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
2013	2,12	1,60	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
2017	2,21	1,61	1,86	1,66
2018	1,29	1,70	1,52	1,66

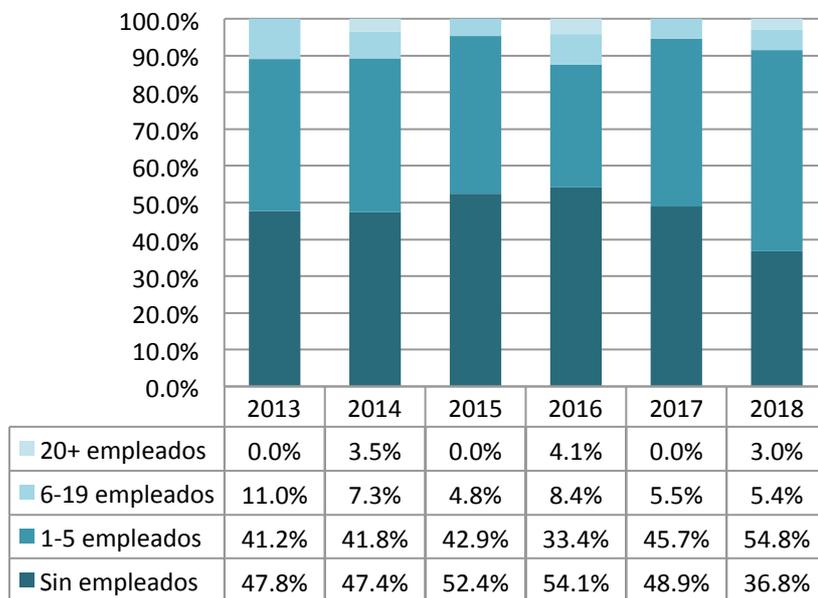
3.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y de las empresas consolidadas

Para medir la dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas empleamos el número de puestos de trabajo que generan, por lo que vamos a distinguir 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 iniciativas emprendedoras (nacientes y nuevas) durante el periodo 2013-2018. Hay que destacar, en primer lugar, que en 2018 el número de iniciativas que sólo ocupan al

propietario mantiene la tendencia a la baja iniciada en 2016, situándose en el valor más bajo de toda la serie. Por el contrario, aumenta la importancia de las iniciativas que generan empleo, aunque fundamentalmente lo hacen las más modestas. Así, se mantiene aproximadamente la proporción de iniciativas que tienen más de 6 empleados, mientras que se incrementa la de las que emplean entre uno y cinco trabajadores, que pasan del 45,7% en 2017 al 54,8% en 2018.

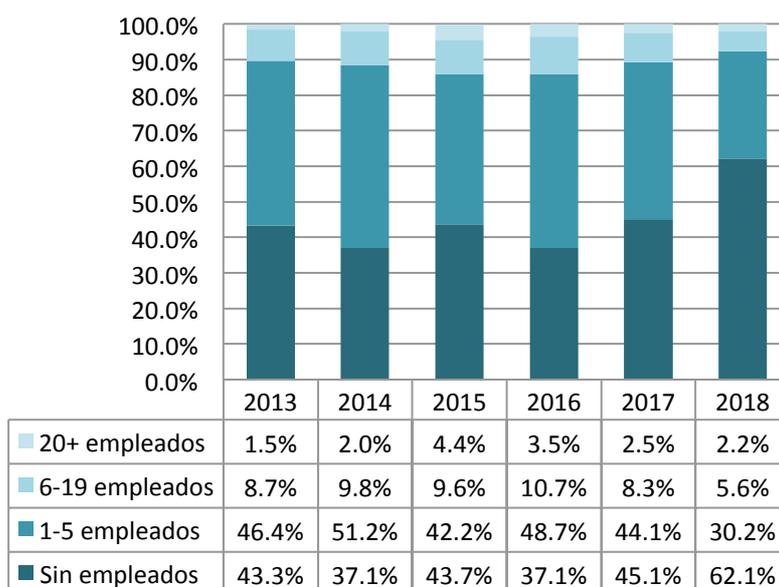
Figura 3.3. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (2013-2018)



La Figura 3.4 muestra la evolución temporal del tamaño de las iniciativas consolidadas y en ella podemos comprobar cómo la situación es totalmente distinta a la que se observa en las iniciativas en fase emprendedora. Así, la proporción de empresas que ocupan únicamente al promotor del negocio se incrementa en 2018, alcanzándose el máximo de la serie (se pasa del 45,1% de 2017 al 62,1% de 2018). Al mismo tiempo disminuye la proporción de iniciativas que generan entre 1 y 5 empleados (desde el 44,1% de 2017 hasta el 30,2% en 2018), así como aquellas en las que se genera más empleo. En concreto, la importancia de las iniciativas que ocupan a entre 6 y 19 empleados pasa del 8,3% en 2017 al 5,6%

en 2018, mientras que las de 20 o más empleados reducen su proporción del 2,5% hasta el 2,2% en el mismo período.

Figura 3.4. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal (2013-2018)



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

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

Los emprendedores nuevos y nacientes de las actividades en fase incipiente (Figura 3.5) se muestran optimistas, ya que únicamente un 23,7% de las nuevas empresas no prevé contratar nuevos trabajadores en este período (frente al 35,5% del año 2017). Por el contrario, un 19,6% de los mismos espera generar seis o más empleos, un 13,3% espera crear entre 6 y 19 puestos de trabajo y un 6,3%, 20 o más. Estas cifras contrastan con las reales para las empresas en fase consolidada presentadas en la Figura 3.4, puesto que sólo el 7,8% de ellas ha

creado 6 o más puestos de trabajo hasta 2018. Es decir, o bien los emprendedores están siendo demasiado optimistas, con expectativas que no llegan a materializarse a la luz de lo que ha ocurrido en el pasado, o bien esperan que las nuevas iniciativas tengan una dimensión superior a las ya consolidadas.

La Figura 3.6 muestra las expectativas con relación al crecimiento del empleo en las empresas en fase consolidada para los próximos cinco años. En este caso, las expectativas son más pesimistas que en el caso anterior. El porcentaje de iniciativas consolidadas que actualmente no tienen empleados es del 62,1% (Figura 3.4), mientras que las expectativas a cinco años vista reducen este porcentaje al 59,4% (Figura 3.6). Si comparamos estas cifras con la del año 2017, se constata ese pesimismo, ya que las expectativas de crear empleo se han reducido del 49,9% en 2017 al 40,6% en 2018.

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

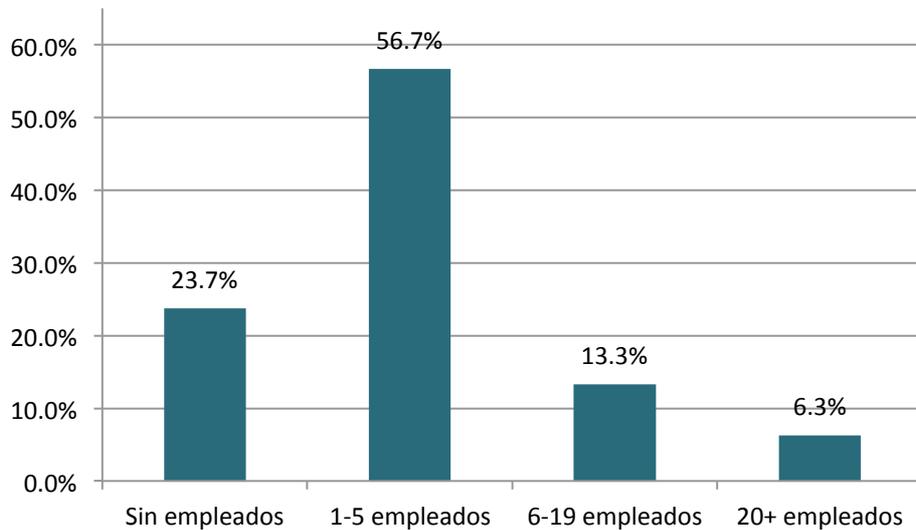
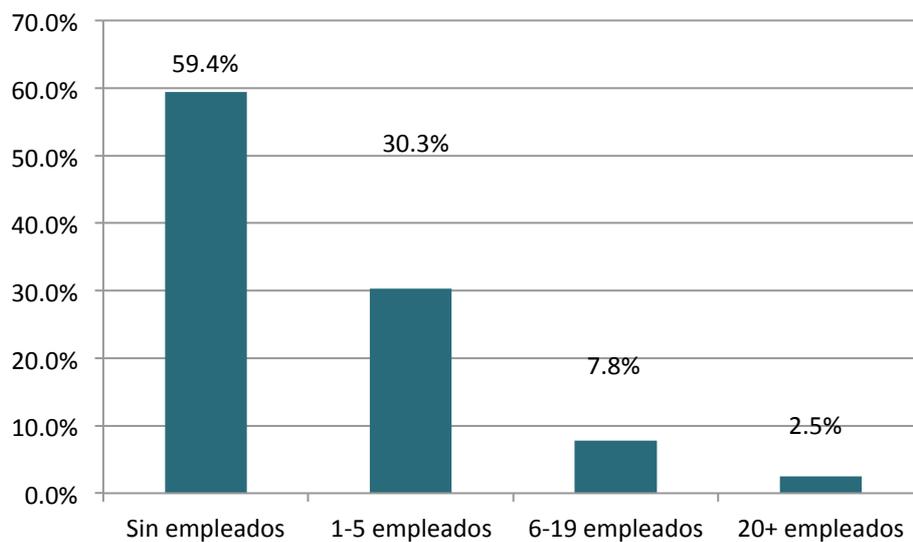


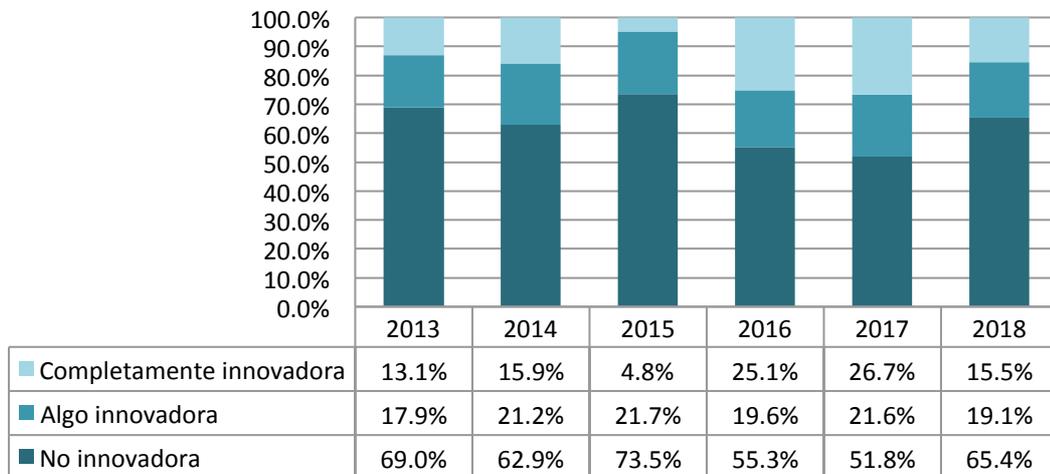
Figura 3.6. Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista



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

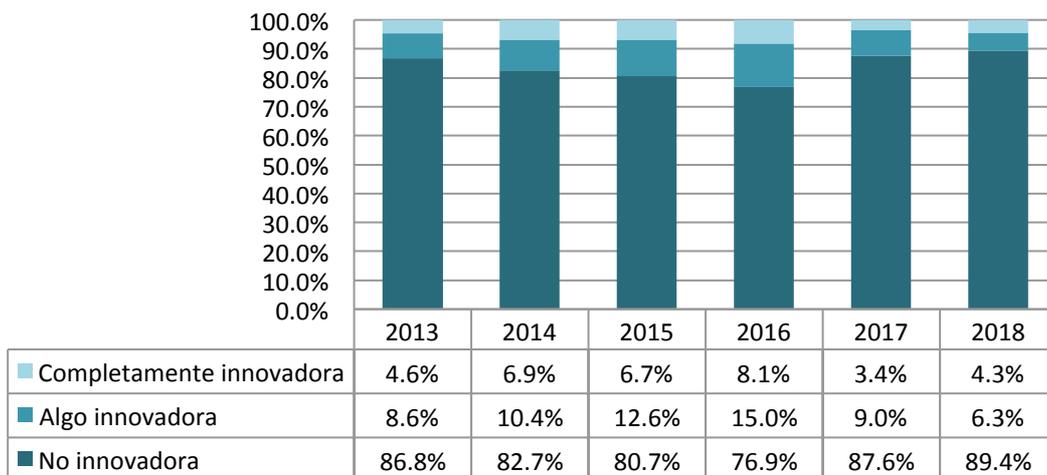
En este epígrafe se analiza el grado de innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada. El proyecto GEM estudia la innovación a partir de las características del producto o servicio que se ofrece al cliente, por lo que los resultados que se muestran han de entenderse como referidos únicamente a este factor y no a otros tales como la gestión, la producción, la distribución o la implantación. En el año 2018, casi dos de cada tres iniciativas emprendedoras en Aragón no ofrecen ningún tipo de innovación al mercado, lo que rompe con la tendencia favorable que se había puesto de manifiesto en los dos años previos (véase la Figura 3.7). Por el contrario, las que sí tienen algún componente innovador tienen una menor representación, en particular las que implican un mayor grado de innovación.

Figura 3.7. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal (2013-2018)



La Figura 3.8 muestra la evolución en el grado de innovación en el caso de las iniciativas consolidadas. En este grupo, destaca que el 89,4% de las iniciativas no supone una innovación (el 87,6% en 2017), lo que supone la peor cifra de toda la serie. Además, el porcentaje de iniciativas que sí presentan cierto componente innovador ha disminuido desde el 12,4% de 2017 al 10,6% de 2018.

Figura 3.8. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal (2013-2018)

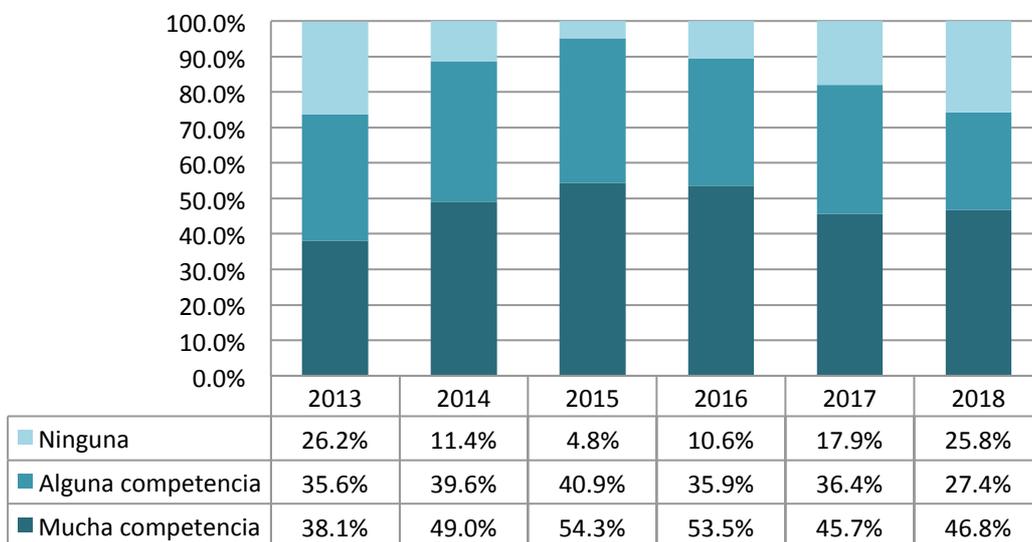


3.7. Grado de competencia percibido

El Informe GEM mide también el grado de competencia de las iniciativas emprendedoras y consolidadas a partir de la percepción sobre la rivalidad que se genera por parte de las empresas que ofrecen los mismos o similares productos que la empresa del emprendedor entrevistado. Las Figuras 3.9 y 3.10 muestran el grado de competencia al que se ven sometidas estas iniciativas en Aragón para el período 2013-2018.

En cuanto a las iniciativas emprendedoras, la proporción de entrevistados que dice no afrontar ninguna competencia ha aumentado con respecto al año 2017, al pasar del 17,9% al 25,8% este año. Por tanto, el porcentaje de negocios que manifiestan operar en un contexto competitivo ha disminuido algo con respecto al año anterior (del 82,1% de 2017 al 74,2% de 2018), fundamentalmente por la reducción de aquellos que manifiestan tener cierto grado de competencia.

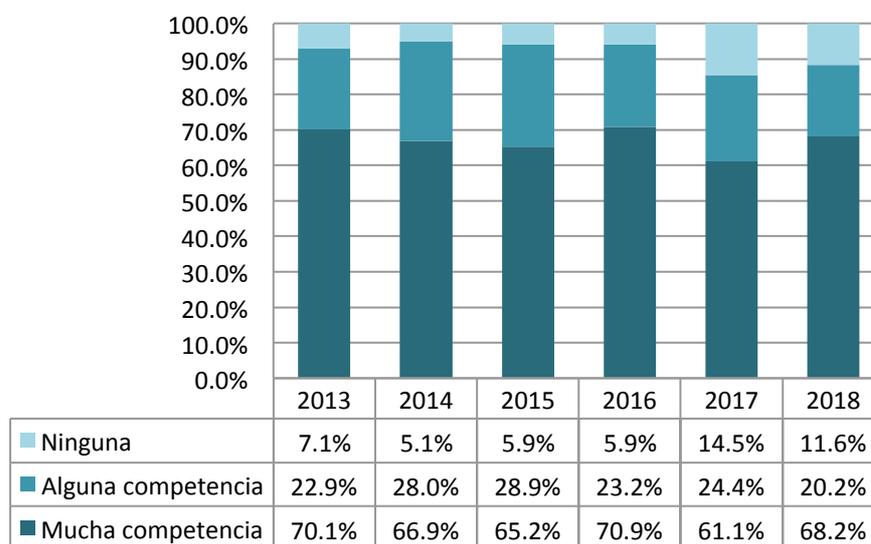
Figura 3.9. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal (2013-2018)



En el caso de las iniciativas consolidadas (véase la Figura 3.10), el patrón cambia ligeramente, ya que el porcentaje de negocios que desarrollan su actividad en un contexto competitivo (alguna o mucha competencia) ha aumentado (de un 85,5% en 2017 a un 88,4% en 2018), disminuyendo el porcentaje de los que

manifiestan no tener ninguna competencia (de un 14,5% en 2017 a un 11,6% en 2018).

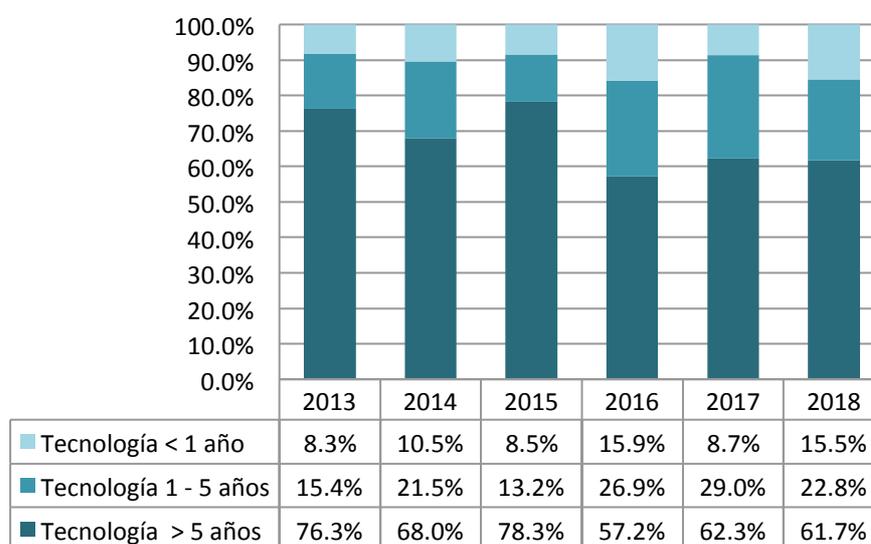
Figura 3.10. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal (2013-2018)



3.8. Uso de nuevas tecnologías

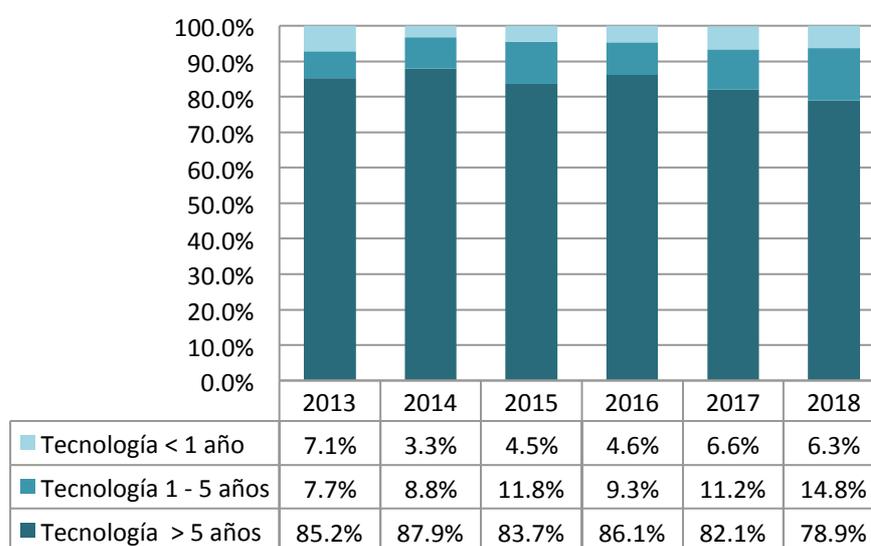
Para conocer qué características son las más importantes en las iniciativas emprendedoras y consolidadas, es importante saber cuál es el uso y adopción de nuevas tecnologías para el desarrollo de los procesos productivos o la prestación de servicios. En las Figuras 3.11 y 3.12 se muestra la distribución de iniciativas en función de la antigüedad de las tecnologías utilizadas. En el caso de las empresas más jóvenes (Figura 3.11), destaca el aumento en el uso de tecnologías de menos de un año de antigüedad, con un 15,5%. En el polo opuesto, prácticamente dos de cada tres iniciativas manifiestan usar tecnologías con más de cinco años de antigüedad.

Figura 3.11. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal (2013-2018)



En el caso de las iniciativas consolidadas (Figura 3.12), el porcentaje de iniciativas que usan tecnologías con más de cinco años de antigüedad es del 78,9%, cifra ligeramente inferior a la del año precedente y casi 20 puntos superior al de las empresas en fase emprendedora.

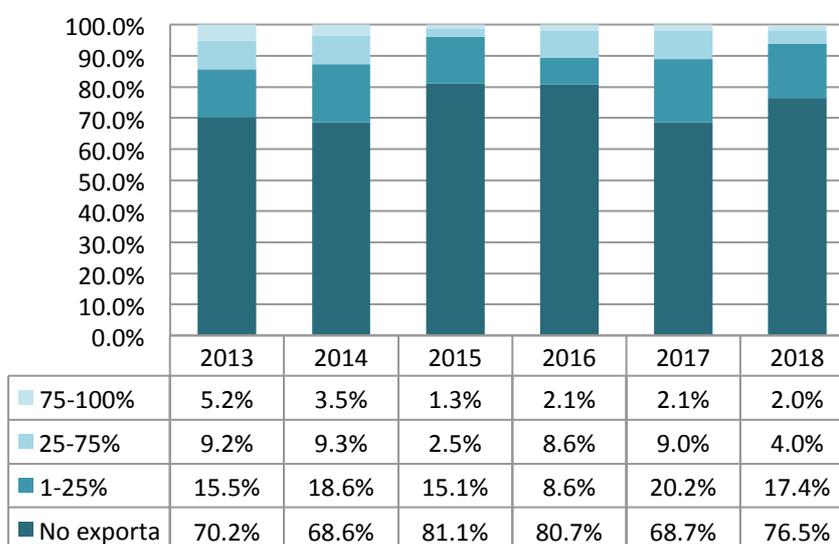
Figura 3.12. Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal (2013-2018)



3.9. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Las empresas españolas pueden adoptar, tanto al comienzo de su existencia como a lo largo de la misma, la decisión estratégica de internacionalizarse, para abrirse a nuevos mercados y no depender únicamente del comportamiento del mercado nacional. En este sentido, este apartado analiza la intensidad exportadora de las empresas aragonesas en fase emprendedora entre 2013 y 2018 (Figura 3.13). Si comparamos los datos de 2017 y 2018, la intensidad exportadora decrece para los tres rangos definidos, al mismo tiempo que aumenta hasta el 76,5% el porcentaje de iniciativas que no exporta nada (68,7% en 2017). Aunque la evolución en el período 2013-2018 no es del todo clara, sí parece observarse cierta tendencia a la baja en dicho indicador, quizás con la excepción del año 2015, que presenta los porcentajes de intensidad exportadora más bajos de todo el período.

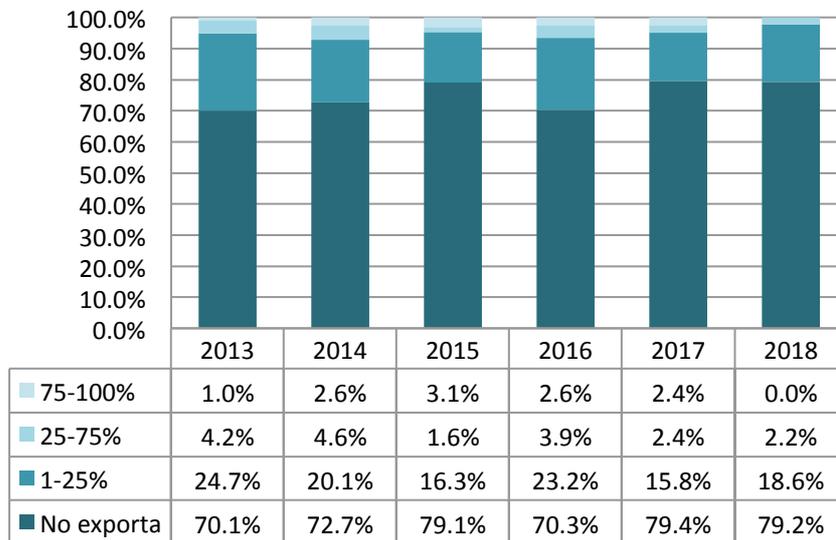
Figura 3.13. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2013-2018)



La Figura 3.14 muestra el mismo indicador para las iniciativas consolidadas. En este caso las cifras son ligeramente peores que las correspondientes a las iniciativas en fase emprendedora. Así, el porcentaje de las iniciativas consolidadas que no exporta nada es del 79,2%, cifra ligeramente inferior a la de 2017, pero que se sitúa en valores altos si comparamos el dato con los de los años anteriores. Entre las empresas que dicen exportar, la mayoría se sitúa en un rango de

intensidad exportadora moderado (18,6%) y sólo un 2,2% de las empresas exportan entre un 25% y un 75% de sus ventas.

Figura 3.14 Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2013-2018)

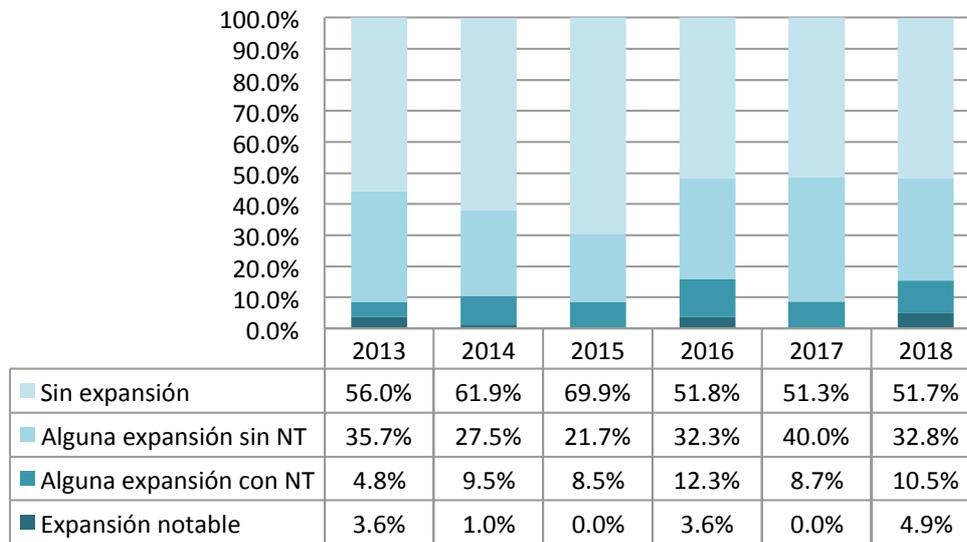


3.10. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Finalmente, el último apartado de este capítulo se centra en conocer el crecimiento esperado por los emprendedores aragoneses. En la Figura 3.15 se muestra la expansión esperada por las iniciativas emprendedoras, distinguiéndose cuatro categorías: sin expansión, alguna expansión sin uso de nuevas tecnologías, alguna expansión con uso de nuevas tecnologías y expansión notable.

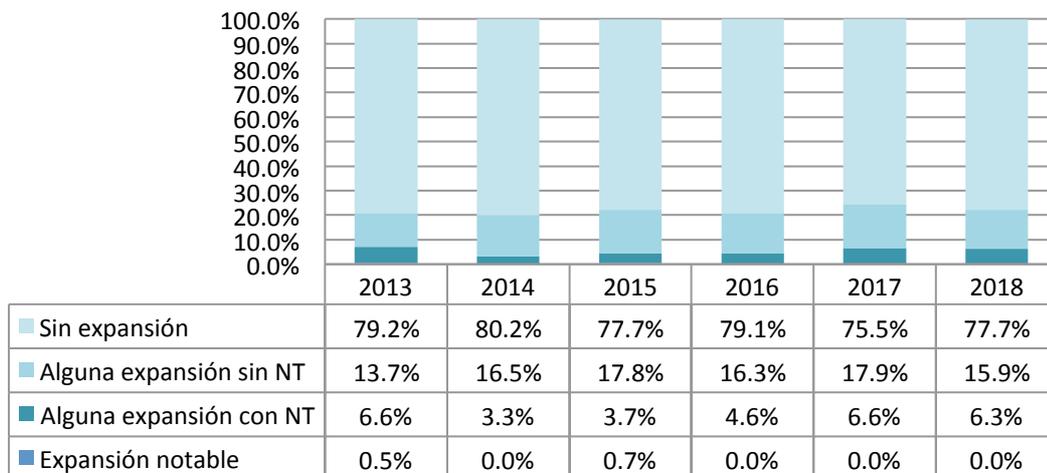
Hay que destacar que, aunque el porcentaje de empresas que espera no realizar ninguna expansión se mantiene estable con respecto al año 2017 (un 51,7% este año 2018), aumentan las empresas que esperan realizar una expansión notable (4,9%) y las que piensan hacerlo mediante el uso de nuevas tecnologías (10,5%). Si ponemos estos datos en el contexto de los cinco años analizados, las cifras pueden considerarse positivas, tanto porque el porcentaje de las que no esperan expansión está entre los más bajos del período, como porque la proporción de las que esperan una expansión notable o alguna expansión con nuevas tecnologías está entre los más altos.

Figura 3.15. Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal (2013-2018)



Por último, la Figura 3.16 muestra la expansión esperada de las iniciativas consolidadas. Las cifras de 2018 son muy similares a las de 2017 en todas las categorías analizadas. Sin embargo, si comparamos estas con las iniciativas en fase emprendedora (Figura 3.15) observamos un panorama menos favorable, ya que aproximadamente tres cuartas partes de las iniciativas consolidadas no muestran ninguna expectativa de expansión (77,7% frente al 51,7% de las emprendedoras).

Figura 3.16. Distribución de las empresas en fase consolidada según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal (2013-2018)



CAPÍTULO 4

PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR ARAGONÉS

4.1. Introducción

El objetivo de este capítulo es profundizar en el perfil socioeconómico del emprendedor en nuestra Comunidad. Este perfil se ha elaborado a partir de la información proporcionada por los entrevistados que estaban involucrados en alguna de las etapas del proceso emprendedor, si bien los datos que se presentan se centran fundamentalmente en el estudio del perfil de los emprendedores nuevos y nacientes (los que configuran el índice TEA). Sólo cuando existen divergencias relevantes en relación con los otros tipos de emprendedores (consolidados, potenciales o aquellos que abandonan la actividad) se presta atención a dichos grupos. Las variables que se han considerado en la evaluación son la edad, el género, el nivel de estudios, la posesión de formación específica para emprender, el nivel de renta y la situación laboral.

Una vez revisados los distintos aspectos del perfil socioeconómico del emprendedor aragonés, el último epígrafe ofrece una síntesis del mismo. El propósito es presentar, de forma sintética, la información que permita orientar el diseño de las distintas políticas públicas que puedan contribuir a la mejora de las condiciones personales y ambientales en las que dicho emprendedor desarrolla su actividad.

4.2. Distribución por edad

La Tabla 4.1 muestra la edad media de los emprendedores aragoneses en 2018 y permite su comparación con los datos de 2017. La edad media del emprendedor aragonés (nuevo y naciente) es de 42,7 años, cifra muy similar a la de 2017 (42,5 años). Si consideramos únicamente a los emprendedores nacientes, la edad media ha descendido hasta los 40 años y medio (desde los 43,3 de 2017), mientras que en los emprendedores nuevos ha aumentado desde 41,9 hasta 44 años. Destaca

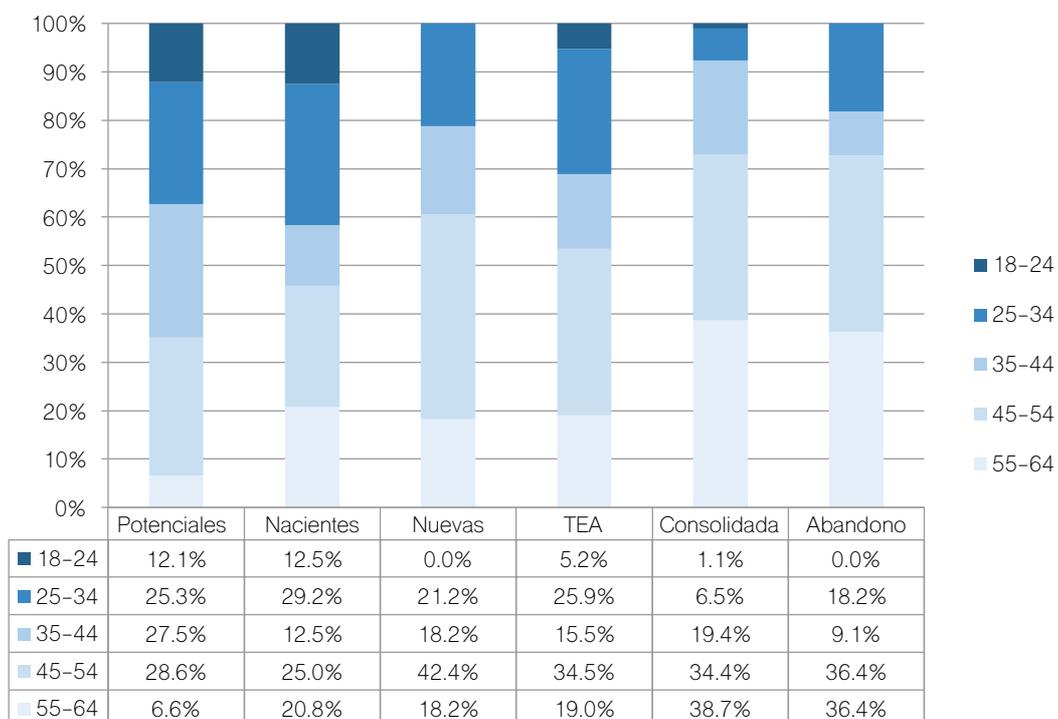
el aumento en la edad media de los emprendedores que abandonan su actividad, que se eleva hasta los 48 años, y el ligero descenso que experimenta la edad promedio de aquellos individuos que se plantean poner en marcha un nuevo negocio en un futuro próximo.

Tabla 4.1. Edad media de los colectivos emprendedores en Aragón, 2018 vs 2017

	Potencial	Naciente	Nuevo	TEA (Naciente + Nuevo)	Consolidado	Abandono
Edad, 2018	39,4	40,5	44,3	42,7	50,6	48,0
Edad, 2017	41,1	43,3	41,9	42,5	51,7	41,4

La Figura 4.1 completa esta información y muestra la distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor. El grupo de edad comprendido entre los 45 y los 54 años es el que mayor peso tiene en las iniciativas potenciales y nuevas. En el caso de las iniciativas consolidadas, son los emprendedores de mayor edad los más abundantes, ya que representan un 38,7% del total, cifra ligeramente inferior al 42,5% del año 2017.

Figura 4.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Aragón, 2018



La Tabla 4.2 muestra la evolución temporal del TEA por grupos de edad, observándose que es la categoría comprendida entre 25 y 34 años la que tiene un mayor peso en las nuevas iniciativas. Este dato supone un cambio con respecto a 2017, donde el predominio se situaba en el grupo entre 35 y 44 años. Hay que destacar, también, el aumento de la tasa de actividad emprendedora de los mayores de 55 años, del 2,0% en 2017 al 6,6% en 2018.

Tabla 4.2. Evolución del TEA por grupos de edad (2013-2018)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
18-24	2,3%	4,2%	0,5%	3,9%	1,6%	2,4%
25-34	4,3%	4,9%	6,6%	2,7%	2,7%	6,9%
35-44	7,4%	3,7%	5,1%	2,4%	5,8%	2,9%
45-54	3,1%	7,4%	4,5%	5,3%	4,7%	2,9%
55-64	2,3%	2,5%	1,5%	2,4%	2,0%	6,6%
TEA Total	4,2%	4,7%	4,2%	3,3%	3,8%	4,8%

4.3. Género

La proporción de iniciativas emprendedoras promovidas por mujeres (53,4%) supera, en 2018, a las promovidas por hombres (Figura 4.2). La diferencia es especialmente acusada en el caso de las empresas nuevas, donde dos de cada tres iniciativas están impulsadas por una mujer, al contrario de lo que ocurre en los proyectos nacientes, donde los hombres son mayoría (66,7%). Las mujeres también recortan diferencias en relación con los años previos en el grupo de emprendimiento consolidado, aunque el porcentaje de empresas con antigüedad superior a tres años y medio creadas por mujeres está todavía por debajo del de los hombres (47,9% frente al 52,1%). Por el contrario, son las mujeres las que mayor porcentaje de abandono presentan, ya que suponen casi dos tercios del total (frente al 50% de 2017).

Como complemento a la información proporcionada por la Figura 4.2, la Figura 4.3 muestra la evolución en el tiempo del índice TEA, distinguiendo entre hombres y mujeres. En dicha figura se constata cómo, en 2018, se rompe la tendencia

manifestada en los años previos, de manera que por primera vez a lo largo de estos años el índice TEA femenino (5,3%) supera al masculino (4,4%).

Figura 4.2. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Aragón, 2018

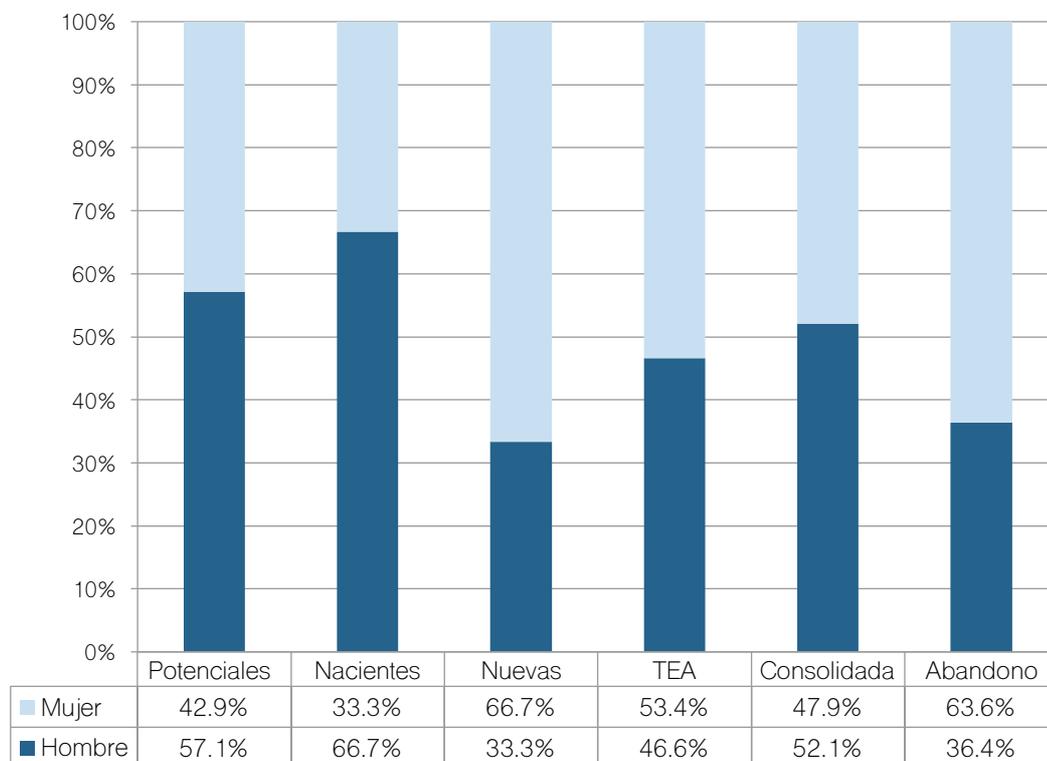
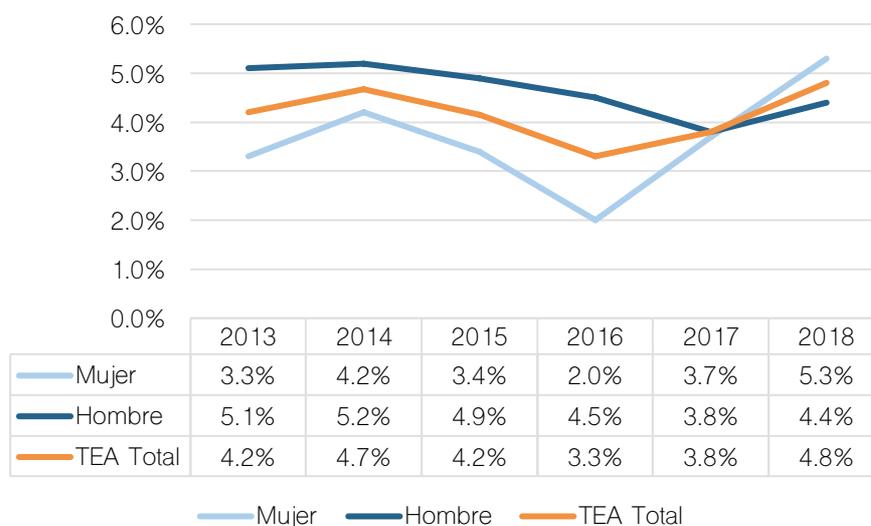


Figura 4.3. Evolución del TEA masculino y femenino en Aragón (2013-2018)



4.4. Nivel de estudios

Para profundizar en el perfil del emprendedor aragonés, resulta de interés conocer también cuál es su formación. En la Figura 4.4 se muestra que el nivel de estudios más habitual en el emprendedor de una iniciativa naciente, nueva, consolidada o abandonada es el de educación superior, aunque la proporción de emprendedores con educación secundaria es también relevante en todos los grupos. Entre los emprendedores potenciales predominan, sin embargo, aquellos con estudios secundarios.

Más allá de la información básica proporcionada por estas cifras, merecen destacarse adicionalmente tres aspectos. En primer lugar, si observamos el TEA, más de la mitad de los nuevos emprendedores posee educación superior o posgrado (un 55,3 % del total), porcentaje claramente por encima de la media de la población aragonesa con estudios superiores. En segundo lugar, esta cifra es superior al promedio del país, donde la cifra de emprendedores con educación superior se sitúa en un 49,8%. Por último, el porcentaje de emprendedores con formación universitaria es muy superior al porcentaje de población española con titulación universitaria, que se sitúa en un 25,5%, por lo que el emprendimiento es especialmente importante entre la población con mayor nivel educativo.

La Tabla 4.3 completa la información proporcionada por la Figura 4.4 al mostrar la evolución temporal de la tasa de creación de nuevas empresas en función de nivel de estudios a lo largo del periodo 2013-2018. En dicha tabla se corrobora cómo el porcentaje de emprendedores aumenta con el nivel de formación. Únicamente un 1,5% de los aragoneses sin estudios, o un 2,5% de los que tienen estudios primarios, han creado recientemente su propia empresa. Sin embargo, cuando analizamos el segmento de población con estudios superiores, este porcentaje se eleva hasta el 9,3% y es todavía más elevado entre quienes han cursado un posgrado (14,7%). Hay que destacar que, aunque este patrón se mantiene más o menos constante a lo largo de todo el período analizado, la relación que se observa entre una mayor formación y un mayor TEA se ha acentuado aún más en 2018.

Figura 4.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2018

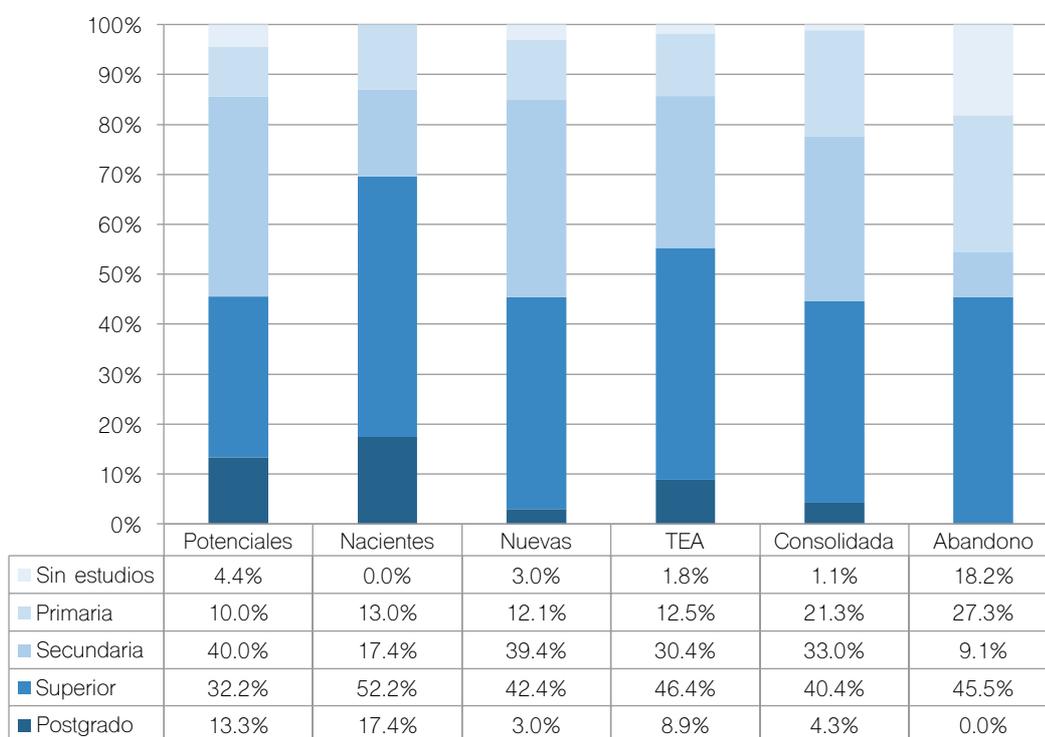


Tabla 4.3. Evolución del TEA según nivel de estudios en Aragón (2013-2018)

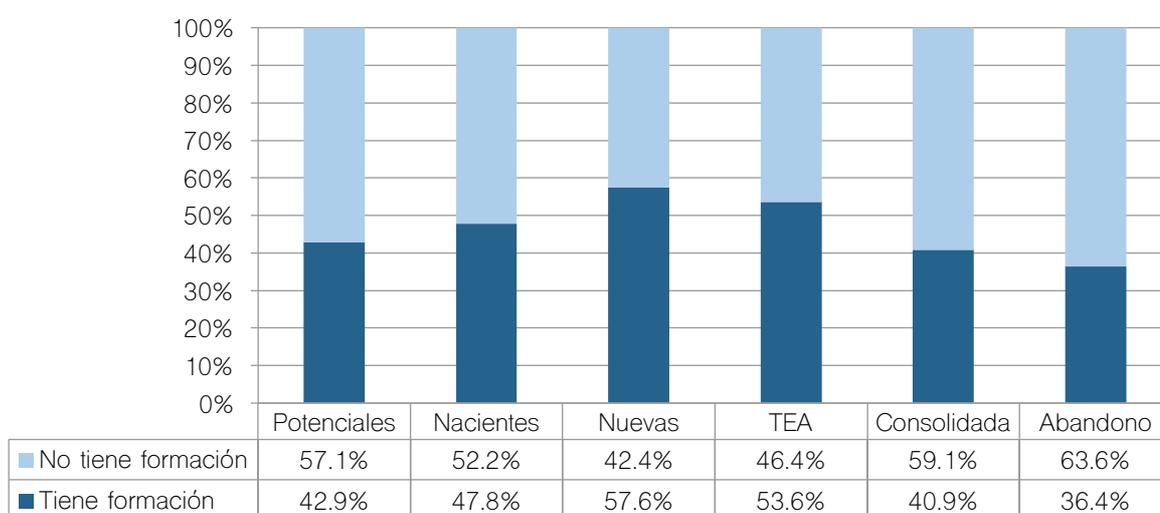
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sin estudios	15,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
Primaria	3,1%	4,1%	1,8%	2,4%	2,4%	2,5%
Secundaria	3,7%	4,3%	4,8%	3,2%	2,5%	3,3%
Superior	5,6%	4,8%	4,7%	3,4%	6,0%	9,3%
Postgrado	6,7%	15,9%	11,7%	12,1%	11,9%	14,7%
TEA Total	4,2%	4,7%	4,2%	3,3%	3,8%	4,8%

4.5. Posesión de formación específica para emprender

En la Figura 4.5 se muestra el porcentaje de emprendedores que posee formación en materia de emprendimiento. En ella se observa cómo son mayoría los que han recibido algún tipo de formación específica (53,6% de los encuestados que responden a esta pregunta, cifra superior al 47,8% de 2017). Este porcentaje es más elevado en las iniciativas nuevas (57,6%) que en las nacientes (47,8%), mientras que disminuye en las consolidadas (40,9%). Especialmente destacable es

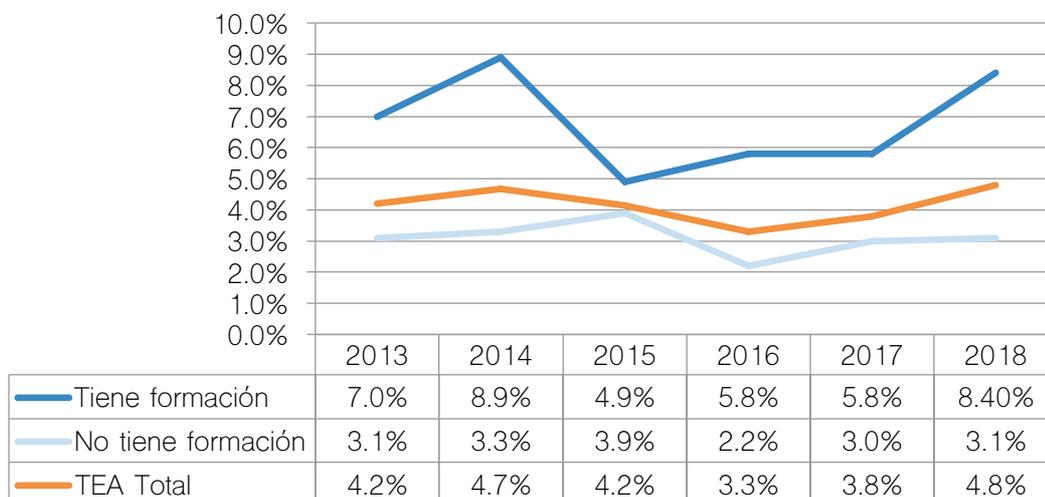
el dato que relaciona formación en emprendimiento y abandono. Únicamente un 36,4% de los empresarios que fracasan habían adquirido estos conocimientos. Dicho de otro modo, la adquisición de conocimientos en materias relacionadas con la creación y gestión de empresas no sólo parece impulsar las iniciativas emprendedoras, sino que es un elemento importante a la hora de reducir los niveles de fracaso de las mismas.

Figura 4.5. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2018



Finalmente, la Figura 4.6 muestra la evolución temporal del TEA según la formación específica para emprender. Como puede observarse, se acrecienta la tendencia a que la población con formación específica sea más emprendedora. De hecho, la cifra correspondiente a 2018 es la más alta de toda la serie, con la excepción del dato de 2014.

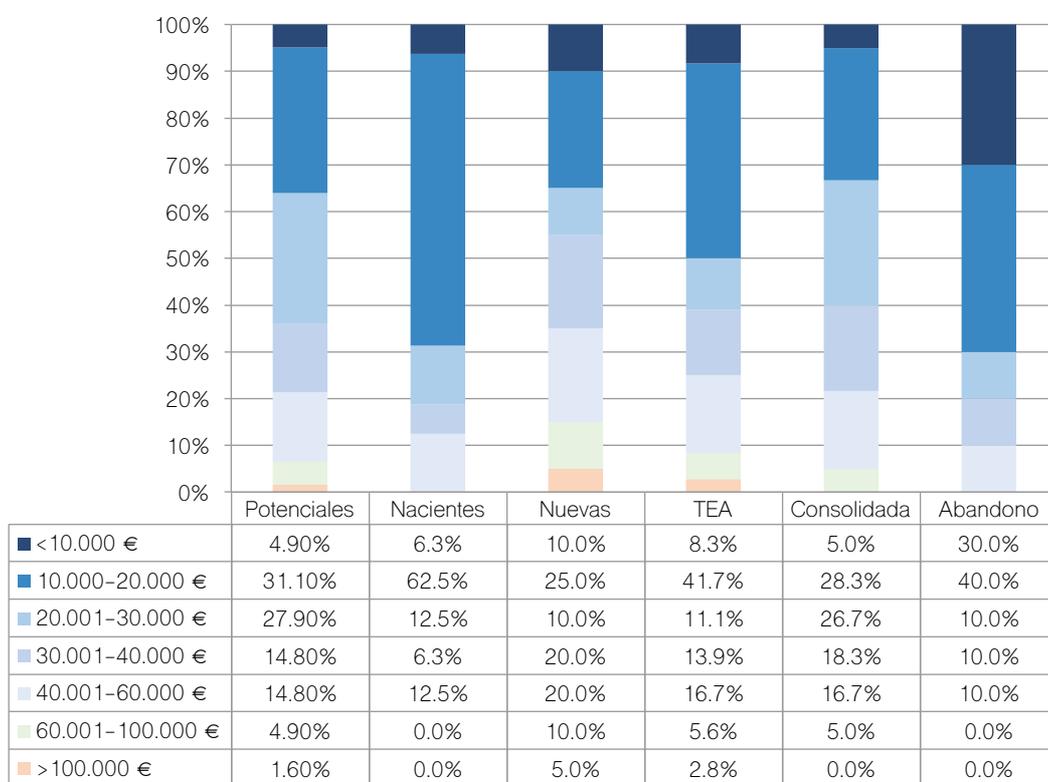
Figura 4.6. Evolución del TEA de emprendedores según formación específica para emprender (2013-2018)



4.6. Nivel de renta anual

Un elemento relevante del perfil socioeconómico del emprendedor es el nivel de renta. Si observamos el TEA, la Figura 4.7 muestra que el nivel de renta más frecuente entre los emprendedores aragoneses se sitúa entre 10.000 y 20.000 euros (41,7%). Esta cifra supone un descenso en el nivel de renta más frecuente en relación a 2017, donde se situaba entre 20.000 y 30.000 euros (en 2018 representa el 11,1% de los casos). Las cifras muestran algunas diferencias entre las iniciativas nacientes y las nuevas, ya que entre las nacientes la importancia del nivel de renta entre 10.000 y 20.000 euros es todavía más elevada (62,5%), mientras que en el caso de las nuevas la frecuencia parece distribuirse de forma más uniforme entre dicho nivel y los más altos (hasta los 60.000 euros). El nivel de renta entre los 10.000 y los 20.000 euros es también el más frecuente entre las iniciativas potenciales, consolidadas y aquellas que se abandonan.

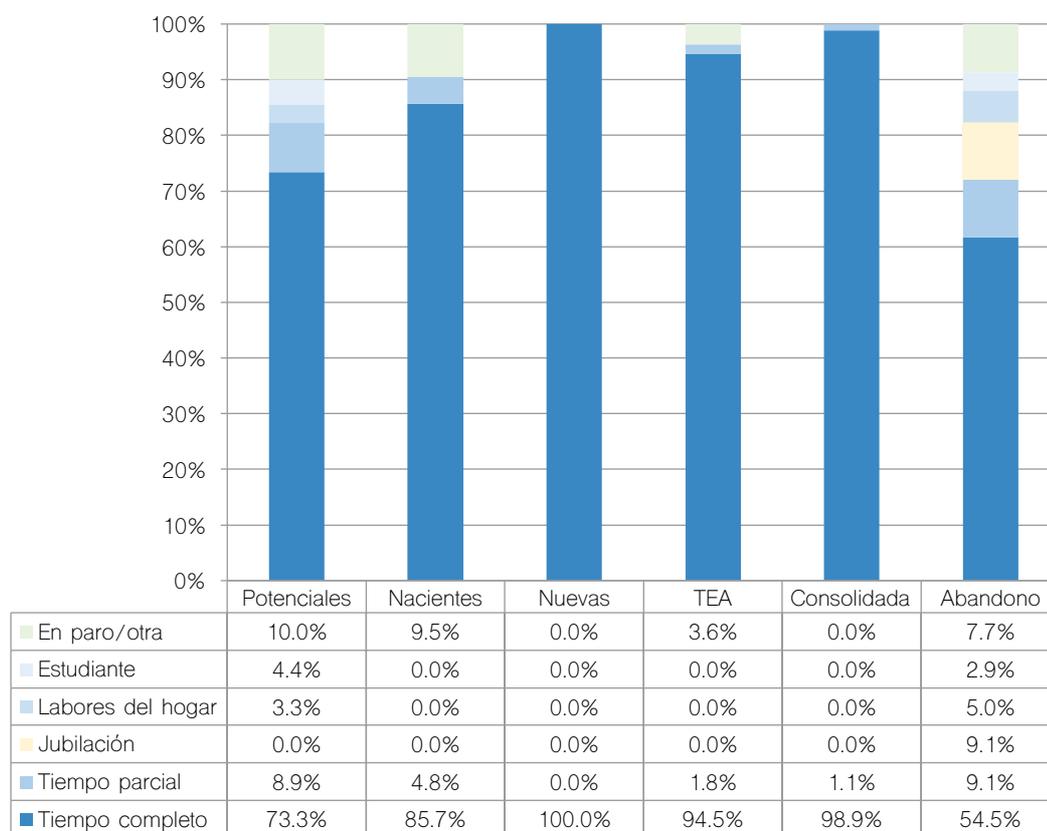
Figura 4.7. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor en 2018



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 un trabajador a tiempo completo, con independencia de la fase del proceso emprendedor en la que nos encontremos.

Figura 4.8. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor en 2018



4.8. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2018

Como resumen de toda la información proporcionada a lo largo de los epígrafes de este capítulo, la Tabla 4.4 presenta una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2018. Los rasgos predominantes son los de un individuo varón, en torno a 43 años, con nivel de estudios superiores, con formación específica en emprendimiento, con ingresos entre 10.000 y 20.000 euros y que se dedica a tiempo completo a la actividad.

Tabla 4.4 Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2018

	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor incipiente (TEA)	Emprendedor consolidado	Emprendedor que ha abandonado
Género	H: 57,1% M: 42,9%	H: 66,7% M: 33,3%	H: 33,3% M: 66,7%	H: 46,6% M: 53,4%	H: 52,1% M: 47,9%	H: 36,4% M: 63,6%
Edad	39,4 años	40,5 años	44,3 años	42,7 años	50,6 años	48,0 años
Nivel de estudios predominante	Secundaria	Superior	Superior	Superior	Superior	Superior
Formación específica para emprender	42,9%	45,8%	55,9%	51,7%	40,4%	29,7%
Nivel de renta predominante (euros)	10.001- 20.000	10.001- 20.000	10.000- 20.000	10.000- 20.000	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

El análisis de las necesidades de financiación constituye una de las cuestiones más relevantes para el emprendedor aragonés a la hora de comenzar su actividad, ya que condiciona la puesta en marcha de su negocio. En este capítulo se analiza el capital semilla necesario para poner en marcha una empresa. Los datos recabados ponen de manifiesto que las necesidades de financiación medias de las iniciativas incipientes en Aragón se han reducido sustancialmente, pasando de 55.428 euros en 2017 a 24.713 en 2018; por el contrario, si consideramos la mediana de la distribución, el valor ha aumentado de 7.307 euros en 2017 a 15.000 euros en 2018.

Los datos ponen igualmente de manifiesto que aumenta el papel del inversor informal como fuente de apoyo al emprendimiento. Hay que apuntar también que, al contrario de lo que sucedió en 2017, el porcentaje de hombres inversores representan este año un mayor porcentaje que el de las mujeres. Por lo que respecta a los principales impulsores de estas iniciativas, la familia continúa siendo el principal respaldo recibido por buena parte de los nuevos emprendedores, mientras que la presencia de *business angels* no relacionados directamente con el emprendedor sigue siendo muy escasa en nuestra Comunidad.

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

En la Tabla 5.1 se observa cómo en las iniciativas emprendedoras puestas en marcha durante 2018 continúa el descenso experimentado por el capital semilla medio necesario, que pasa de 55.428 euros en 2017 a 24.713 euros en 2018, cifra que se sitúa en niveles parecidos a los observados en 2015 (28.878 euros) y muy alejada del atípico valor que se alcanzó en 2016.

Si tenemos en cuenta el valor de la mediana, un indicador mucho más apropiado para evaluar el tamaño habitual de las iniciativas desarrolladas en Aragón, se observa que ésta ha aumentado con respecto al año anterior, pasando de 7.307 euros en 2017 a 15.000 euros en 2018. Por otro lado, la moda o inversión más frecuente, ascendió a 15.000 y 20.000 euros (es una variable bimodal, ya que encontramos el mismo número de iniciativas en cada cuantía) frente a los 6.000 y 50.000 euros de 2017. En definitiva, aunque el valor medio de la inversión requerida se ha reducido aproximadamente a la mitad, la principal razón para ello es que el año anterior la distribución fue muy desequilibrada, con la constitución de algunas empresas en las que la inversión inicial fue muy elevada y una mayoría de empresas pequeñas. En 2018 la composición ha sido más equilibrada, por lo que los estadísticos recogidos en la Tabla 5.1 aproximan con mayor precisión la realidad que subyace a las nuevas empresas aragonesas.

Tabla 5.1. Características y distribución del capital semilla en 2018

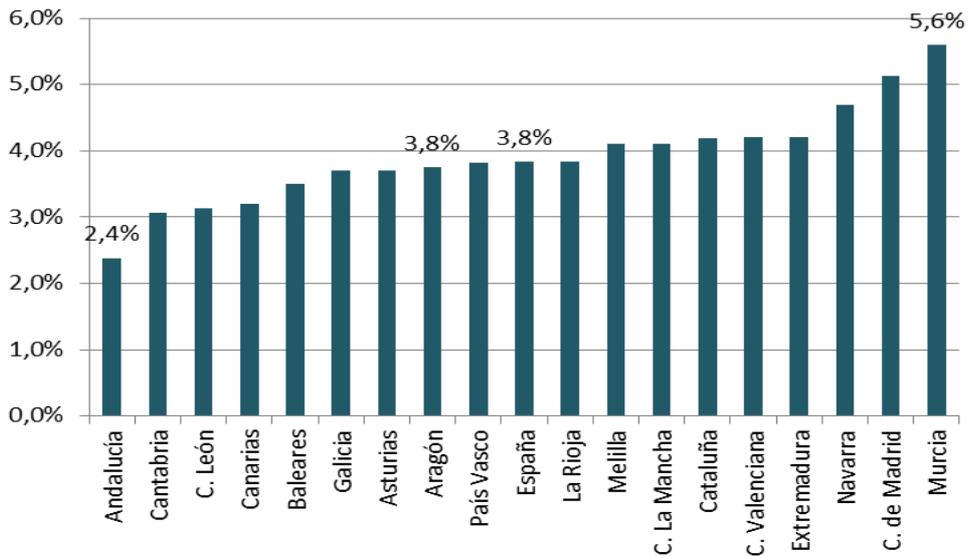
	Capital semilla necesario por start-up (euros)	
	2018	2017
Media	24.713	55.428
Mediana	15.000	7.307
Moda	15.000 y 20.000	6.000 y 50.000
Desv. típica	39.540	115.600
Mínimo	1.200	2.500
Máximo	160.000	500.000

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

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

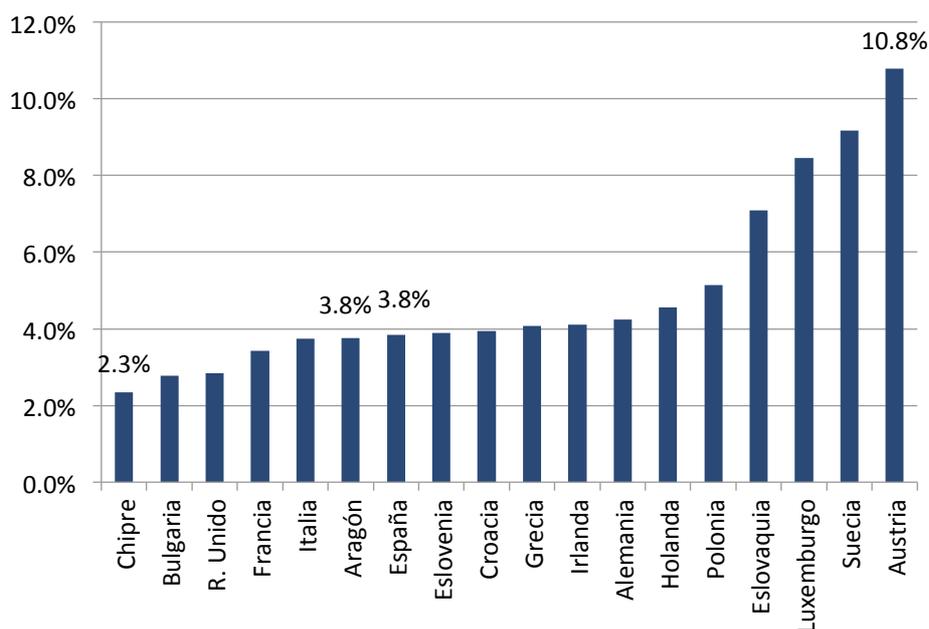
En la Figura 5.1 se observa la importancia del inversor informal en cada una de las regiones españolas, que oscila entre el 2,4% de Andalucía y el 5,6% de Murcia. Nuestra Comunidad ha mejorado posiciones al alcanzar este año el 3,8%, cifra superior al 2,4% de 2017 y se sitúa al mismo nivel que la media nacional.

Figura 5.1 Importancia del inversor informal: regiones españolas



Si comparamos la situación de Aragón (y España) con el resto de los países de la Unión Europea, observamos cómo el peso de los inversores informales es todavía reducido (ver Figura 5.2). Entre las naciones donde este tipo de fuente de financiación es más importante, destacan países como Luxemburgo, Suecia y Austria, país en el que el 10% de la población actúa como financiador de nuevas iniciativas empresariales, mientras que en el lado opuesto sorprenden las posiciones de Francia y Reino Unido, que se sitúan en la parte baja de la distribución.

Figura 5.2 Importancia del inversor informal: países UE



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

A continuación, se muestra un resumen de las principales características de los inversores privados en negocios ajenos. En nuestra Comunidad, el inversor informal es, predominantemente, un hombre (56,8%), con una edad media de 42 años, con estudios medios (39,5%) o superiores (37,2%) y con formación específica en emprendimiento (40,9%). Entre sus planes a corto plazo no está incluido el de emprender, aunque perciben buenas oportunidades para ello en los próximos seis meses en su zona, tienen las habilidades y conocimientos necesarios para poner en marcha un negocio y no tienen miedo al fracaso (72,7%). Solamente el 6,8% es propietario o participa en una empresa consolidada (en 2017, era el 20,5%). El 20,5% vive en el medio rural y el 79,5% restante en entornos urbanos. Señalar, finalmente, que casi tres de cada cuatro inversores informales manifiestan no tener miedo al fracaso.

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

Un 56,8% son hombres,
un 43,2% mujeres

23,3% tiene estudios básicos
39,5% tiene estudios de nivel medio
37,2% tiene estudios superiores

Edad media de 42,6 años con una
desviación típica de 13,1

Corresponde a un hogar medio
Donde residen 3,2 personas

Situación laboral activa 83,7%
Otras situaciones 16,3%

El 40,9% tiene formación específica
para emprender

El 11,4 % es emprendedor potencial

El 72,7% conoce a alguien que ha
puesto en marcha un negocio en los
últimos dos años

El 6,8% es propietario o participa en
una empresa consolidada

La renta del 37,5 % de los inversores
se sitúa en el tercio superior

Tiene habilidades y experiencia para
emprender el 67,4%

Ve buenas oportunidades para invertir
el 28,6%

Vive en el entorno rural el 20,5%

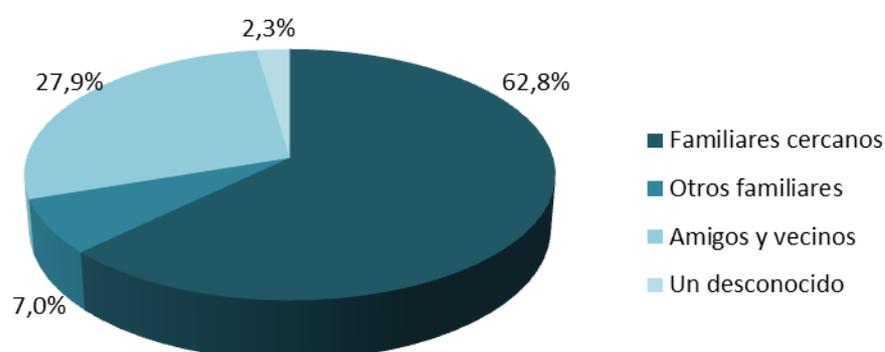
El 72,7% no teme al fracaso

Por último, al comparar el perfil del inversor privado aragonés en 2017 y en 2018, se observan algunos aspectos que merecen destacarse:

- Ha vuelto a disminuir la participación femenina (de un 51,2% a un 43,2%)
- Baja la edad media, al pasar de 46,6 años en 2017 a 42,6 años en 2018.
- Aumenta la proporción de personas con estudios de nivel bajo (del 20% de 2017 al 23,3%) y con estudios universitarios (de un 28% en 2017 al 37,2%).
- Disminuye sustancialmente la proporción de inversores con habilidades y conocimientos para emprender, que ahora representan el 67,4% del total (frente al 80% de 2017).
- Se reduce, volviendo a cifras del año 2016, la proporción de inversores que perciben buenas oportunidades para emprender en los próximos meses en su zona (27,8% en 2016, 49,7% en 2017, 28,6% en 2018).
- Mejora el porcentaje de inversores que no teme al fracaso (72,7% en 2018 frente al 65,6% de 2017)

Finalmente, la Figura 5.3 proporciona información sobre la relación del inversor privado con el beneficiario de su inversión. Sigue predominando la relación de tipo familiar, ya que representan casi un 70% de los casos (62,8% familiares cercanos y 7% otros familiares), cifra que no es muy diferente a la de 2017 (72%). Por último, la proporción que representan los inversores desconocidos para el emprendedor ha disminuido respecto al año 2017, aunque se sigue manteniendo en cifras muy bajas (3,2% en 2017 frente al 2,3% en 2018).

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 casi 19.000 euros, pero este dato está afectado por casos extremos, por lo que la inversión mediana de 5.000 euros resulta más representativa. La moda o inversión más frecuente es haber participado con 2.000 euros, con una elevada desviación típica (52.164 euros).

CAPÍTULO 6

APTITUDES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN ARAGONESA

6.1. Introducción

Diferentes estudios han analizado la actividad emprendedora como un fenómeno que se ve afectado por múltiples factores. En términos generales, 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 un conjunto de normas sociales, culturales, económicas, características psicológicas y personales, así como por un intenso deseo de innovar de forma eficiente. Todos estos factores constituyen una fuente de estímulo individual, por lo que parece importante considerar cuáles son las motivaciones de los emprendedores para plasmar en la realidad sus proyectos de futuro. Estas motivaciones prevalecen con frecuencia sobre los riesgos percibidos y permiten ampliar la red de empresas que operan en regiones como la nuestra. Dichas motivaciones, como se ha puesto de manifiesto, son complejas ya que dependen 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 esfuerzo, 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 de la población aragonesa de 18 a 64 años para emprender. Este análisis se realiza tanto para la población total entrevistada como, por separado, para la población involucrada en el proceso emprendedor (aquellas personas que han iniciado recientemente un negocio y las que son propietarias de negocios consolidados) y para la no involucrada (quienes no han sido identificados como emprendedores).

A la luz de los datos, se puede concluir que la percepción sobre las oportunidades para crear empresas en Aragón está algo por debajo de la media nacional. La situación es más desfavorable si la comparación se realiza con el resto de países que integran la muestra.

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 una idea de 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 algunos indicadores vinculados con este proceso (Tabla 6.1). En primer lugar, el proyecto estudia el porcentaje de la población aragonesa laboralmente activa (18 a 64 años) que ha percibido oportunidades para emprender que podrían llevarse a cabo en el plazo de seis meses en su entorno de residencia. En segundo lugar, recoge 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 de 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 y relación coste-beneficio, tiende a elegir aquella que le permite alcanzar sus expectativas, asumiendo que en el camino experimentará ciertas dificultades o riesgos. 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, si otras personas han podido emprender en su entorno, el individuo percibe el emprendimiento como una opción más factible.

Tabla 6.1. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender en 2018

	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	35,9%	24,6%	26,1%
Percibe que posee los conocimientos y habilidades para emprender	81,5%	43,3%	48,1%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	34,0%	44,9%	43,5%
Conoce a otras personas que han emprendido	56,6%	34,6%	37,3%

En relación con estos indicadores, podemos extraer algunas conclusiones de interés. Así, el 35,9% de la población activa involucrada en el proceso emprendedor percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses, frente al 24,6% de aquella población que no ha puesto en marcha ningún negocio ni son propietarias de negocios establecidos. Un 81,5% de la población que está desarrollando algún negocio percibe que posee los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, frente al 43,3% en la

población que no está involucrada en el proceso emprendedor. El 44,9% de la población no involucrada en el proceso emprendedor manifiesta que el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender, frente al 34% en el caso de la población que sí se ha enfrentado a la iniciativa de lanzar un negocio. Finalmente, las personas que están desarrollando su negocio tienen un mayor conocimiento de modelos de referencia (56,6%), frente a la población que no ha llevado a cabo ninguna actividad empresarial (34,6%).

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses	14,4%	22,5%	24,4%	23,8%	30,9%	26,1%
Tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha una iniciativa de negocio pequeña	47,1%	47,2%	42,5%	45,8%	40,8%	48,1%
El miedo al fracaso NO sería un obstáculo para emprender	49,8%	46,6%	42,4%	46,1%	42,3%	43,5%
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	28,2%	36,7%	32,1%	36,5%	30,9%	37,3%

Si se analiza la evolución de estos indicadores en los últimos años (Tabla 6.2), no se observa una tendencia definida en el porcentaje de aragoneses entre 18 y 64 años que perciben oportunidades para emprender. En el año 2018 se observa un cierto descenso respecto al año anterior (un 26,1% frente al 30,9% de 2017), aunque seguimos con valores altos en el contexto de los seis últimos años. Algo similar podemos concluir sobre los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha una iniciativa de negocio, ya que tampoco se observa una tendencia clara, pero el dato de 2018 es el más alto del período examinado. El miedo al fracaso se sitúa en 2018 en los valores más bajos, junto a 2015 y 2017. Por último, un 37,3% de la población aragonesa adulta conoce personas que han emprendido en los últimos dos años, lo que supone un incremento de seis puntos porcentuales respecto al año 2017 y la cifra más alta entre todos los años

considerados. En definitiva, en general, podemos concluir que la percepción de la población aragonesa sobre los valores y aptitudes para emprender ha mejorado en este último año.

Tabla 6.3. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender desde la perspectiva de género, 2018

	Involucrada en el proceso emprendedor			No involucrada en el proceso emprendedor		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses	43,8%	28,1%	35,9%	22,9%	26,6%	24,6%
Percibe que posee los conocimientos y habilidades para emprender	77,5%	84,2%	81,5%	48,8%	37,6%	43,3%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	32,4%	35,5%	34,0%	46,2%	43,6%	44,9%
Percibe que conoce a otras personas que han emprendido el año anterior	52,7%	59,7%	56,6%	36,1%	33,1%	34,6%

Si estos indicadores se segregan por género (Tabla 6.3), se observa cómo los hombres involucrados en el proceso emprendedor son los que perciben más oportunidades para emprender en los próximos seis meses: un 43,8%, frente a un 28,1% de las mujeres. La situación es, sin embargo, distinta en el colectivo de quienes no están involucradas en el proceso de emprendimiento, donde la percepción en cuanto a las oportunidades es mayor en el caso de las mujeres (26,6% frente al 22,9% de los hombres). Algo similar ocurre cuando examinamos la percepción sobre la posesión de conocimientos y habilidades para emprender. En el colectivo de emprendedores, un 84,2% de las mujeres considera que tiene conocimientos y habilidades suficientes, frente al 77,5% de los hombres. Por el contrario, en el colectivo no emprendedor son los hombres los que tienen una mejor percepción de su capacidad para emprender (48,8% frente al 37,6%).

Aunque las diferencias no son muy acusadas, las mujeres emprendedoras tienen un miedo al fracaso mayor (35,5%) que los hombres (32,4%). De nuevo, esta percepción se invierte cuando se analiza el colectivo no involucrado en el proceso de emprendimiento: un 46,2% de los hombres frente a un 43,6% de las mujeres. Finalmente, son las mujeres emprendedoras las que con más frecuencia conocen en su entorno a otros emprendedores (un 59,7%, frente al 52,7% de los hombres); no obstante, entre la población no involucrada en el proceso emprendedor son los hombres los que con más frecuencia conocen a otras personas que han emprendido el año anterior (un 36,1% frente al 33,1% de las mujeres).

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 para la creación de empresas. Dichos factores se centran en las cuatro dimensiones analizadas previamente: la percepción de oportunidades para emprender, la posesión de conocimientos y habilidades para crear una empresa, el miedo al fracaso como obstáculo para emprender y el contacto con modelos de referencia en el entorno.

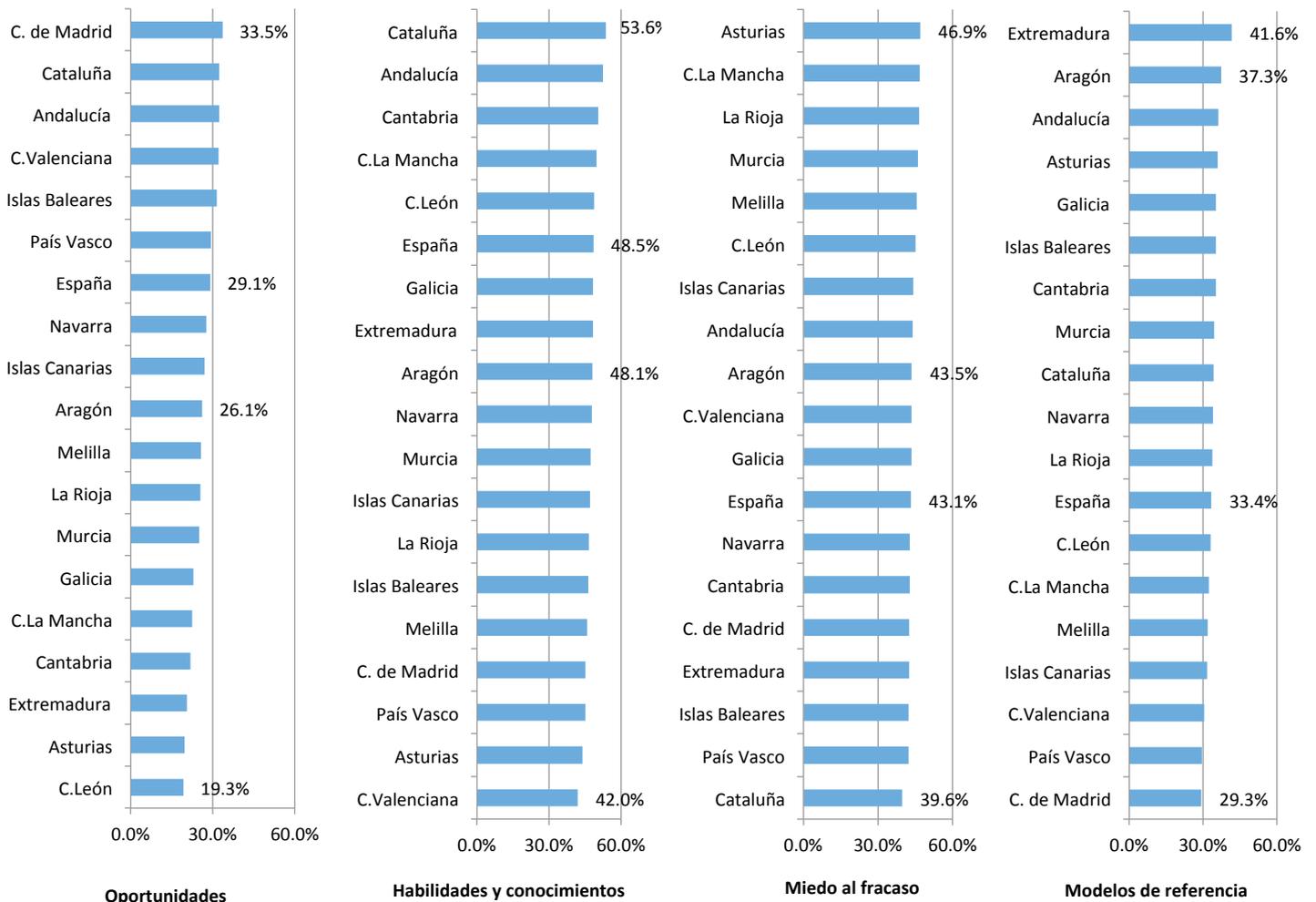
La Figura 6.1 profundiza en la información comentada, al presentar la percepción de la población acerca de la capacidad para emprender por comunidades. A nivel nacional, la percepción de oportunidades para emprender en Aragón (26,1%) es algo inferior a la de España (29,1%), situándose la novena entre las Comunidades Autónomas representadas. En la mayoría de Comunidades se observa un ligero descenso respecto al pasado ejercicio (30,9%) en esta dimensión. La Comunidad de Madrid se sitúa en el primer puesto (33,5%), siendo Castilla y León la última en esta clasificación (19,3%).

En cuanto a las habilidades y conocimientos para emprender, el valor de Aragón es similar al correspondiente a la media del país (48,1% frente al 48,5%); situándose en octavo lugar. Cataluña se posiciona a la cabeza (53,6%), siendo la Comunidad Valenciana la que ocupa el último lugar (42%).

Si consideramos el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender, Aragón (43,5%) estaría por encima de la media de España (43,1%), situándose en noveno lugar. Asturias es la Comunidad en la que se percibe un mayor miedo al fracaso (46,9%), mientras que Cataluña se sitúa en el extremo opuesto (39,6%).

Por último, Aragón se sitúa en segundo lugar al analizar el conocimiento de modelos de referencia (37,3%), claramente por encima de la media de España (33,4%). Extremadura es la comunidad que ocupa la primera posición (41,6%), al igual que en 2017 y la Comunidad de Madrid la última (29,3%).

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



indicador de la percepción de oportunidades para emprender, la posición, tanto de Aragón (26,1%) como de España (29,1%), se sitúan en la segunda mitad de la clasificación, siendo Grecia (19,2%) quién ocupa el último lugar y Suecia (81,6%) el

primero. En el indicador de habilidades y conocimientos, España (48,5%) y Aragón (48,1%) se sitúan en la primera mitad de la clasificación, siendo Italia (29,8%) quién ocupa el último lugar y Eslovaquia el primero (53,3%). El indicador de miedo al fracaso sitúa a Grecia en primer lugar (68%), al igual que el pasado ejercicio. España (43,6%) y Aragón (43,5%) se sitúan ligeramente por encima de la mitad de la clasificación, mientras que Países Bajos (34,8%) es quien percibe un menor miedo al fracaso. En cuanto al conocimiento de modelos de referencia, Aragón (37,3%) se sitúa en el primer tercio y España (33,4%) en torno a la mitad de una clasificación que cierra Grecia (23,5%) y que encabeza Polonia (40,1%).

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 sobre los aspectos socioculturales 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 socioeconómico del emprendedor es alto y cuál es el papel de los medios de comunicación en la difusión de iniciativas emprendedoras.

Las tablas 6.4 y 6.5 muestran la percepción de la población aragonesa de 18 a 64 años en cuanto a estos indicadores de carácter sociocultural y su evolución en los últimos años. Esta información se complementa con la que ofrece la Tabla 6.6, que muestra la percepción sobre los valores y actitudes para emprender desde una perspectiva de género.

Figura 6.2. Percepción de valores y aptitudes para emprender de la población aragonesa en comparación con la de otros países de la UE

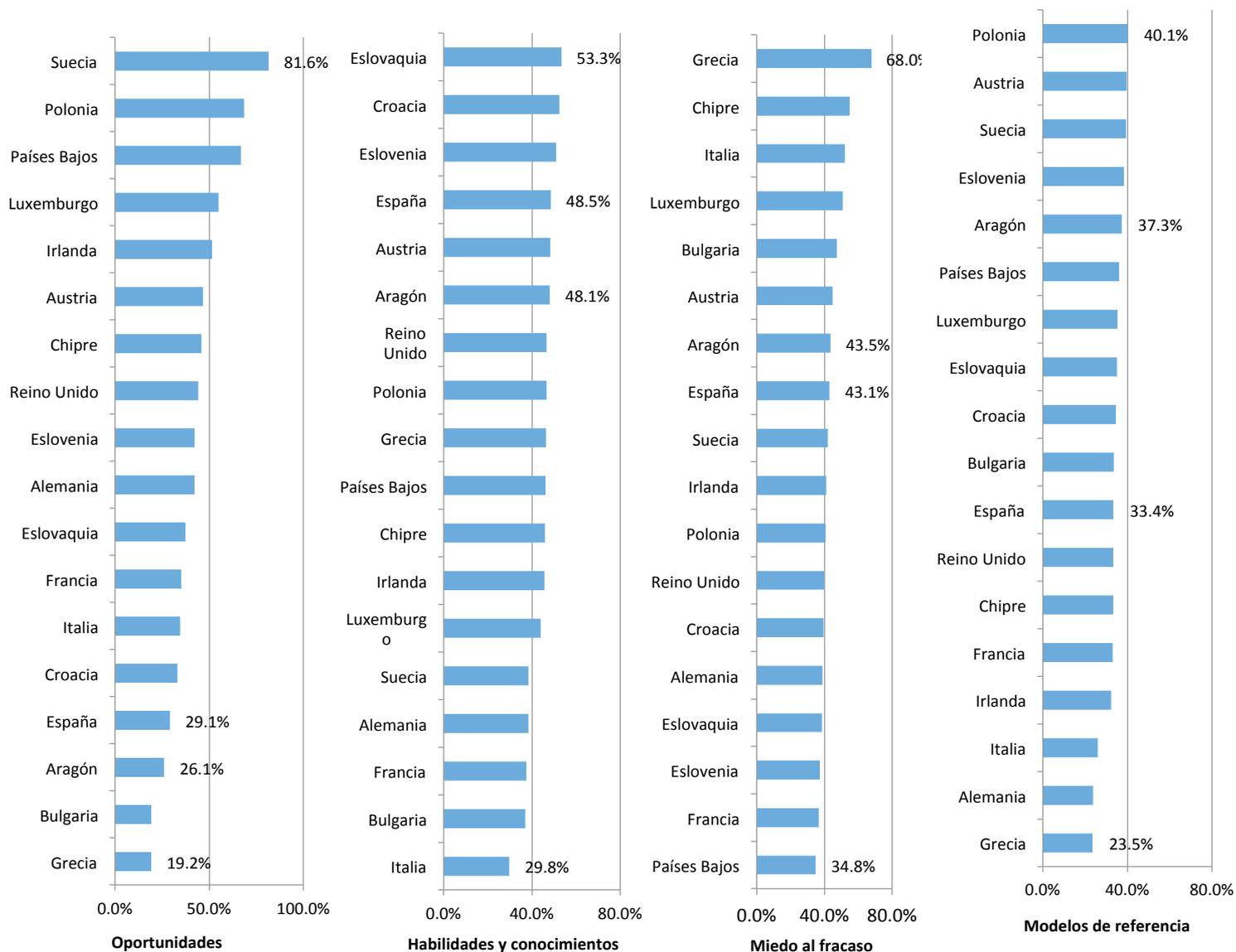


Tabla 6.4. Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento

	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	73.2%	70.6%	70.9%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	49.3%	49.7%	49.6%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	40.0%	49.9%	48.7%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	59.4%	51.1%	52.2%

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

Preguntas a la población adulta relacionadas con su cultura y su influencia en el emprendimiento	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	71,9%	72,4%	75,4%	71,5%	71,4%	70,9%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	51,7%	51,7%	52,3%	53,6%	50,4%	49,6%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	50,4%	48,9%	45,9%	49,5%	46,7%	48,7%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	44,4%	51,1%	46,9%	50,1%	52,6%	52,2%

Un 70,9% de la población entrevistada mostraba su preferencia hacia unos niveles de vida similares, siendo esta preferencia más clara en la población involucrada en el proceso emprendedor (73,2%) que en la que no lo está (70,6%). En el examen de la evolución de estos porcentajes, se observa cómo se mantiene en el año 2018 la tendencia ligeramente decreciente que comienza en 2016. De

igual modo, el 49,6% de los entrevistados consideran que poner en marcha un nuevo negocio es una buena opción profesional. En este caso, no se observan diferencias relevantes ni dentro del colectivo de personas involucradas en el proceso de emprender, ni fuera de él. En cuanto a la evolución, el patrón es similar al del indicador anterior, ya que a partir de 2016 se produce una ligera reducción en esta dimensión.

El proyecto GEM también recoge la opinión de la población sobre si el éxito de un nuevo negocio está asociado a un alto estatus social y económico para el emprendedor. En la edición del año 2018, el 48,7% de la población aragonesa opinaba que el éxito empresarial brinda un buen estatus en la sociedad aragonesa. La población involucrada en el proceso emprendedor es, en este caso, quien menos está de acuerdo con esta afirmación (40%), frente a quienes no están involucrados (49,9%). La información que se presenta en la Tabla 6.5 permite concluir que hay una cierta mejoría en este indicador respecto al ejercicio anterior, aunque los porcentajes se mueven en el entorno del 46%-50% a lo largo de todo el período.

Finalmente, el 52,2% de la población opina que los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con los nuevos empresarios. Este porcentaje es más alto en los involucrados en el proceso emprendedor (un 59,4%) frente a quienes no están implicados en el mismo (51,1%). En cuanto a la evolución de esta dimensión, en los últimos años parece observarse cierta tendencia al alza de la misma.

Tabla 6.6. Percepción de la población aragonesa sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento desde la perspectiva de género, 2018

	Involucrada en el proceso de emprender			No involucrada en el proceso de emprender		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Percibe que la mayoría de la población prefiere que haya equidad en los estándares de vida	76,1%	71,2%	73.2%	71,4	69,8%	70.6%
Percibe que para la mayoría de la población emprender es una buena opción profesional	49,3%	49,3%	49.3%	49,2%	50,2%	49.7%
Percibe que para la mayoría de la población emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico	44,1%	35,8%	40.0%	54,0%	45,4%	49.9%
Percibe que a menudo se difunden noticias sobre emprendedores exitosos en los medios de comunicación	52,9%	65,8%	59.4%	48,7%	53,5%	51.1%

Para terminar con este apartado, la Tabla 6.6 compara la percepción de hombres y mujeres en relación con la equidad en los estándares de vida, el emprendimiento como opción profesional y como proveedor de un buen estatus social y económico y sobre la presencia de los emprendedores exitosos en los medios de comunicación. Los hombres perciben con más frecuencia que las mujeres que la mayoría de la población prefiere que haya equidad en los estándares de vida, tanto si están involucrados en el proceso de emprendimiento (un 76,1% en los hombres, frente al 71,2% de las mujeres), como si no lo están (un 71,4%, frente al 69,8% de las mujeres). Apenas existen diferencias cuando se trata de valorar la percepción de que emprender es una buena opción profesional, dado que los porcentajes son los mismos entre aquellos involucrados en el proceso de emprender (un 49,3% en ambos sexos) y ligeramente superior en las mujeres (un 50,2% frente al 49,2% de los varones) cuando se trata de individuos que no emprenden. En relación con la consideración de que emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico, son los varones los que consideran de forma más positiva esta dimensión, tanto los que están involucrados en el proceso emprendedor (un 44,1% los hombres frente al 35,8% de las mujeres) como los

que no lo están (un 54,0% los hombres frente al 45,4% de las mujeres). Respecto a la cobertura de los medios de comunicación a los nuevos emprendedores, son las mujeres las que tienen una percepción más positiva, tanto cuando están involucradas en el proceso (un 65,8% frente al 52,9% de los hombres), como cuando no lo están (un 53,5%, frente al 48,7% de los hombres).

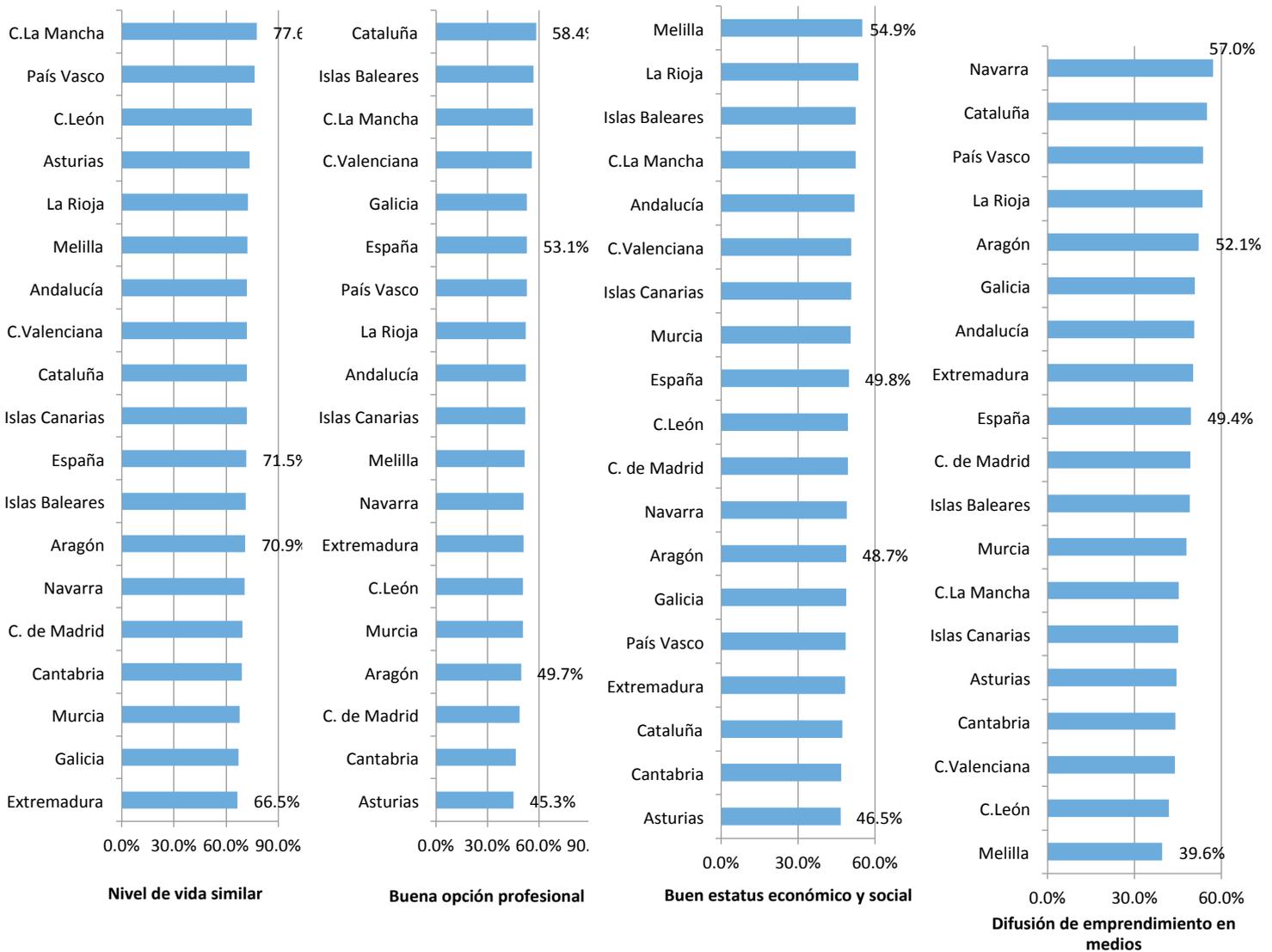
6.5. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas la cultura y su influencia en el emprendimiento

La Figura 6.3 profundiza en la información comentada, al presentar los resultados sobre la percepción por parte de la población aragonesa acerca de las variables clave relacionadas con la cultura y su influencia en el emprendimiento en comparación con la población de otras comunidades autónomas.

En lo relativo a la equidad de los estándares de vida, Aragón se sitúa en el lugar número 12 entre las comunidades analizadas: el 70,9% de la población aragonesa entrevistada ha expresado su preferencia sobre este aspecto social, estando ligeramente por debajo de la media del país (71,5%). La población de Castilla-La Mancha, con un 77,6%, se sitúa en primer lugar, siendo la Comunidad de Extremadura la que ocupa la última posición con un 66,5%. En cuanto a la opinión de la población sobre si emprender es una buena opción profesional, la comunidad aragonesa se sitúa en la segunda mitad de la clasificación (49,7%), por debajo de la media de España (53,1%). Cataluña es la primera (57,6%), mientras que Asturias es la última (45,3%). En lo relativo a la percepción de si emprender un nuevo negocio puede estar asociado a un alto nivel de estatus social y económico para el emprendedor, el 48,7% de la población aragonesa estaba de acuerdo con esta afirmación. En este caso, Aragón se sitúa en la segunda mitad de la clasificación, algo por debajo del valor correspondiente a España (49,8%). Asturias se sitúa en último lugar, con un 46,5% de la población que se identifica con esta afirmación. En el extremo opuesto, la ciudad autónoma de Melilla ocupa la primera posición con un 54,9%. 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 52,1% de la población entre 18 y 64 años entrevistada en Aragón reconoce el papel de los medios de comunicación en la difusión del

emprendimiento. Esta percepción se sitúa en los primeros puestos en relación con otras comunidades autónomas y por encima de la percepción a nivel nacional (49,4%). En el primer puesto se sitúa Navarra (57%), mientras que Melilla es la última (39,6%).

Figura 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



La Figura 6.4 muestra la percepción sobre las variables clave relacionadas con la cultura y su influencia en el emprendimiento de la población aragonesa en comparación con otros países de la UE. En relación con el porcentaje de población que se muestra de acuerdo con los aspectos relativos a la igualdad en el nivel de vida, Aragón se situaría en cuarto lugar entre los 14 países analizados. Eslovenia se

sitúa en primera posición (82,8%), siendo Polonia (42%) el país que ocupa el último puesto. Respecto a la consideración de emprender un negocio como una buena opción profesional, Aragón se ubica en el puesto decimocuarto (49,7%), con Polonia (85,9%) a la cabeza y Eslovaquia (46,9%) cerrando esta clasificación. Irlanda (83%) es el país con una mejor consideración sobre el emprendimiento como proveedor de un buen estatus social y económico. Aragón se sitúa en este caso en penúltimo lugar (48,7%), sólo por delante de Croacia (43%). Por último, respecto a la difusión del emprendimiento en los medios, Aragón (52,1%) se ubica en la segunda mitad de una clasificación encabezada por Eslovenia (77,2%) y que cierra Bulgaria (44,6%).

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 UE



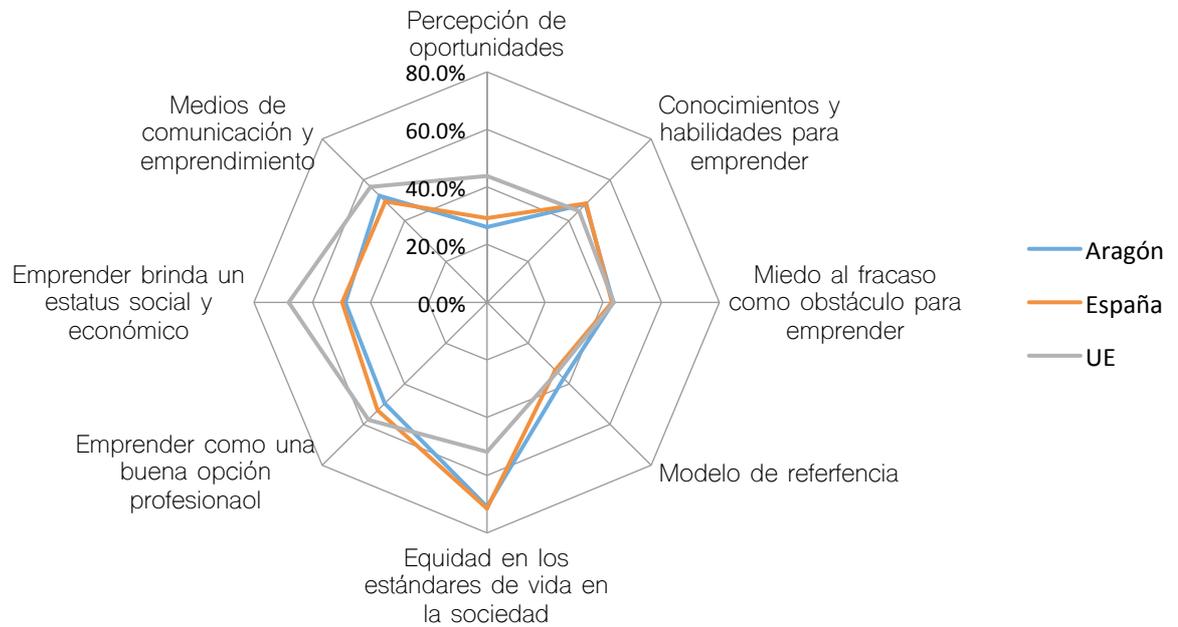
6.6. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender

Para terminar, la Figura 6.5 cierra este capítulo representando la posición relativa de Aragón en relación con España y con el resto de países de la UE en los aspectos analizados en este capítulo.

En relación con la comparación con el resto de España, la posición de Aragón es ligeramente peor a la nacional en la mayoría de los indicadores, aunque las diferencias no son muy acusadas. Este es el caso en la percepción de oportunidades para emprender (26,1% frente al 29,1% de España), en la posesión de conocimientos y habilidades para hacerlo (48,1% frente a 48,5%), en el miedo al fracaso (43,5% frente al 43,1%), en la preferencia por la equidad (70,9% frente a 71,5%), la consideración del emprendimiento como buena opción profesional (49,7% frente a 53,1%) y como proveedor de un buen estatus social y económico (48,7% frente a 49,8%). Por el contrario, la población aragonesa conoce, con más frecuencia, modelos de referencia en su entorno (37,3% frente a 33,4%) y también es más probable que valore positivamente la cobertura que los medios de comunicación proporcionan en noticias relacionadas con nuevos empresarios (52,1% frente a 49,4%).

En la comparación con los países de la Unión Europea (UE) las diferencias son mayores, aunque sólo es desfavorable para Aragón en algunas dimensiones. Es el caso de la percepción de oportunidades, (26,1% frente al 43,8% de la UE), la consideración del emprendimiento como buena opción profesional (49,7% frente a 57,6%) y como proveedor de un buen estatus social y económico (48,7% frente a 68,2%) y la cobertura del emprendimiento en los medios de comunicación (52,1% frente a 56,7%). Por el contrario, la posición de Aragón es mejor en términos de la percepción sobre la posesión de los conocimientos y habilidades necesarios para emprender (48,1% frente a 44,9%), el miedo al fracaso (43,5% frente a 43,7%) y el conocimiento de modelos de referencia (37,3% frente a 34,3%). En este caso, la mayor diferencia se produce en la preferencia por la equidad en los estándares de vida en la sociedad, donde el valor para Aragón (70,9%) es muy superior al correspondiente a la UE (52%).

Figura 6.5. Percepciones, valores, aptitudes y entorno social de los aragoneses respecto al resto de España y de países de la UE



CAPÍTULO 7

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

7.1. Introducción

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

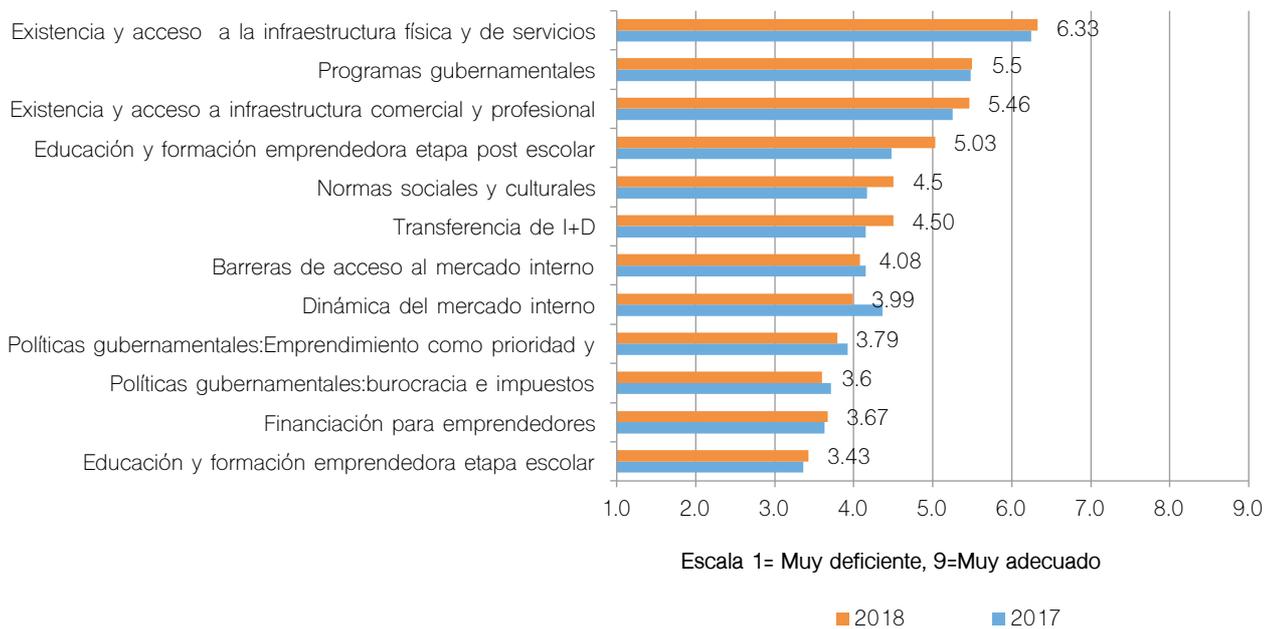
En el año 2018, el equipo regional de Aragón ha contado con la participación de un total de 55 expertos, cada uno de los cuales, con independencia de su ámbito de especialización, expresa su opinión acerca de todos los factores analizados. Adicionalmente, también se les solicita que identifiquen cuáles son los principales obstáculos y apoyos al proceso emprendedor, así como que realicen posibles sugerencias para favorecer el desarrollo de la actividad emprendedora.

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

En términos generales, las condiciones específicas del entorno sobre las que han opinado los expertos indican que la situación en Aragón sigue sin ser especialmente favorable para emprender, impresión que no es muy diferente de la que muestran los expertos nacionales. La Figura 7.1 muestra la valoración media que hacen de los factores del entorno que influyen en el proceso emprendedor. En ella puede observarse que, de los doce factores evaluados, solo cuatro alcanzan el

aprobado (cinco puntos en la escala de 1 a 9). Son los que tienen en consideración la existencia y acceso a las infraestructuras físicas y de servicios (el mejor valorado, con una puntuación de 6,33), los programas gubernamentales, la existencia y acceso a las infraestructuras comerciales y profesionales y la educación y formación en la etapa post escolar. Se trata, en todos los casos, de los ítems mejor valorados a lo largo de los últimos años, ya que la ordenación resulta bastante consistente a lo largo del tiempo.

Figura 7.1. Valoración de los expertos: factores del entorno



En el polo opuesto, los últimos lugares son ocupados por las políticas gubernamentales (específicamente aquellas relacionadas con la burocracia e impuestos), con la financiación disponible para los emprendedores y, al igual que viene ocurriendo los últimos años, con la educación y formación emprendedora en la etapa escolar, que sigue siendo el factor peor valorado. Se trata, sin duda, de un aspecto especialmente preocupante en una sociedad que debe fomentar desde las etapas educativas más tempranas el espíritu emprendedor ya que, tal como se ha mostrado en los capítulos precedentes, en la medida en que aumentan la formación y conocimientos sobre temas relacionados con el emprendimiento se incrementa la tasa de apertura de nuevos negocios, a la vez que se mejoran sus tasas de supervivencia. En este sentido, y dejando al margen otras consideraciones

relacionadas con la propia ley, las propuestas de reforma educativa deberían tener en cuenta esta inquietud social, incluyendo dentro de la educación obligatoria alguna materia sobre iniciación a la actividad emprendedora. Es cierto que actualmente se ofrece una asignatura en esta línea dentro de la ESO, pero tiene carácter optativo y solo se incluye en algunos itinerarios, lo cual resulta insuficiente si el objetivo es inocular y desarrollar la cultura de emprendimiento en la sociedad.

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 7.1 muestra las valoraciones proporcionadas por los expertos cuando son preguntados en relación al origen de los obstáculos principales al emprendimiento. Por octavo año consecutivo, el principal obstáculo es el acceso a la financiación (el 47,2% de los encuestados está de acuerdo con esta opinión). Las políticas gubernamentales se sitúan en segundo lugar, situándose delante de factores como la educación y formación, que están en el puesto número 4, las normas sociales y culturales, en el puesto número 3, o la capacidad emprendedora, que se encuentra en el puesto número 6. Algunos de los elementos que menos parecen dificultar la puesta en marcha de las iniciativas empresariales en este ejercicio son el acceso a la información, la crisis económica, la internacionalización, el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas o la corrupción.

Tabla 7.1. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2018

Obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón, por orden de dificultad en 2018	% sobre el total de respuestas	Ranking del año					
		2018	2017	2016	2015	2014	2013
Acceso a la financiación	47.2%	1	1	1	1	1	1
Políticas gubernamentales	41.5%	2	1	1	2	2	2
Normas sociales y culturales	34.0%	3	3	4	3	9	6
Educación, formación	32.1%	4	4	3	4	3	3
Programas gubernamentales	18.9%	5	9	7	8	3	9
Capacidad emprendedora	15.1%	6	9	4	9	9	5
Acceso a la infraestructura física	13.2%	7	6	7	5	7	15
Apertura de mercado, barreras	13.2%	7	7	4	6	7	7
Estado del mercado laboral	9.4%	9	7	17	15	11	15
Composición percibida de la población	9.4%	9	9	17	11	13	15
Transferencia I+D	7.6%	11	13	17	14	5	9
Costes laborales, acceso y regulación	5.7%	12	5	13	11	17	11
Contexto político, institucional y social	5.7%	12	17	9	15	13	11
Infraestructura comercial y profesional	3.8%	14	14	9	9	6	15
Clima Económico	3.8%	14	14	11	15	11	3
Acceso a la información	0.0%	16	9	13	15	17	11
Crisis económica	0.0%	16	14	13	6	13	7
Internacionalización	0.0%	16	17	12	15	17	15
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0.0%	16	17	13	11	17	11
Corrupción	0.0%	16	17	17	15	13	15
Otros	0.0%	16	17	17	15	17	15

Una vez examinados los obstáculos, en la Tabla 7.2 se identifican los principales apoyos a la creación de empresas en Aragón, presentándose la evolución en la ordenación de los mismos desde el año 2013. En ella se pone de manifiesto que los expertos entienden que las principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora son los programas gubernamentales, el clima económico, la capacidad emprendedora y la transferencia I+D. En el extremo opuesto se sitúan la corrupción, la composición percibida de la población, y con la misma valoración el acceso a la información, las políticas gubernamentales, o los costes laborales, en lo que hace referencia al acceso y regulación.

Tabla 7.2. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Aragón, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2018

Apoyos a la actividad emprendedora en Aragón, por orden de importancia en 2018	% sobre el total de respuestas	Ranking del año					
		2018	2017	2016	2015	2014	2013
Programas gubernamentales	63.83%	1	1	2	2	1	3
Clima económico	19.15%	2	6	7	13	15	6
Capacidad emprendedora	19.15%	2	9	8	9	15	12
Transferencia I+D	19.15%	2	15	8	6	3	3
Acceso a la infraestructura física	17.02%	5	5	1	7	8	10
Apertura de mercado, barreras	17.02%	5	15	6	9	18	7
Educación y formación	14.89%	7	2	5	9	9	8
Apoyo financiero	14.89%	7	9	8	5	5	8
Estado del mercado laboral	10.64%	9	3	2	16	2	1
Normas sociales y culturales	8.51%	10	3	8	3	4	3
Infraestructura comercial y profesional	6.38%	11	6	4	4	18	12
Crisis económica	4.26%	12	12	14	1	9	10
Internacionalización	4.26%	12	12	14	16	9	17
Contexto político, institucional y social	4.26%	12	18	16	13	12	14
Costes laborales, acceso y regulación	2.13%	15	8	16	12	7	14
Políticas gubernamentales	2.13%	15	11	8	13	12	2
Acceso a la información	2.13%	15	12	13	7	5	14
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	2.13%	15	18	16	16	14	17
Composición percibida de la población	0.00%	19	15	16	16	15	17
Corrupción	0.00%	19	18	16	16	18	17
Otros	0.00%	19	18	16	16	18	17

La Tabla 7.3 recoge la clasificación de los diferentes aspectos mencionados por los expertos en sus recomendaciones para dinamizar el proceso emprendedor en Aragón. Las tres primeras recomendaciones tienen que ver con las políticas y programas gubernamentales y la educación y la formación, siguiéndoles a continuación el apoyo financiero. Por tanto, los expertos encuestados destacan como prioritario el contar con el apoyo de políticas y programas gubernamentales que impulsen y faciliten las iniciativas emprendedoras y el diseño de una educación que cambie los valores y actitudes hacia el proceso emprendedor. También sitúan en un lugar destacado el apoyo financiero, la cultura, las normas sociales y culturales y el acceso a la infraestructura comercial y profesional. En cuanto a las dimensiones que menos consideración tienen por parte de los expertos, cabe citar los relativos a la corrupción, la crisis económica, el contexto político, institucional y social, la composición percibida de la población, la capacidad emprendedora, el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas, y el acceso a la información.

Tabla 7.3. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2018

Recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón, por orden de importancia en 2018	% sobre el total de respuestas	Ranking del año					
		2018	2017	2016	2015	2014	2013
Programas gubernamentales	52.00%	1	3	3	3	2	2
Políticas gubernamentales	46.00%	2	1	1	4	1	1
Educación y formación	40.00%	3	2	2	2	4	4
Apoyo financiero	30.00%	4	4	4	1	3	3
Normas sociales y culturales	22.00%	5	5	4	5	5	5
Infraestructura comercial y profesional	12.00%	6	5	6	12	9	11
Acceso a la infraestructura física	8.00%	7	7	7	10	6	6
Transferencia I+D	8.00%	7	8	8	6	9	9
Apertura de mercado, barreras	8.00%	7	15	14	15	7	7
Internacionalización	6.00%	10	15	14	15	9	11
Costes laborales, acceso y regulación	4.00%	11	8	8	8	17	11
Estado del mercado laboral	4.00%	11	10	11	12	17	11
Clima económico	2.00%	13	15	14	15	9	11
Acceso a la información	0.00%	14	10	10	6	17	11
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0.00%	14	10	11	12	7	8
Capacidad emprendedora	0.00%	14	13	11	15	9	11
Composición percibida de la población	0.00%	14	13	14	8	9	9
Contexto político, institucional y social	0.00%	14	15	14	10	17	11
Crisis económica	0.00%	14	15	14	15	9	11
Corrupción	0.00%	14	15	14	15	9	11
Otros	0.00%	14	15	14	15	17	11

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. La Tabla 7.4 recoge los argumentos que no se habían mencionado de forma explícita en el cuestionario realizado, aunque es cierto que algunas de estas propuestas están directamente relacionadas con los factores previamente considerados.

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

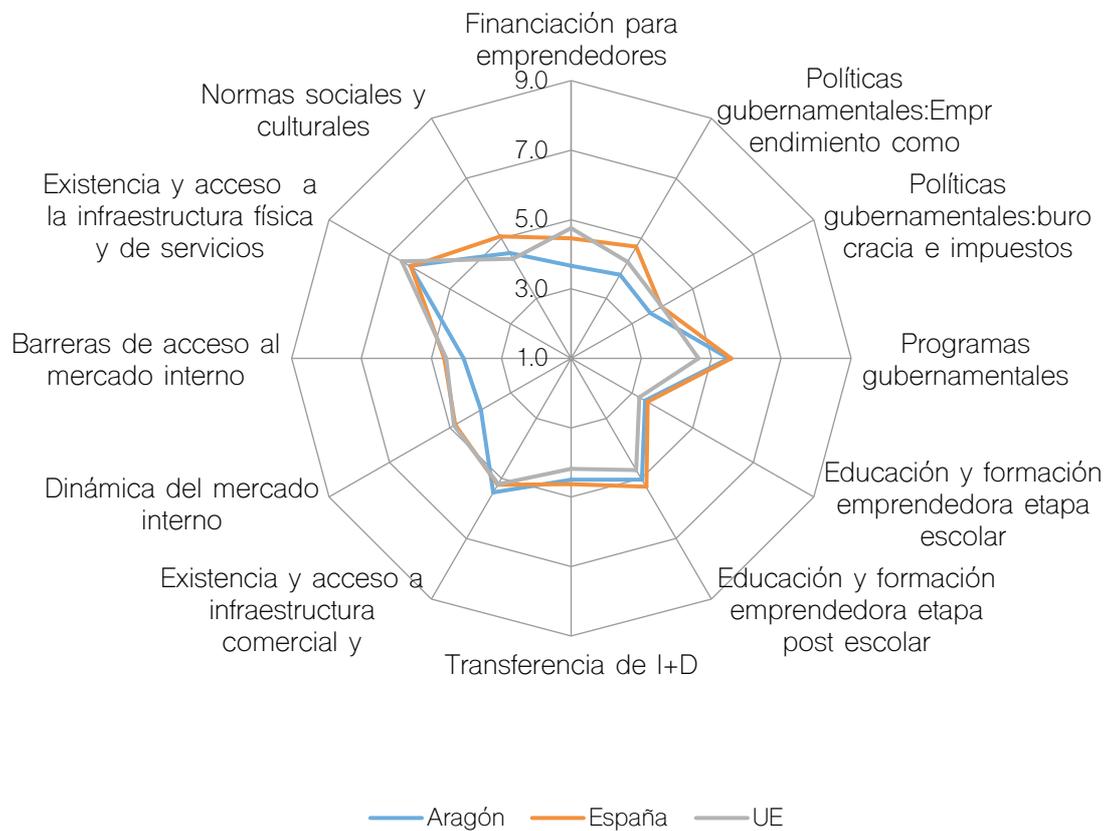
OBSTÁCULOS
1. Aversión al riesgo
2. Trámites administrativos
3. Falta de cultura emprendedora
4. Falta de financiación
APOYOS
1. Mejora de la formación
2. Programas de apoyo al emprendimiento
3. Ayudas y subvenciones
4. Innovación
RECOMENDACIONES
1. Simplificación de los trámites burocráticos
2. Mejora de la financiación
3. Ayudas y subvenciones
4. Mejora de la educación emprendedora

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

La Figura 7.2 concluye este capítulo representando la posición relativa de las valoraciones que hacen los expertos aragoneses en relación con sus homólogos en España y en el resto de países GEM de su mismo grupo económico. En relación a la comparación con el resto de España, Aragón presenta unas condiciones medias por debajo del promedio nacional en prácticamente la totalidad de los factores considerados, excepto en lo que hace referencia al acceso a infraestructuras. No obstante, las diferencias no son especialmente relevantes en la mayoría de las dimensiones.

Respecto a los países GEM del mismo grupo económico, las valoraciones que hacen del entorno los expertos aragoneses se suelen ubicar alrededor de la media europea o ligeramente por debajo de la misma. El acceso a la financiación, las normas sociales y culturales y la dinámica y barreras de acceso al mercado interno son elementos de preocupación cuando se compara la posición de Aragón con la de los países de la UE. Sin embargo, Aragón presenta una situación similar a la de los países de la UE cuando se trata de educación, transferencia de I+D, así como de existencia y acceso a infraestructuras, incluso está por encima cuando se hace referencia a los programas gubernamentales.

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



CAPÍTULO 8

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LAS ZONAS RURALES

8.1. Introducción

El estudio de la actividad emprendedora en las zonas rurales tiene particular importancia en la Comunidad Autónoma de Aragón, a la vista de que el casi el 97% de los municipios se encuentran situados en el ámbito rural y concentran a una cuarta parte de la población aragonesa (Tabla 8.1). El observatorio GEM considera como actividad emprendedora rural la que se lleva a cabo en municipios de hasta 5.000 habitantes, mientras que el emprendimiento urbano es el que tiene lugar en los municipios que superan dicha población. Es importante tener en cuenta que la distribución de la población en zonas rurales varía notablemente entre las tres provincias aragonesas, principalmente debido a la concentración de prácticamente el 50% de la población aragonesa en la capital de la Comunidad. De este modo, el 15,9% de la población de la provincia de Zaragoza reside en la actualidad en entornos rurales, frente al 39,4% de Huesca y el 56% de Teruel.

Tabla 8.1. Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2018)

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	39,4%	15,9%	56,0%	24,0%
	Urbana	60,6%	84,1%	44,0%	76,0%

Fuente: Datos obtenidos a partir de la información facilitada por el INE (padrón a 1 de enero de 2018).

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, siendo, además, una fuente de

oportunidades en múltiples sectores de la economía. La mejora de las infraestructuras físicas y las comunicaciones hacen del ámbito rural un espacio muy competitivo para un gran número de actividades. Fruto de esta reflexión, se han llevado a cabo determinadas iniciativas gubernamentales de fomento de la actividad emprendedora en zonas rurales de Aragón, como el Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED) o el proyecto Rural Emprende (dentro del marco del Plan Avanza). En definitiva, este capítulo aproxima y completa la información en relación con la actividad emprendedora en estos municipios. En primer lugar, se examinan los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras y se comparan con las de las zonas urbanas. A continuación, se examinan las tasas de actividad empresarial en los dos ámbitos.

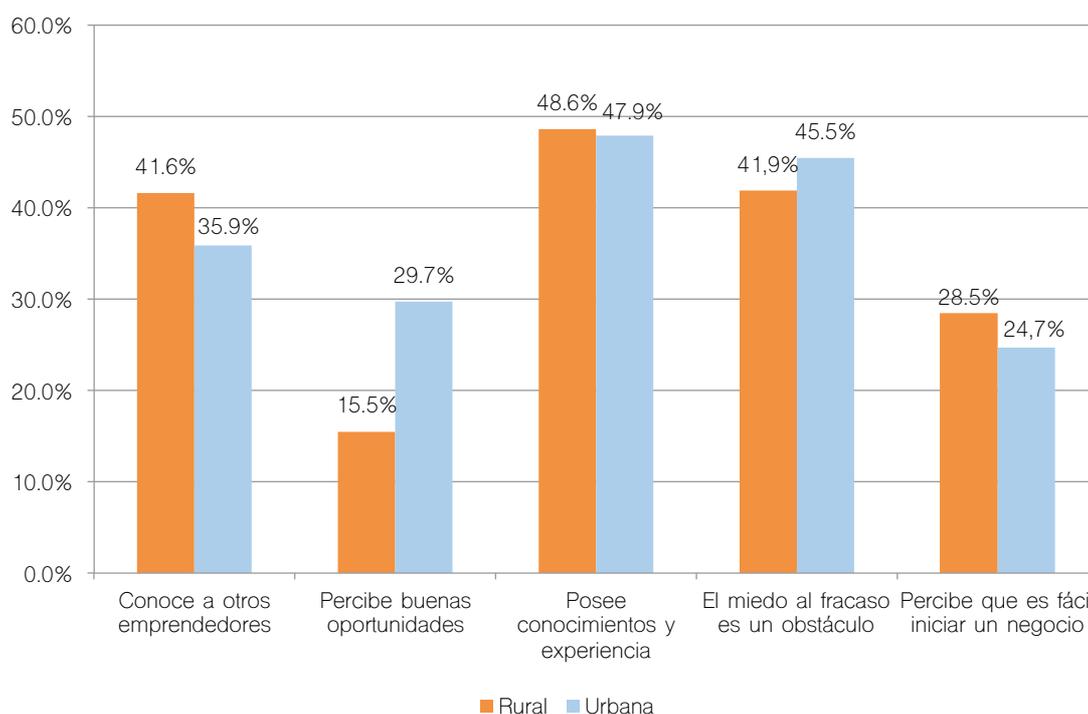
8.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana

La figura 8.1 muestra información sobre los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población rural y urbana en 2018. Como se puede observar, en las zonas rurales la percepción general tiende a ser más positiva. Es en este entorno donde se declara conocer a más emprendedores (41,6% frente al 35,9% de los municipios urbanos); se tiene la percepción de que se poseen más aptitudes, conocimientos y experiencia (un 48,6% frente al 47,9% urbano); la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo es menor (41,9% frente al 45,5%) y donde se percibe que es más fácil iniciar un negocio (un 28,5% frente al 24,7% de las zonas urbana). Por contraste, es en el entorno urbano donde se perciben con más frecuencia buenas oportunidades (29,7% frente al 15,5% en el ámbito rural).

Si comparamos estas cifras con las de 2017, observamos que se ha producido un incremento en la percepción de las variables relativas a conocimiento de otros emprendedores, conocimiento y experiencia, así como en la facilidad de iniciar un negocio, tanto en el entorno rural como en el urbano. Sin embargo, es relevante destacar que cuando se trata de la percepción de buenas oportunidades de negocio, esta variable disminuye considerablemente en ambos entornos. El miedo

al fracaso como un obstáculo al emprendimiento disminuye en el entorno rural, lo cual es positivo, pero se incrementa en el urbano.

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

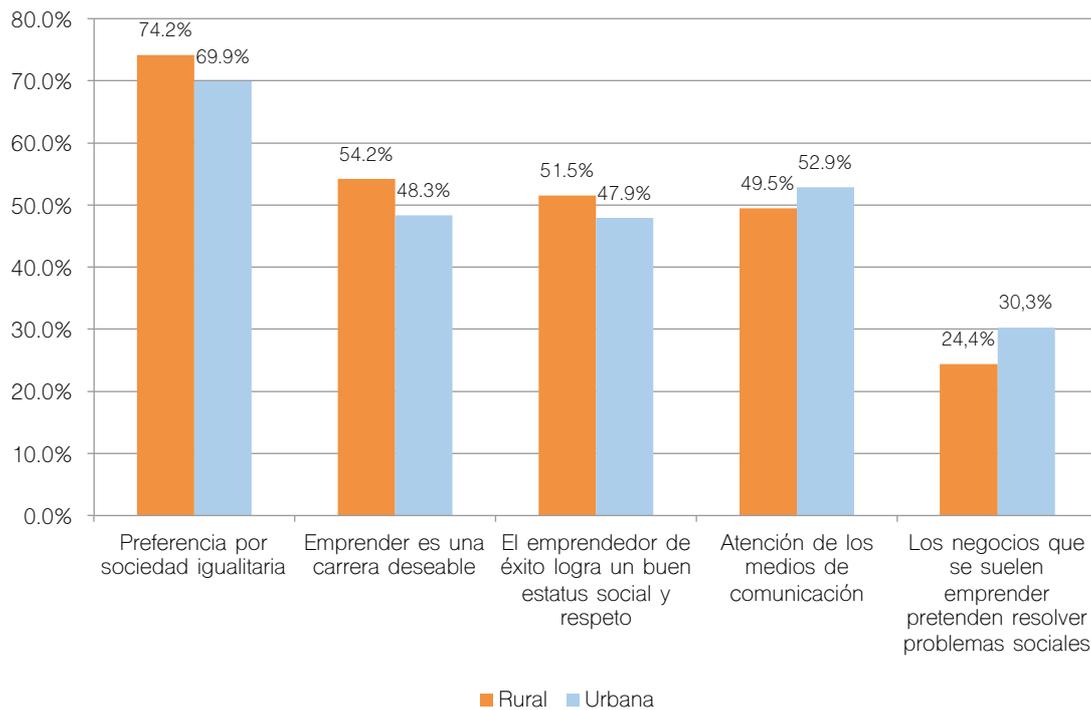


Por lo que respecta a la valoración social del emprendimiento (Figura 8.2), los porcentajes referentes a los indicadores relativos a la preferencia por una sociedad igualitaria, al emprendimiento como una carrera deseable, o a si el emprendedor de éxito logra un buen estatus social y respeto, son superiores en las zonas rurales. Por el contrario, en las zonas urbanas se percibe de forma más positiva la atención de los medios de comunicación y que los negocios en los que se emprende tienen como objeto resolver problemas sociales.

Al observar la evolución de los indicadores respecto a 2017, en las zonas rurales aumenta el valor de los indicadores relativos a la preferencia por una sociedad igualitaria y a que emprender es una carrera deseable, disminuyendo en las urbanas. Es en el entorno urbano donde aumenta el indicador relativo a la atención de los medios de comunicación, mientras que disminuye en el ámbito

rural. Respecto a la pregunta acerca de si emprendedor de éxito logra un buen estatus social y de respeto, se observa que se incrementa en ambos entornos, al contrario de lo que ocurre con el indicador que pregunta acerca de si los negocios que se suelen emprender pretenden resolver problemas sociales, que disminuye tanto en los municipios rurales como en los urbanos.

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. La población rural se muestra claramente más activa en términos de emprendimiento que la urbana (8% frente a un 3,8%). En consonancia con estos datos, es en el entorno rural donde se observa mayor implicación del total de la población en el proceso emprendedor en su conjunto (28,9% frente al 16,3%), situación que se repite cuando se analiza la población involucrada en la parte activa del mismo: los emprendedores nacientes, nuevos y consolidados suponen un 21,1% de la población total, frente al 8,6% en las zonas urbanas. De nuevo, en este

ejercicio se observa que la actividad consolidada es considerablemente más alta en el entorno rural (13,1%) que en el urbano (6,1%). Sin embargo, el emprendimiento potencial es muy similar (7,8% en el entorno rural, 7,7% en el urbano), siendo los cierres efectivos ligeramente inferiores en las zonas rurales (0,7% frente al 1%). Al analizar la evolución respecto al periodo anterior, en el entorno rural se observa un incremento en todas las actividades excepto en la consolidada. En el caso de las zonas urbanas, el crecimiento (casi de 4 puntos porcentuales) se concentra de forma notable en las iniciativas potenciales, manteniéndose prácticamente estable la actividad naciente y nueva, con un ligero repunte de la consolidada.

Figura 8.3. Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2018

RURAL	Potencial	Naciente	Nueva	Consolidada	Cierres efectivos
	7,8% (5,6%)	3,2% (1,0%)	4,8% (2,0%)	13,1% (14,9%)	
	TEA rural: 8,0% (3,0%)				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 21,1% (17,9%)				
Total población involucrada en el proceso emprendedor: 28,9% (23,5%)					
URBANO	Potencial	Naciente	Nueva	Consolidada	Cierres efectivos
	7,7% (3,9%)	1,7% (1,7%)	2,1% (2,3%)	6,1% (4,8%)	
	TEA urbano: 3,8% (4,0%)				
	Total población involucrada en la parte activa del proceso: 8,6% (8,8%)				
Total población involucrada en el proceso emprendedor: 16,3% (12,7%)					

Nota: Entre paréntesis la información correspondiente a 2017.

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. De nuevo, la tasa emprendedora rural en nuestra Comunidad es superior a la urbana, presentando una gran estabilidad, en la medida en que es mayor el porcentaje de empresas que se consolidan. La valoración social de la actividad emprendedora es superior en las zonas rurales en relación a las cinco dimensiones consideradas, excepto en cuanto a la percepción de que los negocios que se suelen emprender pretenden resolver problemas sociales. Respecto a valores, percepción y actitudes emprendedoras, la percepción que se tiene en relación con las dimensiones consideradas es también más positiva en el ámbito rural, con excepción del indicador relativo a la percepción de buenas oportunidades.

CAPÍTULO 9

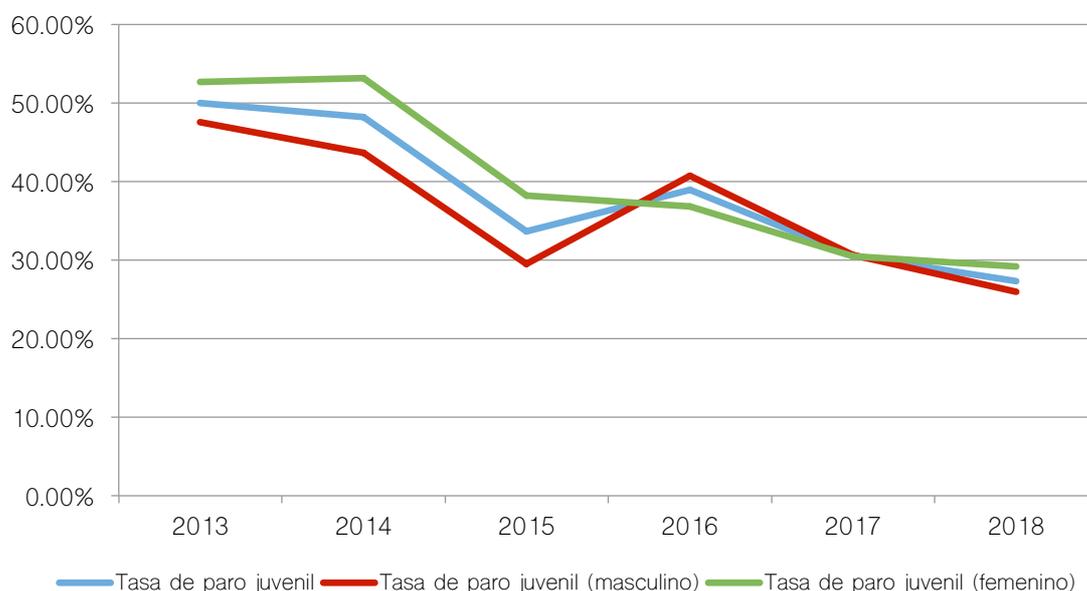
EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

9.1. Introducción

España muestra, a lo largo de estos últimos años, una mejora en su tasa de desempleo juvenil, aunque no debemos perder de vista la gravedad de la situación que hemos venido observando durante todo este período. En 2018, la tasa de desempleo entre la población menor de 25 años (36,3%) cae a su nivel más bajo de los últimos diez años, aunque alcanza todavía niveles que duplican la media europea (16,8%).

Si particularizamos para el caso de la Comunidad Autónoma, la Figura 9.1 muestra cómo el desempleo en Aragón alcanzó, a finales de 2018, el 27,3% entre los menores de 25 años. A pesar de lo elevado de esta cifra, debemos destacar que se sitúa nueve puntos por debajo de la media nacional y que la tendencia en relación con los años precedentes es claramente favorable: en 2017 fue del 30,5% y en 2016 del 39%. En cuanto a su distribución por género, la Figura 9.1 muestra que la tasa de desempleo en las mujeres es mayor en este periodo, al afectar al 29,1% de la población activa femenina (un 25,9% en el caso de los varones).

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



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2018)

En este escenario social y económico, en el que conviven varias generaciones, y en el que los miembros de la generación Z, cuyos componentes más mayores acaban de cumplir 18 años, éstos se presentan como innovadores, productivos y orientados hacia metas productivas y realistas. De hecho, el 62% preferiría comenzar sus propias compañías que trabajar para empresas ya establecidas, mientras que sólo el 43% de los estudiantes universitarios (*millennials* jóvenes) piensan igual. Ambas generaciones son una fuerza de trabajo con unos valores completamente diferentes a generaciones anteriores, por lo que resulta cada vez más evidente que el empleo por cuenta ajena no es una respuesta única al capital humano joven que puede contribuir al desarrollo económico de los países. Ante esta realidad, el emprendimiento juvenil se empodera como una opción de vida que cubre las inquietudes de estos jóvenes que quieren ver proyectos completos, que hacen de sus hobbies su profesión, que aprenden de formas distintas y no perciben el liderazgo de autoridad en sus esquemas ni vitales ni profesionales.

La Comisión Europea, dentro de sus prioridades, ha establecido como foco de atención preferente el hacer frente al desempleo juvenil, enfatizando que el sistema educativo debe apostar por proporcionar a los jóvenes competencias en

emprendimiento. 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,³ comparándolas con las de los adultos. En primer lugar, se presentan los valores, percepciones y actitudes en este segmento de la población. En segundo lugar, se analiza la tasa de actividad emprendedora y su evolución en el tiempo. Finalmente, se analizan las características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.

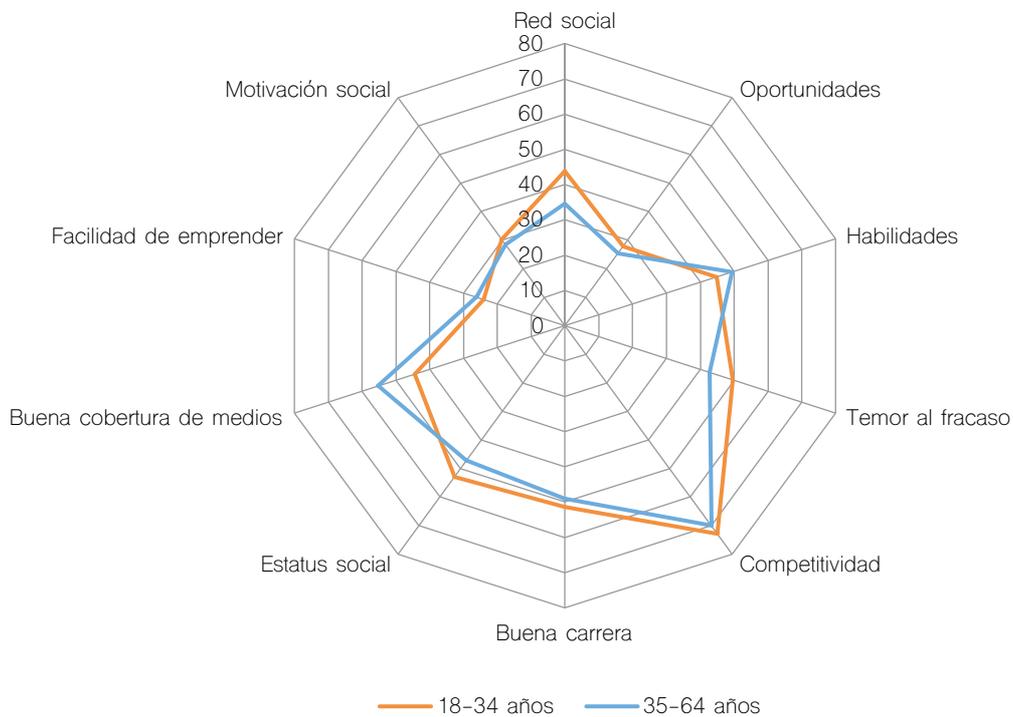
9.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven

La Figura 9.2 muestra los valores y actitudes de la población joven y adulta con respecto al emprendimiento. Como se puede observar, existen diferencias entre ambos colectivos. En cuanto a la percepción de oportunidades, los jóvenes son algo más positivos que los adultos (27,9% frente al 25,4%), aunque la cifra disminuye respecto al año anterior en ambos colectivos. También lo son en relación con su percepción sobre el hecho de que una red social ayuda a desarrollar capacidades emprendedoras (43,9% frente al 34,6%). Los jóvenes tienen también una percepción más positiva que los adultos en cuanto a la consideración del estatus social que supone ser emprendedor (52,9% de los jóvenes frente al 47,1% de los adultos), así como en cuanto a competitividad (73% vs 70,1%), la sensación de que emprender es una buena carrera profesional (51,4% frente 49,0%), o la motivación social (30,2% vs 28,4%). En el polo opuesto, también son los jóvenes los que tienen una percepción más alta de temor al fracaso (49,7% vs 42,7%).

Sin embargo, son los adultos los que perciben de forma más positiva aspectos relacionados con estar en posesión de las habilidades necesarias para emprender (49,4% frente al 44,8%), que en los medios hay buena cobertura en relación a las actividades de emprendimiento (55,2% vs 44,5%), así como en cuanto a la facilidad percibida para emprender (26,2% frente al 24,1%).

³ Desde el punto de vista de este informe, se entiende por emprendimiento juvenil el llevado a cabo por personas con edad inferior a 35 años.

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



9.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón

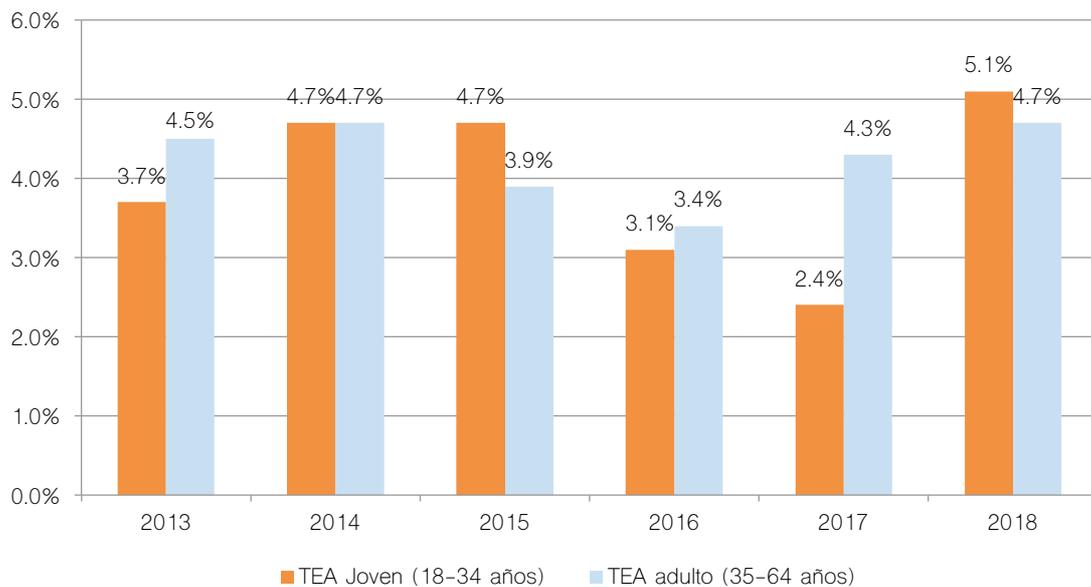
Una vez identificadas las percepciones sobre la actividad emprendedora de nuestros jóvenes, la siguiente cuestión es cómo se materializan éstas en la puesta en marcha de nuevos negocios. En la Tabla 9.1 se observa que la tasa de actividad emprendedora juvenil en Aragón es, en 2018, superior cuando se analiza la actividad en iniciativas emprendedoras potenciales (10,1% frente al 6,8% de los adultos) y nacientes (3,0% vs 1,6%), aunque son los adultos los que este ejercicio han tenido más protagonismo cuando se trata de iniciativas nuevas (3,1% frente al 2,1%). En relación con el emprendimiento consolidado, al tratarse de iniciativas maduras, es lógico el predominio de los adultos (10,1% frente al 2,1%), del mismo modo que también presentan mayores tasas de cierre (1,0% vs 0,6%). El indicador global de emprendimiento (TEA) es, en Aragón, ligeramente superior entre los jóvenes que entre los adultos (5,1% frente al 4,7%).

Tabla 9.1. Porcentaje de población de entre 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2018

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

La Figura 9.3 muestra la evolución de la tasa de actividad emprendedora por grupos de edad durante los últimos años. En ella se observa cómo en 2018 se rompe con la tendencia observada en los dos años anteriores, en los que los adultos tenían una mayor propensión a emprender. En este último año son los jóvenes los que presentan tasas algo mayores, situación similar a la observada en 2015. Es importante destacar el importante incremento en la tasa de emprendimiento juvenil entre 2017 y 2018, ya que en este último ejercicio se duplica la cifra observada un año antes (5,1% frente al 2,4% del año 2017), en contraste con el emprendimiento adulto, donde el crecimiento es más modesto (se pasa del 4,3% frente al 4,7%).

Figura 9.3. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2013-2018)



Concluimos esta sección insistiendo en el comportamiento del principal indicador de emprendimiento en este último año y que deberá ser objeto de seguimiento en ejercicios posteriores: los jóvenes muestran en este momento una mayor propensión emprendedora que los adultos. Más allá de que el indicador TEA es superior en 2018, también lo es el emprendimiento potencial (aquellos individuos que manifiestan su deseo de crear su propia empresa en un futuro próximo), por lo que, si estas intenciones se confirman, es probable que este mayor nivel pueda mantenerse en los próximos años. Es importante, en todo caso, señalar que el emprendimiento potencial constituye únicamente una declaración de intenciones y que se trata de una cifra que puede verse fuertemente afectada por la coyuntura económica (señalar, a modo de ilustración, que la tendencia en estos últimos años no muestra un patrón claramente definido). 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. En la medida de lo posible, debe valorarse positivamente la apuesta por iniciativas alternativas y creativas que tengan perspectivas de éxito y no solo por simples réplicas de los negocios tradicionales.

9.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes

La Tabla 9.2 sintetiza el perfil socioeconómico de los emprendedores jóvenes. Como se puede observar, éste se define habitualmente como un varón, con un nivel de estudios superior y situación laboral en activo (a tiempo completo). En la segmentación por edad y sexo se puede observar que el porcentaje de mujeres adultas emprendedoras es superior al de las emprendedoras jóvenes (55% frente al 47,1%), una situación que confirma los datos del ejercicio 2017 en el que el porcentaje ya era superior entre las mujeres adultas (54,1% de las adultas frente al 25% de las jóvenes). Lo que sí se puede observar es el crecimiento del porcentaje de las mujeres jóvenes activas en emprendimiento en 22 puntos porcentuales. El nivel de participación en las actividades emprendedoras sigue siendo superior, este año 2018, entre los varones jóvenes que entre los adultos (52,9% frente al 45%), aunque se ha reducido la brecha entre los dos colectivos de población, ya que en el pasado ejercicio el porcentaje de jóvenes emprendedores era del 75% mientras que el de adultos se ha mantenido alrededor del 45%. De nuevo este dato podría estar relacionado con la mejora de los datos de empleo.

Tabla 9.2. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2018

	Emprendedor joven	Emprendedor adulto
Sexo	H: 52,9% M: 47,1%	H: 45% M: 55%
Edad	30 años	48,7 años
Nivel de estudios mayoritario	Secundaria-Superior	Superior
Formación específica para emprender	52,9%	51,2%
Nivel de renta más frecuente	10.001-20.000	10.001-20.000
Situación laboral	Tiempo completo	Tiempo completo

CONCLUSIONES

Para finalizar este informe GEM Aragón 2018-2019, a continuación se sintetizan las principales conclusiones que se derivan del mismo. En primer lugar, debemos destacar que el índice de actividad emprendedora (TEA) alcanza en 2018 un valor de 4,8, lo que significa que un 4,8% de la población aragonesa con edad comprendida entre los 16 y los 64 años se encontraba desarrollando un proyecto emprendedor con antigüedad inferior a 42 meses. Esta cifra es un 26% superior a la obtenida en 2017 (3,8%) y un 45% más elevada que el mínimo alcanzado en 2016 (3,3%) y constituye, además, el valor más elevado de los últimos años. En consecuencia, estos datos parecen indicar que, una vez superada la grave crisis que afectó a nuestra economía entre 2008 y 2013, la recuperación de estos últimos años ha derivado en unos niveles más elevados de creación de empresas. No obstante, y a pesar de que las diferencias se han reducido en este último año, también debemos señalar que los niveles de emprendimiento son, en Aragón, inferiores al promedio nacional, donde este indicador se situó en el 6,4%. Este menor nivel del índice TEA en Aragón no debe resultar sorprendente, en la medida en que dicho indicador se ha mantenido sistemáticamente entre uno y dos puntos por debajo de la media del país. Como ya se ha comentado en informes anteriores, Aragón no ha sido tradicionalmente (tampoco España) una comunidad emprendedora, por lo que los indicadores de creación de empresas han sido comparativamente bajos. En todo caso, esta cifra debe analizarse conjuntamente con la de emprendimiento consolidado y con la tasa de cierres, dimensiones ambas en las que la posición aragonesa es algo más favorable que la media nacional, por lo que, si se analiza todo el proceso emprendedor en su conjunto, las diferencias entre Aragón y el resto de comunidades se reducen sustancialmente.

Más allá de obtener este índice global, el estudio permite desagregar el TEA en sus dos componentes habituales, al diferenciar entre iniciativas *nacientes* y *nuevas*. Las primeras son aquellas que se encuentran todavía en fase embrionaria, entendiendo como tales las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no han pagado salarios ni obtenido beneficio por un periodo

superior a los tres meses. Las iniciativas *nuevas* han superado ya esta fase, aunque todavía no alcanzan los 42 meses de edad. Las iniciativas nacientes suponen, en 2018, un 42% del total (porcentaje muy similar al del año anterior), de modo que el TEA de las mismas alcanza el 2,0%, mientras que el TEA de las iniciativas nuevas se sitúa en el 2,8% (estos porcentajes fueron, en 2017, el 1,6% y el 2,2% respectivamente). En definitiva, el aumento de actividad se ha repartido de forma equilibrada entre uno y otro tipo de iniciativas. La comparación de estas cifras en la Comunidad con el promedio nacional pone de manifiesto que apenas existen diferencias en cuanto a la distribución del emprendimiento entre ambos grupos: también a nivel nacional el emprendimiento naciente representa el 42% del total de nuevos negocios (2,7%), frente al 58% del emprendimiento nuevo (3,7%).

Al combinar la tasa de emprendimiento mencionada (4,8% de la población aragonesa en edad laboral) con la población de la Comunidad en este rango de edad, resulta un total de casi 39.000 nuevos negocios (algo más de 16.300 nacientes y de 22.600 nuevos), alrededor de 8.100 más que el año 2017 y unos 12.000 más que dos años antes. Si consideramos también las más de 63.200 iniciativas ya consolidadas (con una antigüedad superior a los tres años y medio), el número total empresas en la Comunidad ronda las 102.200 (en torno a 90.000 en 2017).

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 ha crecido de forma importante y afecta aproximadamente a 62.400 aragoneses (un 7,7% de la población entre 18 y 64 años). Se trata de un dato altamente positivo que rompe con la tendencia decreciente de los últimos años. En particular, esta cifra fue en 2017 de 34.850 personas (únicamente un 4,3% de la población dentro del grupo de edad considerado). En todo caso, este indicador debe valorarse con cierta prudencia, ya que únicamente recoge una declaración de intenciones (el propósito de crear una empresa en el futuro) por lo que, en la medida en que todavía no se ha dado ningún paso, puede verse altamente condicionado por el

contexto económico y social del momento en que se realiza la encuesta y por los acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro.

El proyecto GEM, más allá de cuantificar el espíritu emprendedor en una determinada zona geográfica, permite también disponer de información acerca de las razones que han llevado a los aragoneses a crear su empresa. En este sentido, aproximadamente dos de cada tres nuevas iniciativas se ponen en marcha porque el emprendedor percibe una buena oportunidad de negocio, frente a un 20% de emprendedores que lo hace por necesidad (un 14% de entrevistados señala motivos de otra índole). En relación con estos datos, es importante destacar que el emprendimiento por oportunidad mantiene la evolución favorable que había mostrado en los últimos años, con la excepción de 2016. De hecho, aunque la cifra observada es similar a la de 2017, debemos tener en cuenta que en 2018 son muchos los aragoneses que no se decantan claramente por uno u otro motivo (oportunidad o necesidad), por lo que, si solo se tuvieran en cuenta los encuestados que se pronuncian por una de las dos opciones, más del 75% de los aragoneses señala la oportunidad como motivo principal para poner en marcha su idea de negocio.

A partir de los resultados que se derivan de esta investigación, también es posible conocer la distribución sectorial de las iniciativas que se llevan a cabo, tanto en Aragón como en el resto de regiones y países que participan en la misma. Se identifican, para ello, cuatro grandes sectores de actividad y los resultados indican que algo menos de la mitad de las nuevas empresas (43,7%) se dedican a actividades relacionadas con el consumo, porcentaje que se sitúa en línea con el de años anteriores, donde este sector aglutina en torno al 45% de las nuevas empresas. Uno de cada cuatro nuevos negocios se dedica a la prestación de servicios a empresas (su proporción es, en este caso, algo superior a la media de los años anteriores), mientras que el resto se reparte de forma más o menos equitativa entre el sector transformador y el extractivo. Una comparación de estos valores con los del emprendimiento consolidado pone de manifiesto que la proporción de empresas orientadas al consumo es algo superior en los nuevos negocios (casi el 38% de las empresas consolidadas se enmarcan en este grupo), debido a que su menor tamaño hace que la rotación de las mismas sea superior,

si bien es cierto que las diferencias se reducen en 2018 en relación con los años previos, algo similar a lo que ocurre en las empresas que prestan servicios a empresas (casi un 25% de los nuevos negocios, cerca de un 16% en los consolidados). Por el contrario, la proporción de empresas que superan los tres años y medio de antigüedad es superior en el sector transformador: un 27,6% frente al 16,2% de las empresas más jóvenes.

Por lo que respecta al tamaño de las nuevas compañías, estas tienen, por lo general, una dimensión muy reducida: aproximadamente 1,5 propietarios por empresa, cifra ligeramente inferior a la observada en 2017. En relación con el número de trabajadores, algo más de un tercio de los nuevos negocios emplea únicamente al promotor de la iniciativa, aunque debe destacarse que este porcentaje es el más bajo de los últimos años, donde esta cifra se ha movido en el entorno del 50%. Por el contrario, aumenta la proporción de empresas que ocupan entre 1 y 5 trabajadores (casi el 55% en 2018) y se mantiene por debajo del 9% la de nuevos negocios que cuentan con seis o más empleados.

En relación con el perfil del emprendedor aragonés, el resultado más destacable que se desprende del informe de 2018 es que, por primera vez desde que se realiza el estudio, las mujeres emprendedoras superan a los hombres, de manera que estas son las propietarias del 53,4% de las empresas de reciente creación. Más allá de este importante dato, hay que señalar que la edad media del emprendedor incipiente es de 42,7 años, similar a la del año anterior (42,5 años), que entre ellos predomina la educación superior y que una mayoría de los mismos (el 51,7%) había recibido formación específica en materias relacionadas con el emprendimiento.

Otro aspecto que suscita nuestra atención es el relacionado con la financiación del proceso emprendedor. En relación con esta dimensión, la principal conclusión que se desprende del estudio es que se reduce el tamaño de las iniciativas puestas en marcha por los nuevos emprendedores, de modo que la inversión media por proyecto se sitúa ligeramente por debajo de los 25.000 euros, cantidad que supone algo menos de la mitad del importe comprometido en 2017. No

obstante, la mediana de la distribución⁴ alcanzó en 2018 los 15.000 euros, cifra que duplica el valor inusualmente bajo de 2017 y que se mantiene dentro de la horquilla de entre 10.000 y 20.000 euros de inversión mediana en la mayoría de los últimos años.

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 experiencia necesarios. En este sentido, los resultados del estudio muestran que, en estos últimos años, se ha producido un incremento en el porcentaje de aragoneses que perciben buenas oportunidades para emprender. En 2018, un 26,1% de los entrevistados manifiesta identificar buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses. Aunque este porcentaje es inferior a la cifra inusualmente alta alcanzada en 2017 (30,9%), se sitúa por encima los valores observados en el resto de años previos. Como resulta de esperar, este porcentaje es mayor entre las personas involucradas en el proceso emprendedor (35,9%) que entre aquellas que no lo están (24,6%). De hecho, las diferencias en relación con los valores de 2017 se concentran sobre todo en este último grupo: mientras que la diferencia en cuanto a la percepción de oportunidades fue en 2017 de más de cinco puntos superior entre los individuos no involucrados en el proceso emprendedor, entre los involucrados esta diferencia es inferior a los dos puntos porcentuales.

En relación con la posesión de los conocimientos suficientes para poner en marcha un nuevo negocio, algo más del 48% de los entrevistados considera que goza de dichos conocimientos. Esta cifra se eleva hasta el 81,5% en el grupo emprendedores (entre los no involucrados en el proceso, es del 43,5%). El miedo al fracaso es también un obstáculo importante para algo más de cuatro de cada

⁴ 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 25.000 euros mencionada debe interpretarse con cautela.

diez aragoneses, por lo que cualquier actuación que permita mejorar estas percepciones repercutirá, a buen seguro, en las tasas de emprendimiento a medio y largo plazo.

Tal como se ha señalado a lo largo del documento, el informe GEM utiliza como principal fuente de información el resultado que se deriva de una encuesta realizada a 1.200 ciudadanos residentes en la Comunidad. No obstante, el estudio también hace uso de información más detallada proporcionada por un reducido número de expertos (55 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 mantienen la tendencia de los años previos y no resultan especialmente optimistas. 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 (tanto las físicas y de servicios como la infraestructura comercial y profesional), así como los programas gubernamentales y la educación y formación en la etapa post escolar. Entre los factores peor valorados destaca, como viene siendo habitual estos últimos años, la educación y formación emprendedora en la educación escolar, la financiación para emprendedores o las políticas gubernamentales, en especial todo lo relacionado con la burocracia y los impuestos. Los expertos también son animados a proponer algunas recomendaciones que puedan favorecer el proceso emprendedor. En este sentido, los factores citados con mayor frecuencia están directamente vinculados a los obstáculos apuntados. Entre las sugerencias planteadas, mencionar la necesidad de simplificar los trámites burocráticos necesarios para la puesta en marcha de un negocio, la mejora de la educación emprendedora o el desarrollo de fuentes de financiación adicionales.

Un aspecto que caracteriza a la comunidad aragonesa y que la diferencia de la mayoría de regiones de nuestro país es el elevado porcentaje de población que reside en núcleos rurales (un 56% de la población en Teruel, casi un 40% en

Huesca). En consecuencia, puede resultar de interés caracterizar el emprendimiento que se lleva a cabo en el ámbito rural con el fin de evaluar si este presenta 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, aunque sí difiere la percepción de oportunidades: casi el 30% de los residentes en los municipios de mayor tamaño entienden que hay buenas oportunidades de negocio, frente a un 15% en las localidades que no alcanzan los 5.000 habitantes. En todo caso, el porcentaje de emprendedores ha sido tradicionalmente (la excepción tuvo lugar en 2017), superior en el ámbito rural. El año 2018 mantiene (incluso acrecienta) este patrón, de manera que en este último año el emprendimiento rural (8,0% de la población residente en estas localidades) duplicó al urbano (3,8%). También es muy superior el emprendimiento consolidado (13,1% en el medio rural, 6,1% en el urbano) mientras el emprendimiento potencial es similar en ambos entornos (7,8% frente al 7,7%).

Para finalizar, el estudio también analiza las tasas de emprendimiento entre los más jóvenes. Es bien sabido que una de las principales preocupaciones de la sociedad, tanto española como aragonesa, es la alta tasa de desempleo juvenil, por lo que cualquier iniciativa que permita mejorar la información y oportunidades disponibles acerca de este colectivo facilitará el diseño de políticas específicas orientadas hacia el mismo, lo que probablemente permitirá mejorar su situación. En este sentido, los datos disponibles ponen de manifiesto que los valores y actitudes de los jóvenes (entendiendo como tales a aquellos aragoneses con edad inferior a 35 años) con respecto al emprendimiento no difieren, en lo sustancial, de los observados en la población adulta. En cuanto a los niveles de actividad empresarial, son superiores en los jóvenes cuando se analizan las iniciativas emprendedoras potenciales (10,1% frente al 6,8% de los adultos) y las nacientes (3,0% vs 1,6%) y algo inferiores en las iniciativas nuevas (2,1% en los jóvenes, 3,1% en los adultos). En relación con el índice TEA, este es ligeramente superior en los jóvenes (5,1%, frente a un 4,7% en los adultos).

Para concluir, señalar que este informe GEM Aragón 2018-2019, enmarcado dentro del proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), supone un

referente cada vez más consolidado en la evaluación de la actividad emprendedora dentro de la Comunidad Autónoma. Los resultados que se derivan del mismo deben evaluarse de forma conjunta con el resto de iniciativas puestas en marcha desde otras instituciones (Gobierno de Aragón, Fundación Emprender en Aragón, Instituto Aragonés de Fomento, Cámaras de Comercio, etc.), con el fin de dotar de la mayor eficacia a las distintas actuaciones.

En este sentido, una de las principales actuaciones que se lleva a cabo en la Comunidad Aragonesa es el Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED), impulsado desde la *Dirección General de Industria, PYMES, Comercio y Artesanía* del Gobierno de Aragón y gestionado por las *Cámaras de Comercio*. Dicho programa tiene precisamente como principal objetivo el disminuir la vulnerabilidad de las empresas en sus primeros años de vida e incrementar la tasa de supervivencia de las mismas. El programa se pone en marcha en el año 2001 en la provincia de Huesca, y se extiende en 2004 a Teruel y Zaragoza. Durante los 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 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 del Instituto Aragonés de Fomento (PAE), la configuración de las tasas de emprendimiento por

provincias queda prácticamente idéntica a la distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia que aparece reflejada en el informe GEM.

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

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

Rural, Instituto Tecnológico de Aragón y Asociación Aragonesa de Mujeres Empresarias y Profesionales. Gracias a su enfoque estratégico “Aragón Emprendedor” ha conseguido aunar las políticas destinadas al fomento de la actividad del colectivo emprendedor a nivel regional, posicionándose como el canal único del emprendimiento aragonés.

Esta estrategia, recientemente revisada y actualizada se materializa en la Estrategia Aragonesa de Emprendimiento 2020, se lleva a cabo gracias a iniciativas como el Concurso IDEA, la Semana del Emprendimiento, el portal web único de emprendimiento www.aragonemprendedor.com, la Red Aragonesa de Centros de Emprendimiento (Red ARCE), la Cátedra Emprender de la Universidad de Zaragoza, el Premio Caixa Emprendedor XXI, el encuentro sobre Emprendimiento, Economía y Sociedad, así como en otras actuaciones en las que participa la Fundación.

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