



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2022-2023 ARAGÓN

EQUIPO INVESTIGADOR:

Lucio Fuentelsaz y Consuelo González (Dir.)

Elisabet Garrido, Jaime Gómez, Juan P. Maícas, Javier Montero,

Raquel Ortega y Sergio Palomas

Realiza:



Cátedra **EMPRENDER**
Universidad Zaragoza



Patrocinan:



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



FUNDACIÓN
**ARAGÓN
EMPRENDE**



**GOBIERNO
DE ARAGON**
Departamento de Economía,
Empleo e Industria

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2022-2023 ARAGÓN

Autores:

Lucio Fuentelsaz (Dir.)

Consuelo González (Dir.)

Elisabet Garrido

Jaime Gómez

Juan P. Maícas

Javier Montero

Raquel Ortega

Sergio Palomas

Fotografía de portada: krakenimages (Unsplash)

ISSN: 2660-4558

EQUIPO REGIONAL GEM-ARAGON

INSTITUCIÓN	UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
MIEMBROS	Lucio Fuentelsaz Lamata Consuelo González Gil (Directores GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan P. Maícas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña
PATROCINADORES	Gobierno de Aragón. Departamento de Economía, Empleo e Industria Fundación Aragón Emprende ENISA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

EL PROYECTO GEM ARAGON 2022-2023	11
I. Introducción.....	11
II. El modelo teórico GEM	11
III. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM.....	13
IV. Metodología	15
V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores.....	18
1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN	20
1.1. Introducción	20
1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa	21
1.3. Evolución de la actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa	23
1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa	25
1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional	30
1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional GEM	33
1.7. Potencial emprendedor	38
2. TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR	41
2.1. Introducción	41
2.2. Las motivaciones para emprender en Aragón	41
3. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR	51
3.1. Introducción	51
3.2. Sector general de actividad en el que operan las iniciativas emprendedoras aragonesas	51
3.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras	53
3.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y de las empresas consolidadas	54
3.5. Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	55
3.6. Nivel tecnológico de las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón	57
3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón.....	59
3.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas ...	62
4. PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR ARAGONÉS	66
4.1. Introducción	66
4.2. Distribución por edad.....	66
4.3. Sexo	69
4.4. Nivel de estudios	71
4.5. Posesión de formación específica para emprender	73
4.6. Nivel de renta	75
4.7. Situación laboral	77

4.8. El emprendimiento entre los jóvenes	78
4.9. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2022	80
5. LA FINANCIACIÓN DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN ARAGÓN	82
5.1. Introducción	82
5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una <i>start-up</i>	82
5.3. El papel del inversor informal en Aragón y en el entorno GEM	84
5.4. Distribución y perfil de los inversores privados en negocios ajenos	86
6. APTITUDES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN ARAGONESA	89
6.1. Introducción	89
6.2. Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender	89
6.3. Percepción de la población aragonesa emprendedora sobre la dificultad de crear un negocio y sus expectativas de crecimiento	94
6.4. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional con respecto a las variables clave relacionadas con los valores y aptitudes para emprender	96
7. ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	99
7.1. Introducción	99
7.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora....	99
7.3. Análisis de los apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón	100
7.4. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno	104
8. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LAS ZONAS RURALES	107
8.1. Introducción	107
8.2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana	108
8.3. Principales indicadores del proceso emprendedor en el ámbito rural y en el urbano	109
9. DIGITALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ARAGÓN	111
9.1. Introducción	111
9.2. Adopción de tecnologías digitales.....	112
9.3. Sostenibilidad de los negocios.....	114
CONCLUSIONES.....	118
RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2022-2023	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 0.1 Distribución de expertos por área de interés	16
Tabla 0.2 Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón	17
Tabla 0.3 Distribución de las entrevistas por sexo, edad, ámbito y provincia	17
Tabla 0.4 Cuadros Sintéticos e Indicadores TEA Aragón y España 2022	18
Tabla 1.1 Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2022. Descomposición	22
Tabla 1.2 Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2022.....	23
Tabla 1.3 Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2017-2022, en función de la fase en la que se hallan.....	24
Tabla 1.4 Estimación del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas consolidadas y el número total de estas en Aragón en julio de 2022 y su comparación con el período 2017-2022.....	25
Tabla 1.5 Estimación del número de iniciativas abandonadas en Aragón y su comparación con el período 2017-2022.....	26
Tabla 1.6 Estimación del número de emprendedores potenciales en 2022 y comparación con el período 2017-2022.....	38
Tabla 2.1 Motivaciones para emprender. Aragón vs. España	42
Tabla 3.1 Número medio de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas	53
Tabla 4.1 Edad media de los colectivos emprendedores en Aragón (2017-2022)	67
Tabla 4.2 Evolución del TEA por grupos de edad (2017-2022)	69
Tabla 4.3 Evolución del TEA según nivel de estudios en Aragón (2017-2022).....	73
Tabla 4.4 Situación laboral según la fase del proceso emprendedor en 2022	78
Tabla 4.5 Porcentaje de población de entre 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2022	79
Tabla 4.6 Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2022	81
Tabla 5.1 Características y distribución del capital semilla en 2022.....	83
Tabla 5.2 Características y distribución del capital semilla por género.....	83
Tabla 5.3 Fuentes de financiación utilizadas por los emprendedores en 2022	84
Tabla 5.4 Características y distribución del capital semilla en 2022.....	87
Tabla 6.1 Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender en 2022	91
Tabla 6.2 Evolución de la percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender.....	92
Tabla 6.3 Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender desde la perspectiva de género en 2022	93

Tabla 6.4	Percepción de la población aragonesa sobre la dificultad de crear un negocio en 2022 según el grado de madurez de la actividad económica....	94
Tabla 6.5	Percepción de la población aragonesa sobre la dificultad de crear un negocio en 2022 por género (TEA)	95
Tabla 6.6	Percepción de la población aragonesa sobre las expectativas de crecimiento de su negocio en 2022 según el grado de madurez de la actividad económica	95
Tabla 6.7	Percepción de la población aragonesa sobre las expectativas de crecimiento de su negocio en 2022 por género (TEA)	96
Tabla 7.1	Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón	104
Tabla 8.1	Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2022)	107

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 0.1 Marco teórico GEM.....	13
Figura 0.2 El proceso emprendedor según el proyecto GEM	14
Figura 1.1 Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2017-2022. Evolución	22
Figura 1.2 Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2017-2022. Evolución (%).....	24
Figura 1.3 Tasa de adultos involucrados en actividades consolidadas en Aragón y España, 2017-2022.....	26
Figura 1.4 Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2017-2022.....	27
Figura 1.5 Evolución del TEA y de las tasas de actividades consolidadas y abandonadas. 2017-2022	28
Figura 1.6 Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población con edad entre 18 y 64 años (2022)	29
Figura 1.7 Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas.....	30
Figura 1.8 Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en Aragón y en los países participantes GEM clasificados en función de su grupo económico (2022)	32
Figura 1.9 Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas.....	33
Figura 1.10 Actividad empresarial consolidada en Aragón y en los países participantes GEM, clasificados en función de su grupo económico (2022)	34
Figura 1.11 Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas.....	35
Figura 1.12 Porcentaje de abandono de actividades en la población de Aragón y de los países GEM, clasificados en función de su grupo económico (2022)	37
Figura 1.13 Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española	39
Figura 1.14 Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de Aragón y de los países GEM, clasificados en función de su grupo económico (2022).....	40
Figura 2.1 Emprendimiento motivado por “Marcar una diferencia” en las regiones españolas	43
Figura 2.2 Emprendimiento motivado por “Marcar una diferencia” en el mundo	44
Figura 2.3 Emprendimiento motivado por “Crear riqueza” en las regiones españolas ..	45
Figura 2.4 Emprendimiento motivado por “Crear riqueza” en el mundo	46
Figura 2.5 Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar” en las regiones españolas	47
Figura 2.6 Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar” en el mundo.....	48
Figura 2.7 Emprendimiento motivado por “Sobrevivir” en las regiones españolas	49
Figura 2.8 Emprendimiento motivado por “Sobrevivir” en el mundo.....	50
Figura 3.1 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2017-2022)	52
Figura 3.2 Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2017-2022)	53

Figura 3.3 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (2017-2022).....	54
Figura 3.4 Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal (2017-2022).....	55
Figura 3.5 Distribución de las iniciativas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista (2018-2022).....	56
Figura 3.6 Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista (2018-2022).....	57
Figura 3.7 Nivel tecnológico del sector de las iniciativas en fase incipiente (2019-2022).....	58
Figura 3.8 Nivel tecnológico de las empresas en fase consolidada (2019-2022).....	59
Figura 3.9 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según el grado de innovación en los productos o servicios (2019-2022).....	60
Figura 3.10 Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio (2019-2022).....	60
Figura 3.11 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según el grado de innovación en el proceso utilizado (2019-2022).....	61
Figura 3.12 Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en el proceso utilizado (2019-2022).....	62
Figura 3.13 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2017-2022).....	63
Figura 3.14 Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2017-2022).....	64
Figura 3.15 Porcentaje de iniciativas emprendedoras que tienen clientes en su mercado de procedencia, en otros lugares del país y en el extranjero (2020-2022) .	65
Figura 3.16 Porcentaje de empresas consolidadas que tienen clientes en su mercado de procedencia, en otros lugares del país y en el extranjero (2020-2022) .	65
Figura 4.1 Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Aragón, 2022....	68
Figura 4.2 Distribución por género de los colectivos emprendedores en Aragón, 2022	70
Figura 4.3 Evolución del TEA masculino y femenino en Aragón (2017-2022).....	71
Figura 4.4 Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2022.....	72
Figura 4.5 Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2022.....	74
Figura 4.6 Nivel de emprendimiento en función del grado de formación específica en emprendimiento, comparativa 2021 y 2022.....	75
Figura 4.7 Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor en 2022.....	76
Figura 4.8 Niveles de emprendimiento en función de la renta, comparativa 2021 y 2022.....	77
Figura 4.9 Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven y adulta.....	79

Figura 4.10 Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2017-2022).....	80
Figura 5.1 Importancia del inversor informal: regiones españolas.....	85
Figura 5.2 Importancia del inversor informal: evolución	86
Figura 5.3 Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión.....	88
Figura 6.1 Percepción de valores y aptitudes para emprender de la población aragonesa en comparación con la de otras comunidades autónomas	98
Figura 7.1 Valoración de los expertos: factores del entorno	100
Figura 7.2 Percepción de los apoyos a la actividad emprendedora en Aragón en 2022	101
Figura 7.3 Percepción de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón en 2022	102
Figura 7.4 Medidas que perjudican la actividad emprendedora en Aragón en 2022 ...	103
Figura 7.5 Posición de Aragón respecto a España en cuanto al promedio de los factores del entorno valorado por los expertos.....	105
Figura 7.6 Comparativa regional del índice NECI 2022	106
Figura 8.1 Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y urbana	108
Figura 8.2 Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2022.....	110
Figura 9.1 Expectativas de adopción de tecnologías digitales en iniciativas incipientes y consolidadas	112
Figura 9.2 Expectativas de adopción de tecnologías digitales por género.....	113
Figura 9.3 Expectativas de adopción de tecnologías digitales por nivel educativo	114
Figura 9.4 Toma en consideración de las implicaciones sociales y medioambientales de las iniciativas incipientes y consolidadas.....	115
Figura 9.5 Medidas adoptadas en relación a las implicaciones sociales y medioambientales de las iniciativas incipientes y consolidadas.....	116
Figura 9.6 Consciencia de los 17 objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas de las iniciativas incipientes y consolidadas, comparativa 2021-2022.....	117

EL PROYECTO GEM ARAGON 2022-2023

I. Introducción

Por decimoquinto 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*.

GEM es un observatorio internacional que, con carácter anual, analiza el fenómeno emprendedor. Su actividad se inicia en el año 1999 de la mano de London Business School y Babson College, y se materializa en informes de ámbito global, nacional, regional y local gracias al consorcio de equipos de investigación pertenecientes a los países que lo integran. Desde la puesta en marcha del observatorio GEM, 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. Otro de sus propósitos principales es ofrecer un diagnóstico acerca del estado de las condiciones institucionales o del entorno para emprender, con el fin de poder evaluar la situación existente en un determinado país o región y que, en su caso, las políticas públicas que se desarrollen puedan ir encaminadas hacia su mejora. Las series temporales y las comparaciones entre distintos tipos de economías y trasfondos culturales son de gran valor para la comprensión y aprendizaje de los mecanismos que articulan el emprendimiento. En este sentido, el informe constituye un primer paso para poder observar la evolución de los principales parámetros relacionados con la creación de empresas en Aragón y su comparación con la situación nacional correspondiente.

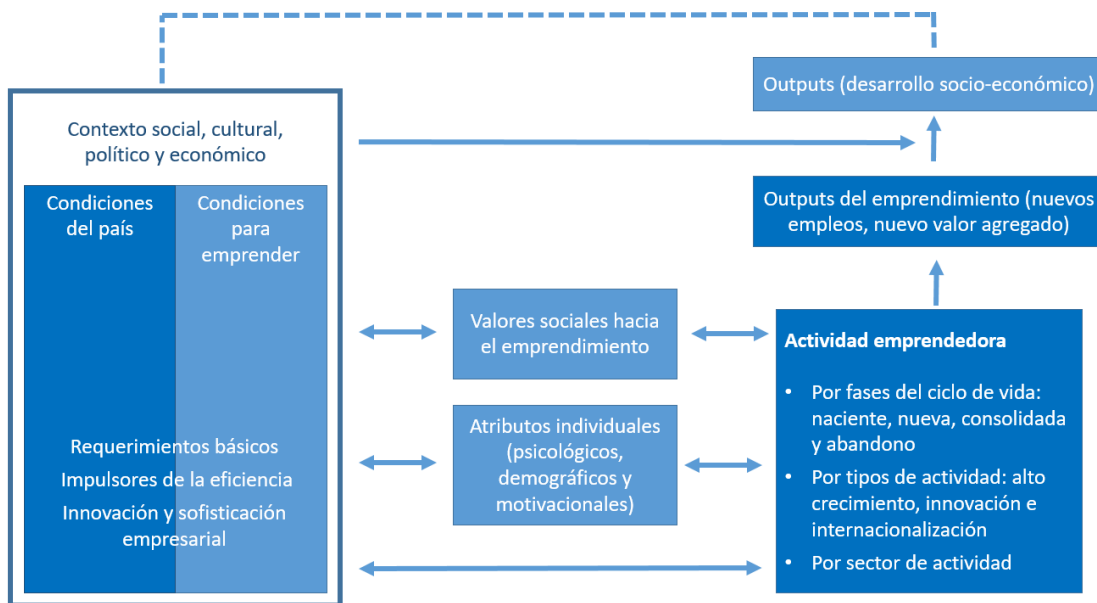
II. El modelo teórico GEM

Teniendo en cuenta que gran parte de la prosperidad de una economía depende de su dinámica emprendedora, GEM aporta una medida armonizada, comparable y periódica de tres aspectos: las personas que emprenden, las fases que atraviesan y su contexto. 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 según la fase de desarrollo de la iniciativa: desde iniciativas nacientes (aquellas en fase embrionaria, entendidas como tales las que tienen como objetivo poner en marcha un negocio que aún se encuentra en fase de organización y formalización; es decir, en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no ha pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los 3 meses) hasta empresas consolidadas (iniciativas que tienen más de 42 meses de actividad), pasando por las nuevas empresas (han pagado salarios por más de 3 meses pero tienen menos de 42 meses de actividad). El indicador más conocido del proyecto GEM es el TEA (*Total Entrepreneurial Activity*), que incluye a todas las iniciativas emprendedoras de menos de 42 meses.
- 2) El **análisis de los indicadores relacionados con la actividad emprendedora**: nivel de inversión requerida, tipo de financiación empleada, motivo por el que se decide crear la empresa, sector de actividad, expectativas de retorno de la inversión, creación de empleo, etc.
- 3) Determinación de un **perfil del emprendedor**, así como un análisis de los **factores** que caracterizan el entorno que le rodea. Por este motivo, se ofrece, en primer lugar, un análisis de las variables socio-demográficas que caracterizan a los individuos que protagonizan el fenómeno emprendedor en los distintos países o regiones. Además, se ofrece un análisis de las políticas e infraestructuras relacionadas con la creación de empresas de cada comunidad o país, tales como su posicionamiento con respecto a las políticas de formación, el acceso a la financiación, la transferencia de tecnología y conocimiento, las normas sociales y culturales y las políticas y programas gubernamentales, entre otros aspectos.
- 4) Incorporación de **variables que reflejan la preocupación política y social sobre determinados aspectos relacionados con la creación de empresas**, tales como la incidencia de la participación femenina en el fenómeno emprendedor, la importancia de la actividad emprendedora en las zonas rurales o el emprendimiento juvenil. Las encuestas a la población adulta y a los expertos de cada país, que se utilizan como principal fuente de información del proyecto, se renuevan parcialmente todos los años y siempre se preparan para recoger evidencias sobre los temas más actuales relacionados con la creación empresarial.

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

Figura 0.1 Marco teórico GEM



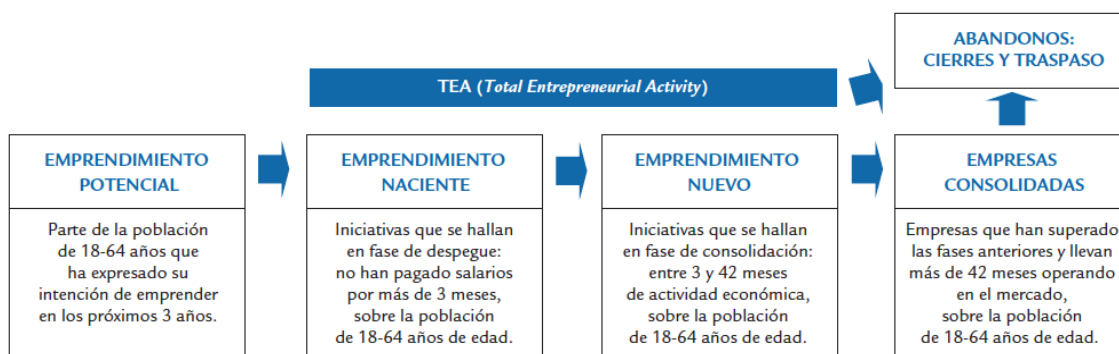
Fuente: Elaboración propia a partir del *Informe GEM Global 2022-2023*

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 (empresa 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 GEM España 2022-2023

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 es 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,¹ 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

¹ GEM Aragón 2022-2023 utiliza el INE como única fuente de datos poblacionales de la Comunidad.

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**, 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 correlación o causalidad 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 muestra la distribución de estos expertos entre las distintas áreas de interés identificadas.

Tabla 0.1 Distribución de expertos por área de interés

Apoyo financiero	5
Políticas gubernamentales	5
Programas gubernamentales	5
Educación y formación emprendedora	5
Transferencia de I+D	5
Infraestructura comercial y profesional	4
Apertura del mercado interno	4
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	5
TOTAL	42

- **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 septiembre. En el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón se han realizado un total de 1.200 encuestas en la edición de 2022, 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	816.878 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-septiembre 2022
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	104	99	20	31	48	51	51	71	132	203
Teruel	64	56	14	23	25	25	67	60	60	120
Zaragoza	442	435	91	147	211	226	205	127	750	877
Total	610	590	125	201	284	308	281	258	942	1.200

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 2022-2023, 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 correspondientes a 2022 y 2023.

Tabla 0.4 Cuadros Sintéticos e Indicadores TEA Aragón y España 2022

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

	Aragón		España	
	2021	2022	2021	2022
Actividad emprendedora				
TEA total (sobre el total de la población de 18 a 64 años)	4,2 %	5,0 %	5,5 %	6,0 %
TEA Femenina	4,1 %	4,8 %	5,6 %	5,9 %
TEA Masculina	4,3 %	5,2 %	5,4 %	6,0 %
Emprendimiento potencial (intención de emprender en 3 años)	7,1 %	6,5 %	9,0 %	9,4 %
Emprendimiento naciente (0 a 3 meses de actividad)	1,7 %	2,5 %	2,9 %	3,1 %
Emprendimiento nuevo (3 a 42 meses de actividad)	2,5 %	2,5 %	2,6 %	2,9 %
Emprendimiento consolidado (más de 42 meses de actividad)	7,8 %	7,2 %	7,2 %	7,0 %
Distribución del TEA				
TEA motivado por marcar una diferencia en el mundo	36,1 %	35,7 %	43,2 %	39,3 %
TEA motivado por enriquecimiento o conseguir un alto ingreso	54,3 %	35,0 %	38,0 %	39,1 %
TEA motivado por continuar una tradición familiar	13,8 %	18,3 %	19,7 %	21,4 %
TEA motivado porque el trabajo escasea	78,3 %	77,6 %	72,4 %	70,6 %
TEA del sector extractivo	4,0 %	6,7 %	3,4 %	2,5 %
TEA del sector transformador	18,2 %	15 %	18,1 %	13,4 %
TEA del sector de servicios a empresas	39,0 %	40,0 %	34,1 %	38,5 %
TEA del sector orientado al consumo	38,8 %	38,3 %	44,4 %	45,6 %
TEA con altas expectativas de crecer (más de 5 empleos en 5 años)	27,8 %	18,9 %	12,7 %	14,2 %
TEA iniciativas en sectores de nivel tecnológico medio-alto	8,2 %	10,0 %	9,6 %	10,2 %
TEA iniciativas que exportan en algún grado	27,0 %	20,2 %	29,8 %	27,0 %

	Aragón		España	
	2021	2022	2021	2022
Aptitudes y aspiraciones emprendedoras en la población				
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	37,7 %	34,8 %	38,0 %	41,3 %
Percibe buenas oportunidades para emprender	30,7 %	26,7 %	30,0 %	26,0 %
Posee habilidades, conocimientos y experiencias para emprender	48,2 %	43,7 %	50,0 %	46,5 %
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	58,4 %	57,9 %	58,0 %	58,5 %
Ha actuado como inversor informal o <i>Business Angel</i>	3,4 %	3,8 %	4,0 %	5,1 %
Valoración media de expertos de las condiciones del entorno (escala entre 0 y 10)	2021	2022	2021	2022
Financiación para emprendedores	6,2	3,7	4,2	3,8
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,2	4,2	5,4	2,9
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	5,3	3,8	5,1	3,3
Programas gubernamentales	4,2	5,6	6,3	4,2
Educación y formación emprendedora en etapa escolar	3,2	3,0	3,5	2,8
Educación y formación emprendedora en etapa post escolar	5,0	4,8	6,1	5,1
Transferencia de I+D	4,7	4,2	5,6	3,4
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	6,4	5,8	6,7	5,2
Dinámica del mercado interno	5,6	4,1	5,0	4,2
Barreras de acceso al mercado interno (de menos a más favorable)	4,7	5,0	5,0	4,1
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	7,5	6,3	6,8	6,4
Normas sociales y culturales	7,0	4,8	5,2	4,3
Apoyo al emprendimiento femenino y conciliación	4,5	-	4,6	-

CAPÍTULO 1

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN

1.1. Introducción

El primer capítulo del informe GEM Aragón 2022-2023 está referido, como en anteriores ediciones, al estudio de la propensión a la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma. Se trata, sin lugar a dudas, de uno de los aspectos clave del informe que permite profundizar en el estudio de su dinámica. Con este propósito en mente, GEM facilita este estudio en dos aspectos fundamentales. El primero, en la medida en que proporciona una serie temporal sobre la que analizar los datos, posibilita observar así la evolución en el tiempo del comportamiento emprendedor de la sociedad aragonesa. En esta misma línea de razonamiento, sienta las bases para contrastar la efectividad de las medidas adoptadas desde los diferentes órganos reguladores y valorar el impacto de distintos factores que caracterizan un entorno cada vez más dinámico, incierto e impredecible. El segundo, si nos centramos en la dimensión transversal, el estudio permite establecer comparaciones entre la situación de la Comunidad y la de las demás regiones españolas, así como con el resto de países que participan en el proyecto GEM. Esta posibilidad de establecer puntos de comparación con otras comunidades autónomas y países constituye, probablemente, uno de los aspectos más destacables dentro de este informe.

A pesar de que GEM adopta una actitud proactiva a la hora de incorporar nuevos indicadores y realidades que permitan hacer una lectura más precisa del fenómeno del emprendimiento, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés) continúa siendo una de las dimensiones que mayor información y utilidad proporciona. La TEA se define como el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) que declara estar involucrada en una actividad emprendedora. Este indicador se descompone, a su vez, en iniciativas nacientes y nuevas. Las primeras son aquellas que tienen como objetivo poner en marcha un negocio que aún se encuentra en fase de organización y formalización. En la práctica, esto incluye las iniciativas en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no han pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses. Las segundas se corresponden con aquellas que ya se han formalizado y que están en fase de

consolidación. Se considera que esta fase se extiende hasta que la empresa alcanza los 42 meses de actividad económica.

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

1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa

El informe GEM define iniciativa emprendedora incipiente como todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no excede los 42 meses de vida. El indicador más característico que se muestra en este informe es el anteriormente nombrado TEA, que constituye una medida general, pero bastante informativa, sobre la creación de empresas que ha tenido lugar en los últimos tres años y medio. Es preciso notar que también representa el punto de partida en el que se apoyarán las valoraciones encaminadas a caracterizar la situación de la Comunidad en lo que a la creación de empresas se refiere.

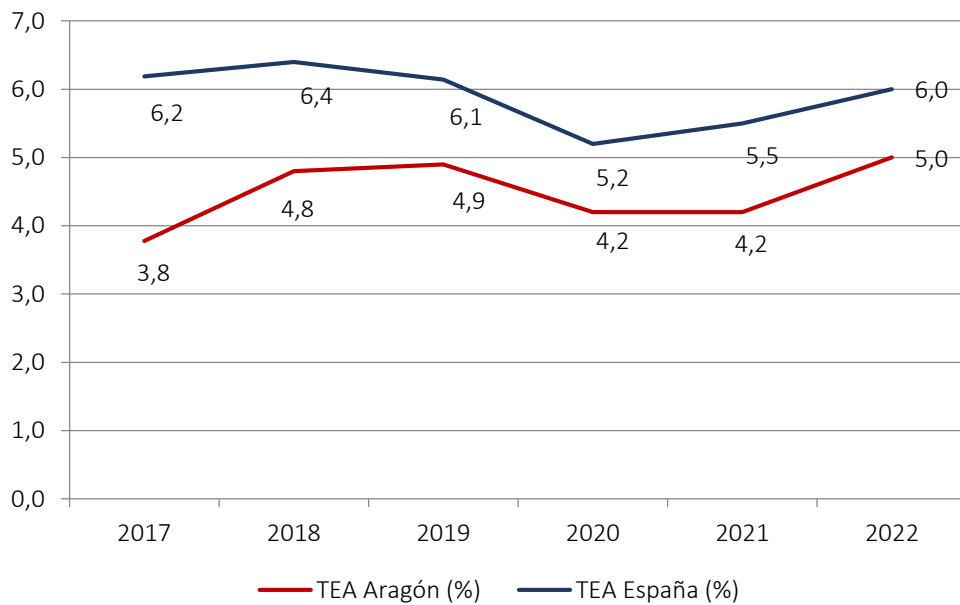
La Tabla 1.1 ofrece la información de este indicador para Aragón en 2022. El valor para este ejercicio ascendió al 5,0 %, cifra que representa un positivo aumento si la comparamos con la observada en 2021 (4,2 %). Si descomponemos este dato, se observa que las iniciativas nacientes representan el 2,5 % de las actividades emprendedoras, mientras que las nuevas, por su parte, aglutinan el 2,5 % restante. El hecho de que esta cifra experimente un aumento en relación con los años previos debe interpretarse en clave positiva.

La Figura 1.1 nos muestra la evolución del TEA para el periodo 2017-2022 y su comparación con el dato observado para España. Una primera cuestión que puede destacarse es que la cifra para España también experimenta un ligero repunte (6,0 %) en relación a los datos de 2021 (5,5 %), aunque este incremento resulta inferior al mencionado para Aragón. Un segundo aspecto es que, tal como se desprende de la serie analizada, el TEA de la Comunidad se sitúa de manera recurrente ligeramente por debajo de la media nacional.

Tabla 1.1 Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2022. Descomposición

<p>TEA ARAGÓN 2022</p> <p>(% sobre la población entre 18-64 años)</p> <p>5,0 %</p>	<p>% de iniciativas nacientes</p> <p>2,5 %</p>
	<p>% de iniciativas nuevas</p> <p>2,5 %</p>

Figura 1.1 Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2017-2022. Evolución



En el contexto del informe, resulta posible utilizar la información referente al TEA para aproximar el número de iniciativas emprendedoras existentes en Aragón durante el año 2022. A tal efecto, partimos de la población con edad comprendida entre los 18 y los 64 años a 1 de enero de 2022 (816.878 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 13.248 y 27.685, mientras que el número de iniciativas nuevas se encontraría entre 13.244 y

27.679. 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 40.900. La comparación de estas cifras con las obtenidas el año anterior pone de manifiesto que las iniciativas nacientes experimentan un aumento muy notable, pasando de 13.695 a 20.466, mientras que las nuevas permanecen prácticamente invariantes, pasando de 20.509 hasta 20.461. La Tabla 1.2 muestra una síntesis de la información descrita.

Tabla 1.2 Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2022

Ejercicio	Tipo de iniciativas	Estimación puntual	Estimación por intervalo	
			Extremo inferior	Extremo superior
2022	Nacientes	20.466	13.248	27.685
	Nuevas	20.461	13.244	27.679
	TOTAL	40.927		

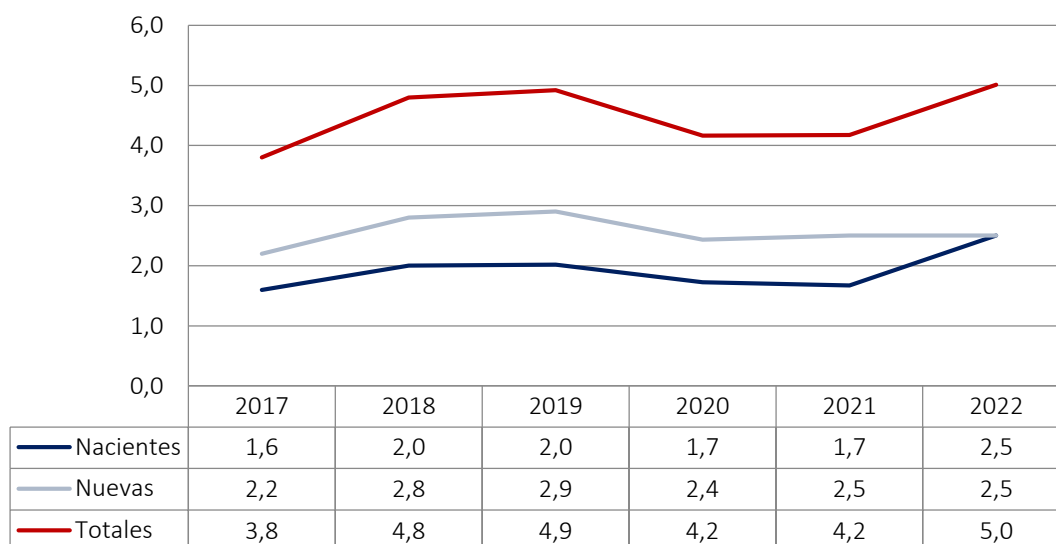
En sintonía con la valoración realizada en ediciones anteriores del informe, es preciso recordar que estas cifras no son directamente comparables con la información ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística en el Directorio Central de Empresas (DIRCE). El informe GEM aproxima la actividad emprendedora –concepto que difiere del registro anual empresarial–, distinguiendo entre actividades que se estaban poniendo en marcha (nacientes) y actividades en fase de consolidación (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 de dicho informe, así como actividades registradas en años anteriores, ya que se abarca un horizonte temporal que se extiende hasta los 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 2017-2022. Si tomamos como punto de referencia el recorrido de la variable durante este periodo, podemos concluir que, a pesar de que ha habido aumentos y descensos que podrían ser catalogados como leves, el TEA se ha mantenido relativamente estable durante el periodo analizado. De hecho, entre el valor máximo de la serie (5,0) en 2022 y el mínimo que se alcanzó el año 2017 (3,8) hay poco más de un punto de diferencia. El

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

Figura 1.2 Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2017-2022. Evolución (%)



La Tabla 1.3 nos muestra de manera resumida la evolución en el número de iniciativas nacientes y nuevas para el periodo 2017-2022, 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 -14,7 y el 32,9 %. Las variaciones en el número de iniciativas nacientes y nuevas han sido incluso más ostensibles durante este periodo. Destacan en las nacientes la variación experimentada en el último periodo (comparación entre 2021 y 2022), que fue del 49,4 %, mientras que en las nuevas es especialmente significativo el avance producido en el periodo 2017-2018 con un aumento del 25,2 %.

Tabla 1.3 Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2017-2022, en función de la fase en la que se hallan

Estimaciones puntuales						
Fase	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Naciente	12.720	16.315	16.256	14.031	13.695	20.466
Nueva	18.069	22.627	23.353	19.772	20.509	20.461
TOTAL (0-42 meses)	30.789	38.942	39.609	33.803	34.204	40.927

Variaciones porcentuales						
Fase	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2017-2022
Naciente	28,27 %	-0,36 %	-13,69 %	-2,39 %	49,44 %	60,90 %
Nueva	25,22 %	3,21 %	-15,33 %	3,73 %	-0,23 %	13,24 %
TOTAL (0-42 meses)	26,48 %	1,71 %	-14,66 %	1,19 %	19,66 %	32,93 %

1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa

El informe GEM, además de proporcionar información sobre actividades incipientes, también lo hace sobre aquellas que han superado los tres años y medio de actividad y a las que, en su terminología, se denomina consolidadas. En el caso de Aragón, un 7,2 % de los individuos encuestados en 2022 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 58.926.

La Tabla 1.4 nos proporciona información sobre la evolución del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas consolidadas y el número total de estas en el periodo objeto de análisis. Desde el año 2017 hasta el 2022 se han alternado aumentos y descensos en el número de iniciativas. En todo caso, merece la pena mencionar que se amortigua el decrecimiento en relación al periodo anterior, lo que puede ser interpretado como un indicador de cierta estabilización tras los efectos derivados de la pandemia y la dificultad por la que han atravesado algunas empresas para mantener a salvo su actividad.

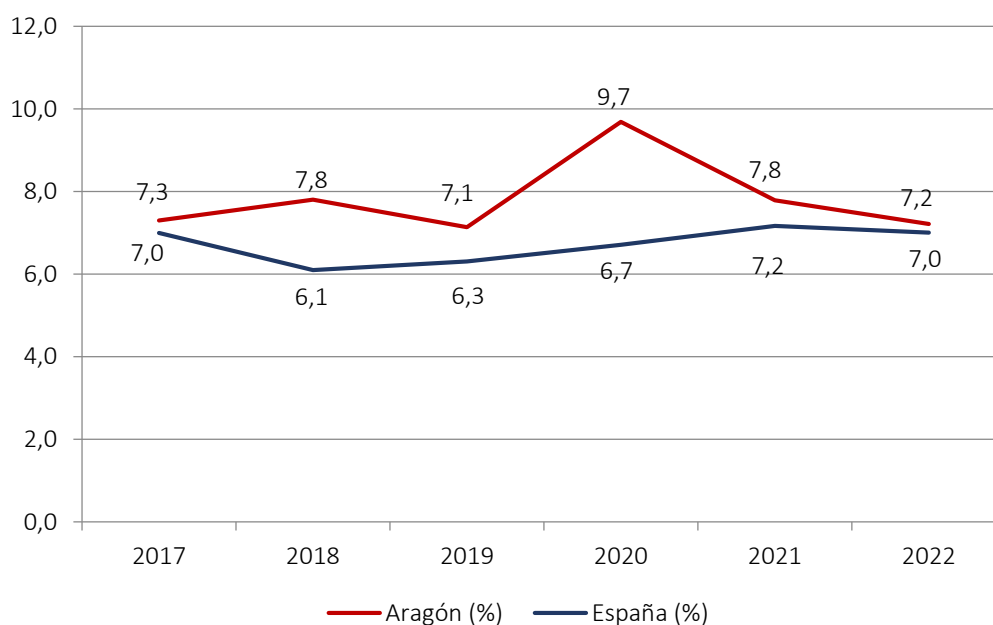
Tabla 1.4 Estimación del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas consolidadas y el número total de estas en Aragón en julio de 2022 y su comparación con el período 2017-2022

	% de individuos involucrados	Número de iniciativas
2022	7,2	58.926
2021	7,8	63.805
2020	9,7	78.653
2019	7,1	57.539
2018	7,8	63.241
2017	7,3	59.159

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 2017-2022, los datos para Aragón en esta dimensión son consistentemente

superiores a los ofrecidos por la media para el país, aunque las diferencias no son especialmente relevantes.

Figura 1.3 Tasa de adultos involucrados en actividades consolidadas en Aragón y España, 2017-2022



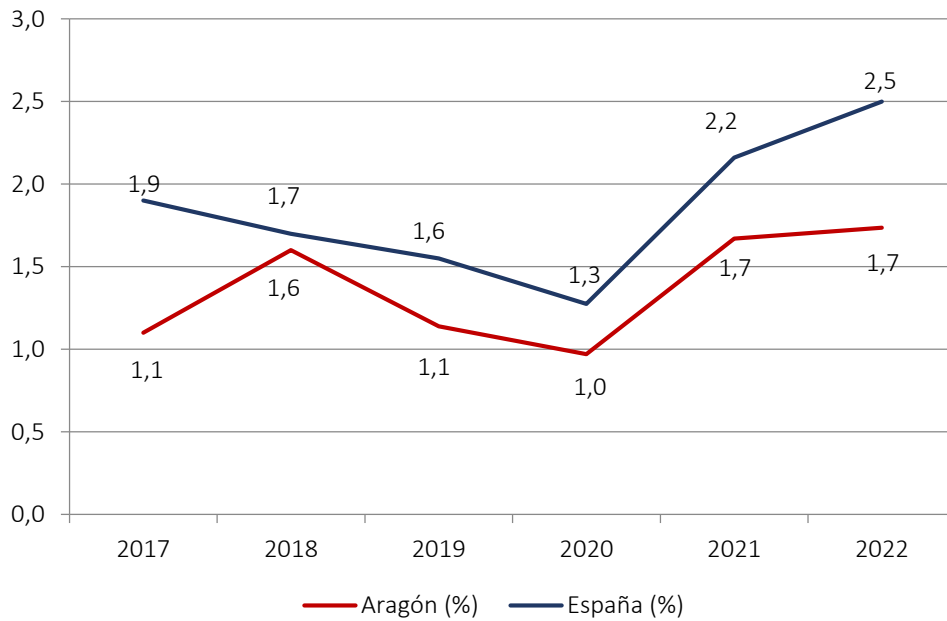
Otra dimensión cuyo análisis puede resultar de interés por su repercusión en la actividad emprendedora es el abandono. En 2022, un 1,7 % de los encuestados declaró haber abandonado una actividad el año anterior (Tabla 1.5). Este porcentaje indica, si lo traducimos en números absolutos, que en torno a 14.175 iniciativas emprendedoras fueron abandonadas, cifra que casi representa un calco en comparación con la observada para el periodo anterior.

Tabla 1.5 Estimación del número de iniciativas abandonadas en Aragón y su comparación con el período 2017-2022

	% de individuos que abandonan	Número de iniciativas
2022	1,7	14.175
2021	1,7	13.565
2020	1,0	7.880
2019	1,1	9.161
2018	1,6	12.529
2017	1,1	9.344

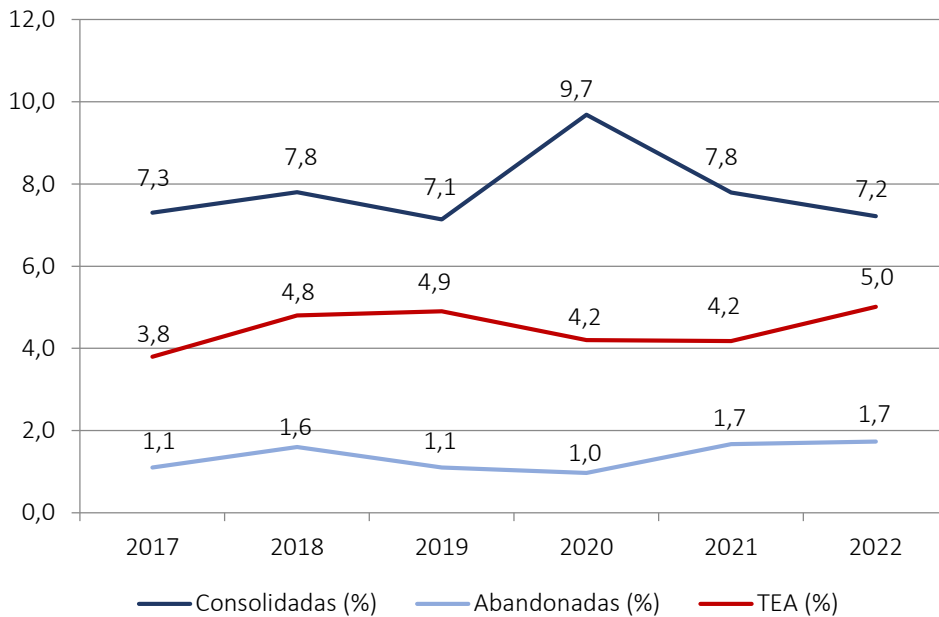
La Figura 1.4 permite realizar una comparación de la tasa de abandono con la observada en el contexto nacional. El patrón que se observa en Aragón muestra bastantes similitudes con el observado en el promedio del país; en todo caso, es importante apuntar que el abandono en la Comunidad se sitúa de forma continuada por debajo del experimentado a nivel nacional.

Figura 1.4 Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2017-2022



Con el propósito de resumir la información anteriormente presentada, 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 2017-2022, y salvo excepciones puntuales, la tónica general para las tres dimensiones contenidas en la figura es de estabilidad. Una lectura conjunta de estos indicadores ofrece argumentos razonablemente positivos a la hora de valorar la salud del emprendimiento en nuestra Comunidad. Así, mientras que el TEA ha transitado en valores ligeramente por debajo de la media nacional durante los últimos años, tanto emprendimiento consolidado como el abandono tienen un comportamiento algo más favorable durante el mismo periodo. Una alta consolidación de las actividades y un abandono reducido son ingredientes imprescindibles en el largo plazo para que el emprendimiento contribuya al desarrollo de un territorio.

Figura 1.5 Evolución del TEA y de las tasas de actividades consolidadas y abandonadas. 2017-2022

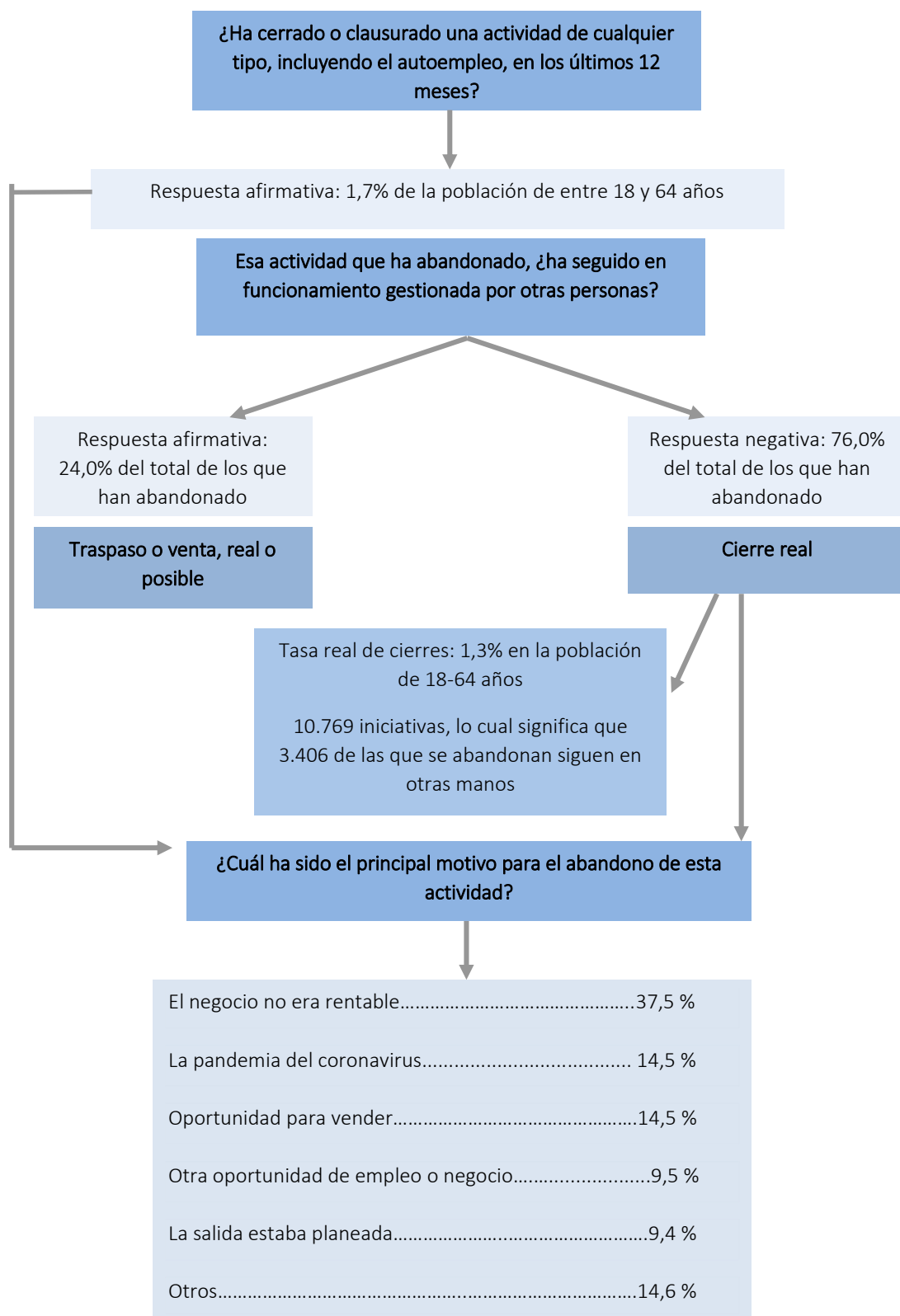


En relación al término abandono, es preciso notar que no todas las actividades abandonadas por un empresario suponen la desaparición definitiva de las mismas. Estamos refiriéndonos a que algunas de ellas pueden continuar, aunque sea en manos de otros propietarios. La Figura 1.6 nos ofrece una aproximación al porcentaje de actividades abandonadas de forma definitiva y a aquellas que siguen en funcionamiento. En 2022, el 76,0 % de las iniciativas abandonadas cerró definitivamente, mientras que el 24,0 % continuó en manos de nuevos propietarios. Así, la tasa real de cierres (i.e., abandonos que implican la desaparición de la empresa) se reduce hasta el 1,3 %. En términos absolutos, esto implica que de las 14.175 iniciativas abandonadas en 2022, 10.769 supusieron un cese real de actividades, mientras que las 3.406 restantes continuaron bajo una nueva dirección.

Los motivos por los que se abandona una iniciativa pueden resultar diversos, con implicaciones que resultan claramente distintas. Así, el abandono por jubilación o por oportunidad de venta tiene connotaciones muy diferentes al abandono por falta de rentabilidad. La Figura 1.6 ofrece algunos detalles sobre el abandono y sus causas. La causa principal para abandonar la actividad es la falta de rentabilidad del negocio (37,5 %), seguido de la pandemia del coronavirus (14,5 %), motivo que experimenta un notable descenso en relación con el observado en la edición anterior de este informe

(25,6 %). Le siguen en importancia la existencia de una oportunidad para vender el negocio (14,5 %) y el hecho de que la salida estuviera planeada (9,4 %).

Figura 1.6 Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población con edad entre 18 y 64 años (2022)

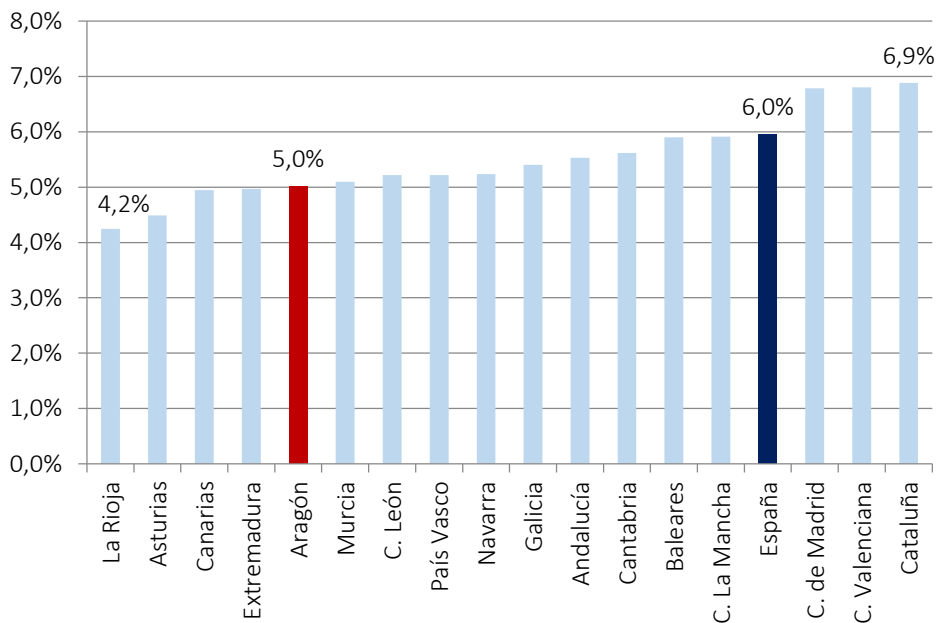


1.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

En apartados precedentes hemos comparado los distintos indicadores para Aragón con los de la actividad emprendedora española a lo largo de los últimos cinco años. A continuación, ofrecemos información adicional comparando estos indicadores con otras comunidades autónomas y otros países participantes en el proyecto GEM.

La Figura 1.7 compara el TEA de Aragón con el del resto de regiones españolas, así como con el promedio del país. En el gráfico se observa que el TEA de Aragón (5,0 %) se encuentra, como ya se ha comentado anteriormente, por debajo de la media nacional (6,0 %). Comparado con las demás regiones, Aragón se sitúa en la segunda mitad de la clasificación. En el extremo superior destacan Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid, mientras que en el extremo opuesto se sitúan La Rioja y Asturias.

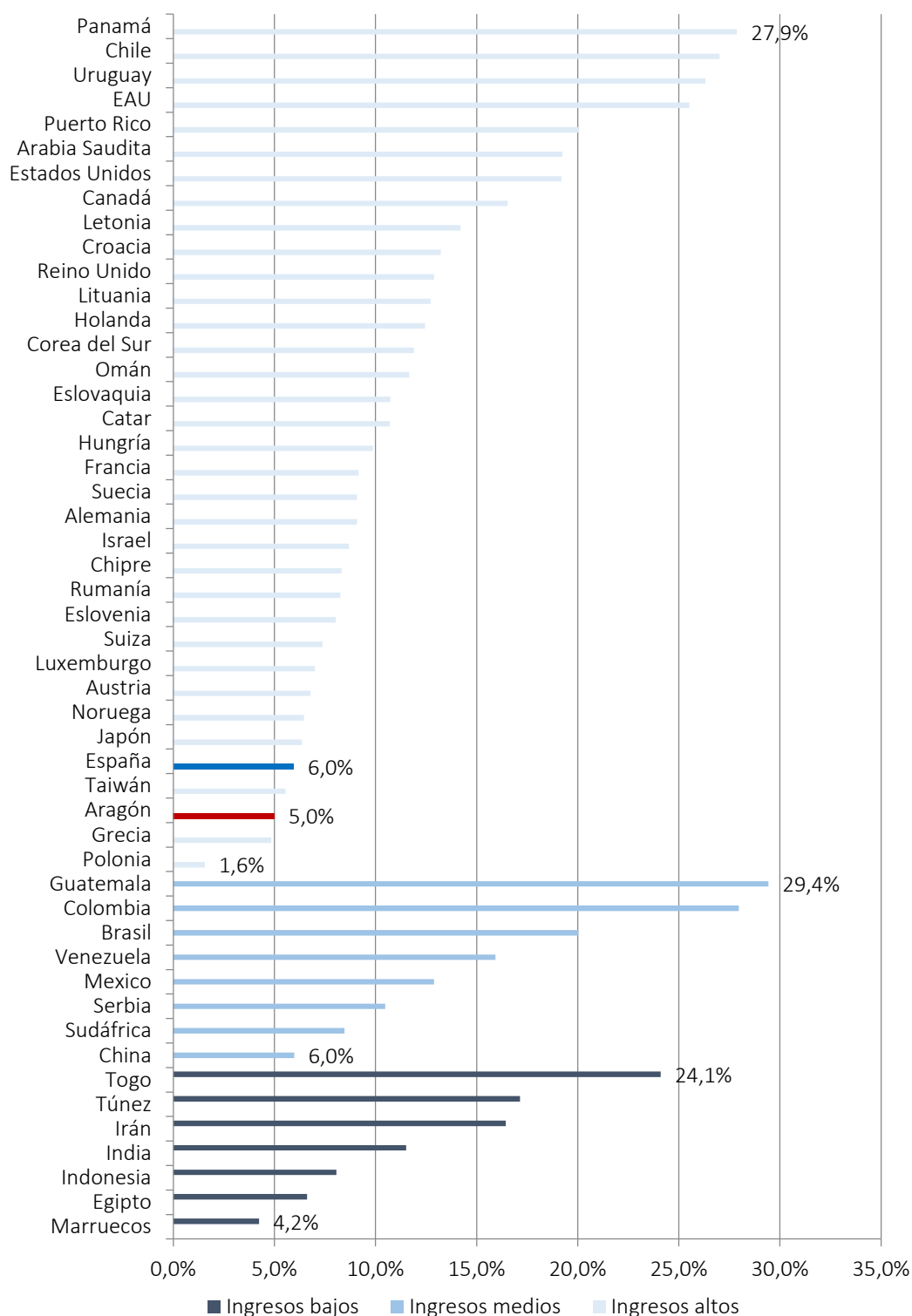
Figura 1.7 Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas



En este ejercicio comparativo, finalmente, la Figura 1.8 recoge el índice para todos los países que participan en el proyecto GEM. Antes de proceder al análisis de los datos es preciso realizar una aclaración de naturaleza metodológica, que permitirá una mejor interpretación de los mismos. El informe GEM proporciona los resultados de la actividad emprendedora en los países participantes agrupados en tres categorías, de acuerdo con su PIB per capita, distinguiendo entre (i) economías de baja renta (hasta 20.000 dólares), (ii) economías de renta media (entre 20.000 y 40.000 dólares) y (iii)

economías de renta alta (PIB per capita por encima de 40.000 dólares). Los países en vías de desarrollo (i.e., economías de ingresos bajos) suelen tener valores del TEA más elevados. Esto se debe, entre otros motivos, al predominio de actividades cuyo origen está en la necesidad, a diferencia de los más desarrollados (i.e., economías de ingresos altos) donde predomina la oportunidad. Dentro de este grupo destaca en la clasificación Togo, con índices de emprendimiento elevado. En el segundo grupo destacan países como Guatemala o Colombia. Finalmente, entre los países desarrollados, sobresalen Panamá o Chile, con valores por encima del 25 %. Aragón, que se ubicaría en este grupo, se sitúa en el tramo final de la clasificación por encima de Grecia o Polonia, aunque en cifras muy similares a las ofrecidas por países como Japón, Taiwán o la propia media nacional.

Figura 1.8 Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en Aragón y en los países participantes GEM clasificados en función de su grupo económico (2022)

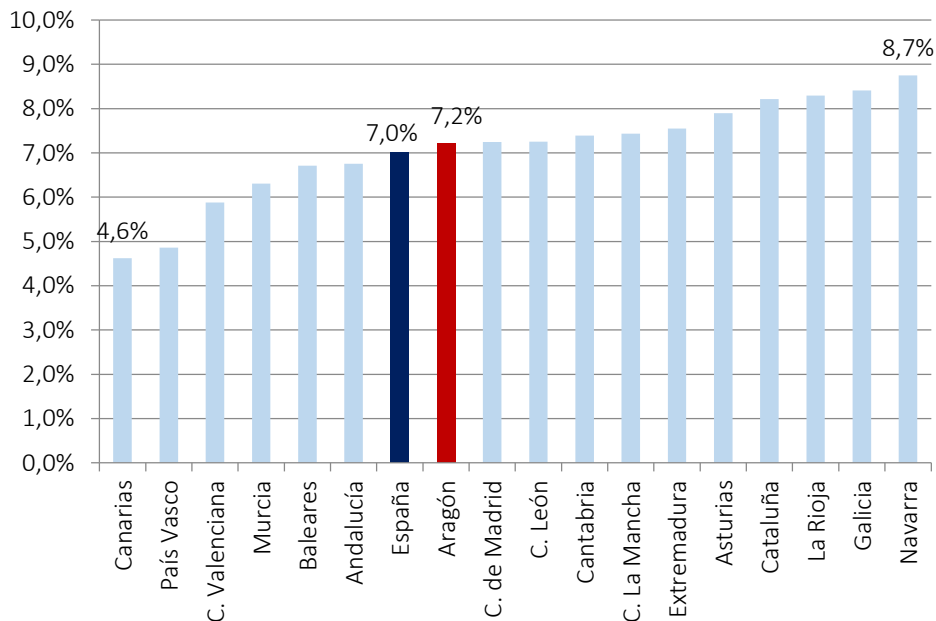


1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional GEM

El proyecto GEM recaba, de manera adicional, información para todos los países participantes en relación al porcentaje de personas adultas que participan en una empresa consolidada, es decir, actividades económicas en general que, habiendo superado los tres años y medio de funcionamiento, se puede considerar que gozan de cierta trayectoria.

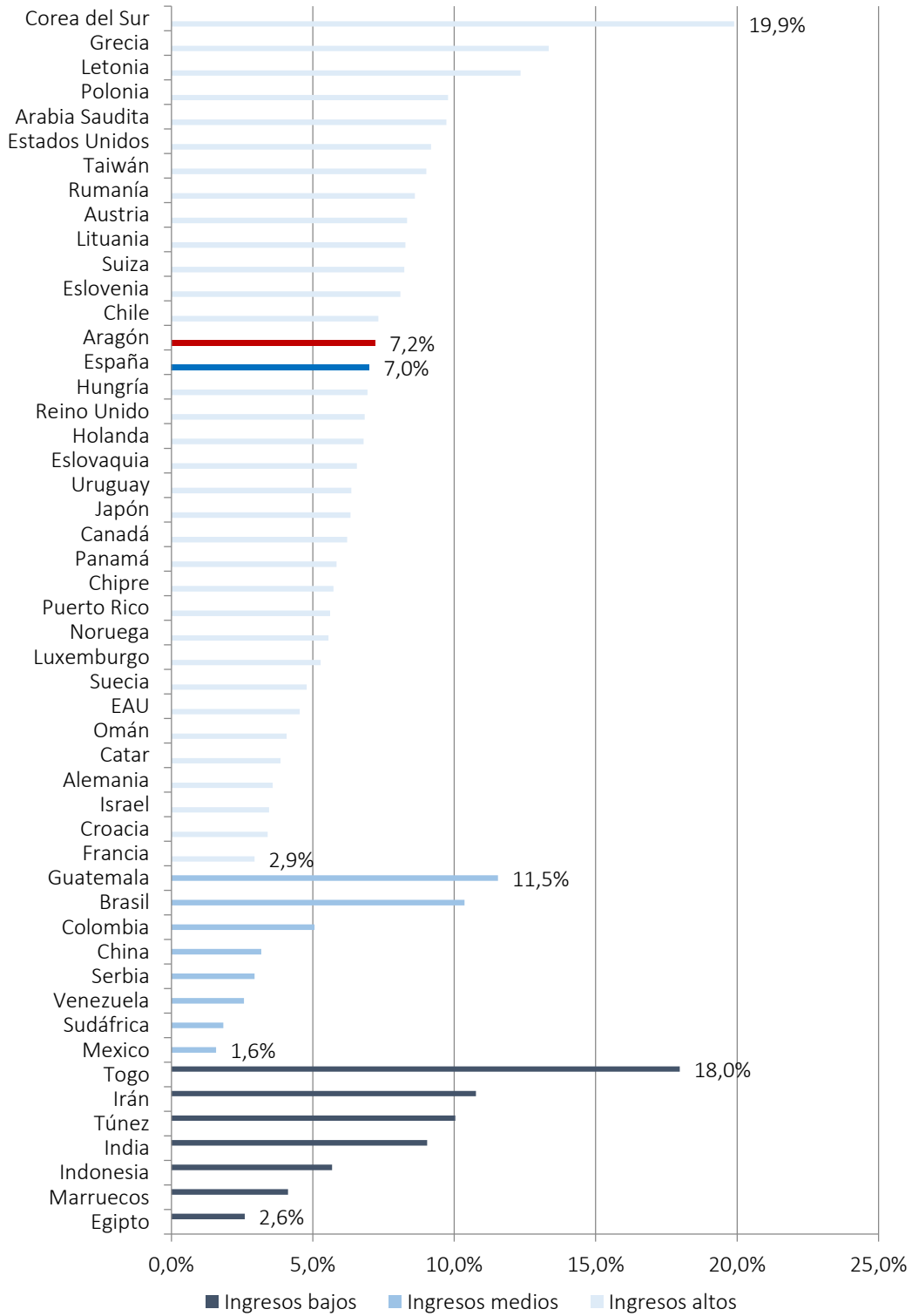
La Figura 1.9 ofrece una comparativa de estas iniciativas entre las regiones españolas. En el gráfico se observa que Aragón se sitúa en la zona media de la clasificación. Destaca Navarra, con un 8,7 % de actividad consolidada, seguida de cerca de Galicia; en el extremo opuesto, Canarias con una cifra del 4,6 % o el País Vasco.

Figura 1.9 Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas



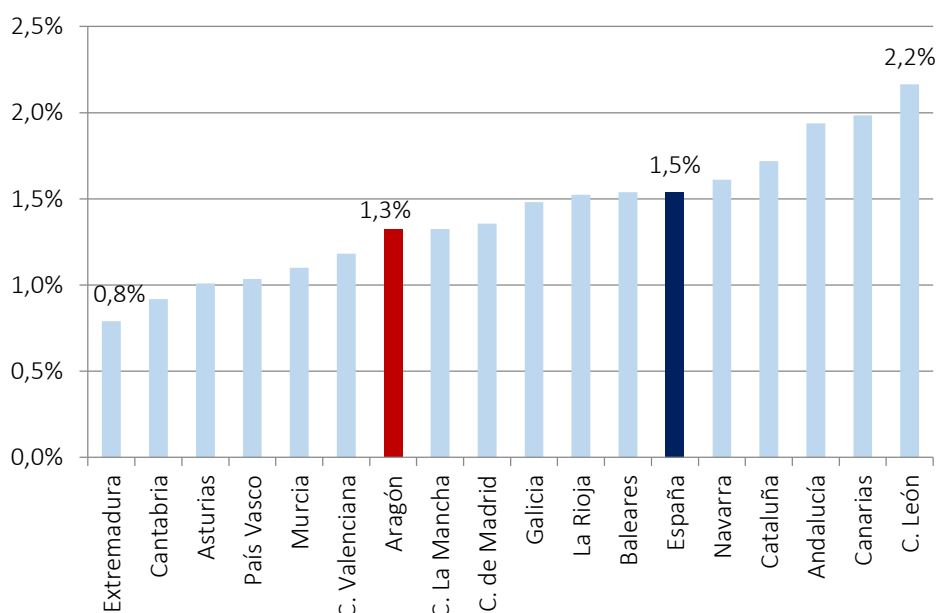
Finalmente, la Figura 1.10 compara Aragón con el conjunto de países participantes en el proyecto GEM. A la cabeza de iniciativas consolidadas entre los países desarrollados se encuentra Corea del Sur. Entre los países cuya renta se sitúa entre 20.000 y 40.000 euros destaca Guatemala, mientras que Togo lo hace entre las economías menos desarrolladas. En la cola de los tres grupos sobresalen Francia, México y Egipto.

Figura 1.10 Actividad empresarial consolidada en Aragón y en los países participantes GEM, clasificados en función de su grupo económico (2022)



Este apartado finaliza con el análisis del porcentaje de adultos que han abandonado una iniciativa en el último año. Es importante notar que este abandono hace referencia a lo que anteriormente se ha denominado como cierre real y, por tanto, se dejan fuera aquellas actividades que han sido abandonadas por un traspaso o venta, real o posible. En la Figura 1.11 se observa que la tasa de abandonos en Aragón se sitúa en la zona media-baja de la clasificación. Entre las comunidades que mayor tasa de abandono presentan nos encontramos a Castilla y León, que ocupa la cabeza, Canarias o Andalucía, mientras que en el extremo opuesto están Asturias, Cantabria o Extremadura.

Figura 1.11 Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas

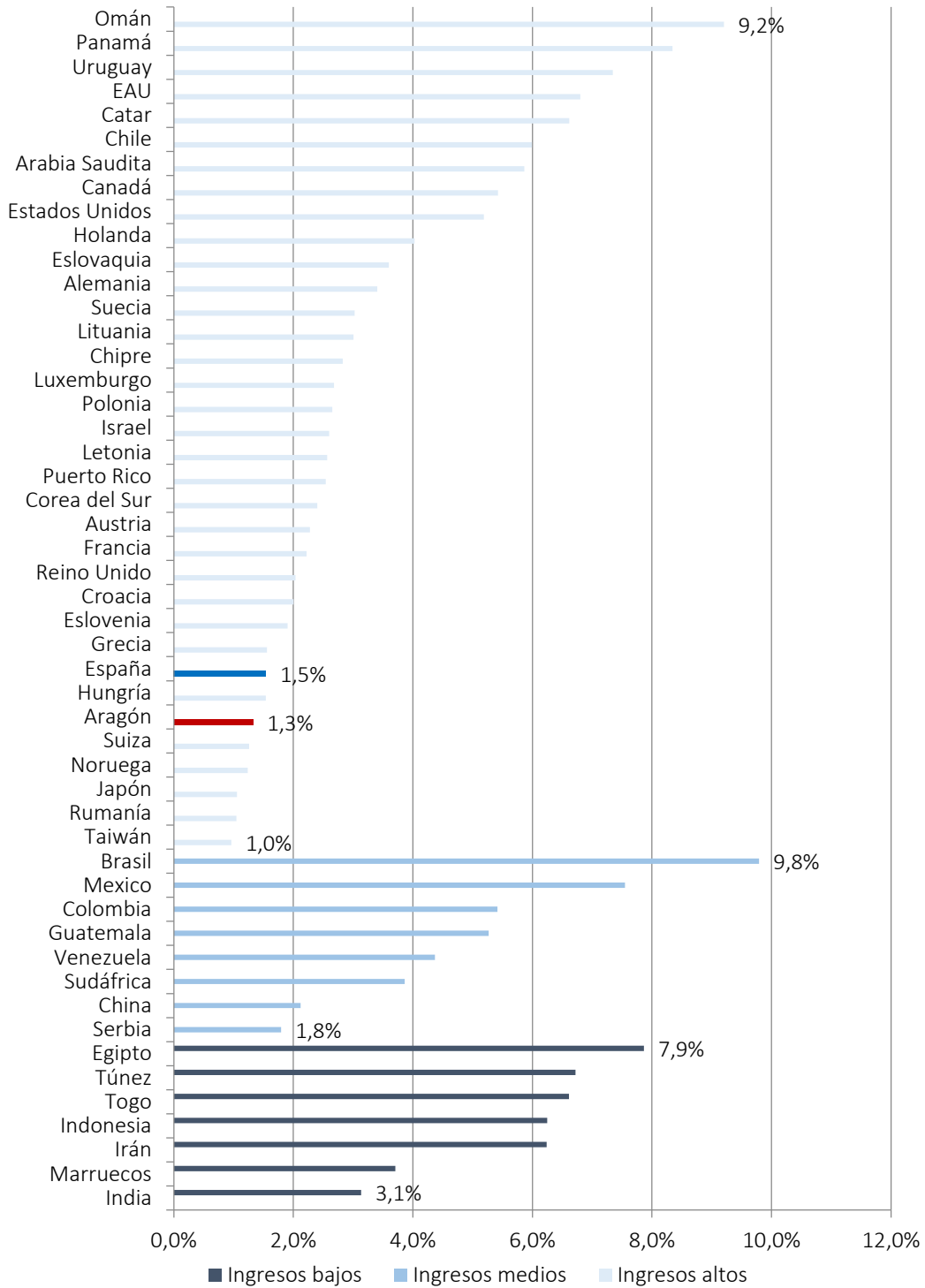


En definitiva, como conclusión de lo anterior, cabe señalar que Aragón se ha caracterizado en los últimos años por guarismos comparativamente altos en la tasa de iniciativas consolidadas y bajos en tasa efectiva de abandonos. Ello supone que, aunque la tasa de creación de nuevas empresas ha sido más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

Finalmente, la Figura 1.12 contiene información para el total de países que participan en el proyecto GEM. Aragón ocupa posiciones de privilegio en esta

clasificación. Entre las economías más desarrolladas, Aragón se sitúa de nuevo en puestos muy destacados, con valores muy próximos a Taiwán, que representa el país con un menor porcentaje de cierres dentro de esta categoría; y muy lejos de los valores que presentan Omán o Paraguay. Entre las economías de renta media destaca particularmente en sentido negativo Brasil, y Serbia en el extremo opuesto. Finalmente, entre las economías de renta baja, el mayor y menor valor corresponden a Egipto e India, respectivamente.

Figura 1.12 Porcentaje de abandono de actividades en la población de Aragón y de los países GEM, clasificados en función de su grupo económico (2022)



1.7. Potencial emprendedor

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

La Tabla 1.6 analiza el potencial emprendedor registrado para Aragón en el horizonte temporal que comprende el periodo 2017-2022. En 2022, un 6,5 % de la población adulta declara tener intención de iniciar una actividad a corto o medio plazo. Este valor representa un ligero retroceso en relación al observado en el periodo anterior (7,1 %), aunque se sitúa por encima del promedio de los últimos años.

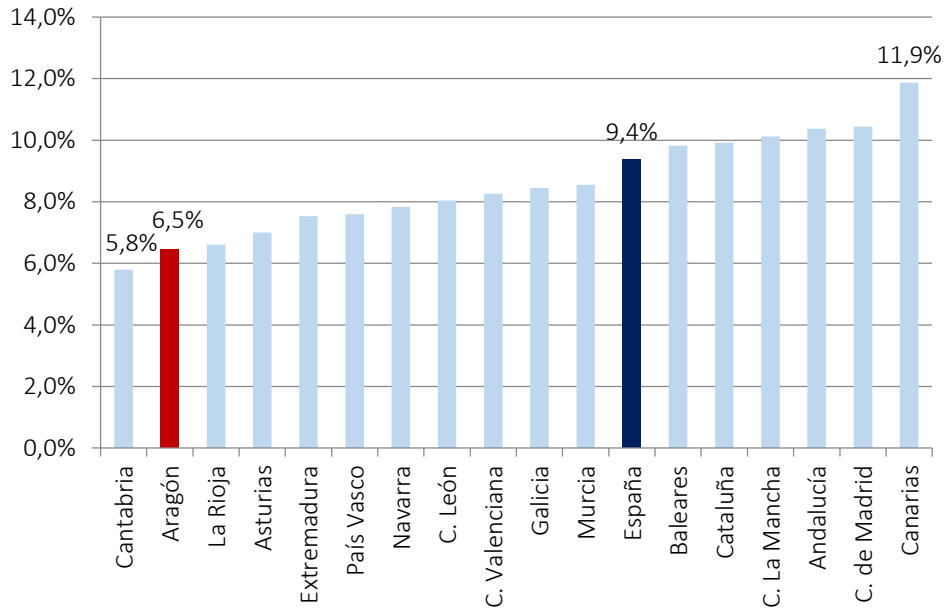
Si aplicamos el porcentaje de emprendedores potenciales sobre el total de la población adulta aragonesa, y bajo los mismos supuestos estadísticos que en el resto del capítulo, se puede estimar que el número de personas que planean iniciar una actividad económica en los próximos tres años se sitúa en el entorno de las 52.728.

Tabla 1.6 Estimación del número de emprendedores potenciales en 2022 y comparación con el período 2017-2022

	% sobre población entre 18 y 64 años	Número de emprendedores potenciales
2022	6,5	52.728
2021	7,1	58.214
2020	6,3	50.894
2019	5,5	44.524
2018	7,7	62.383
2017	4,3	34.850

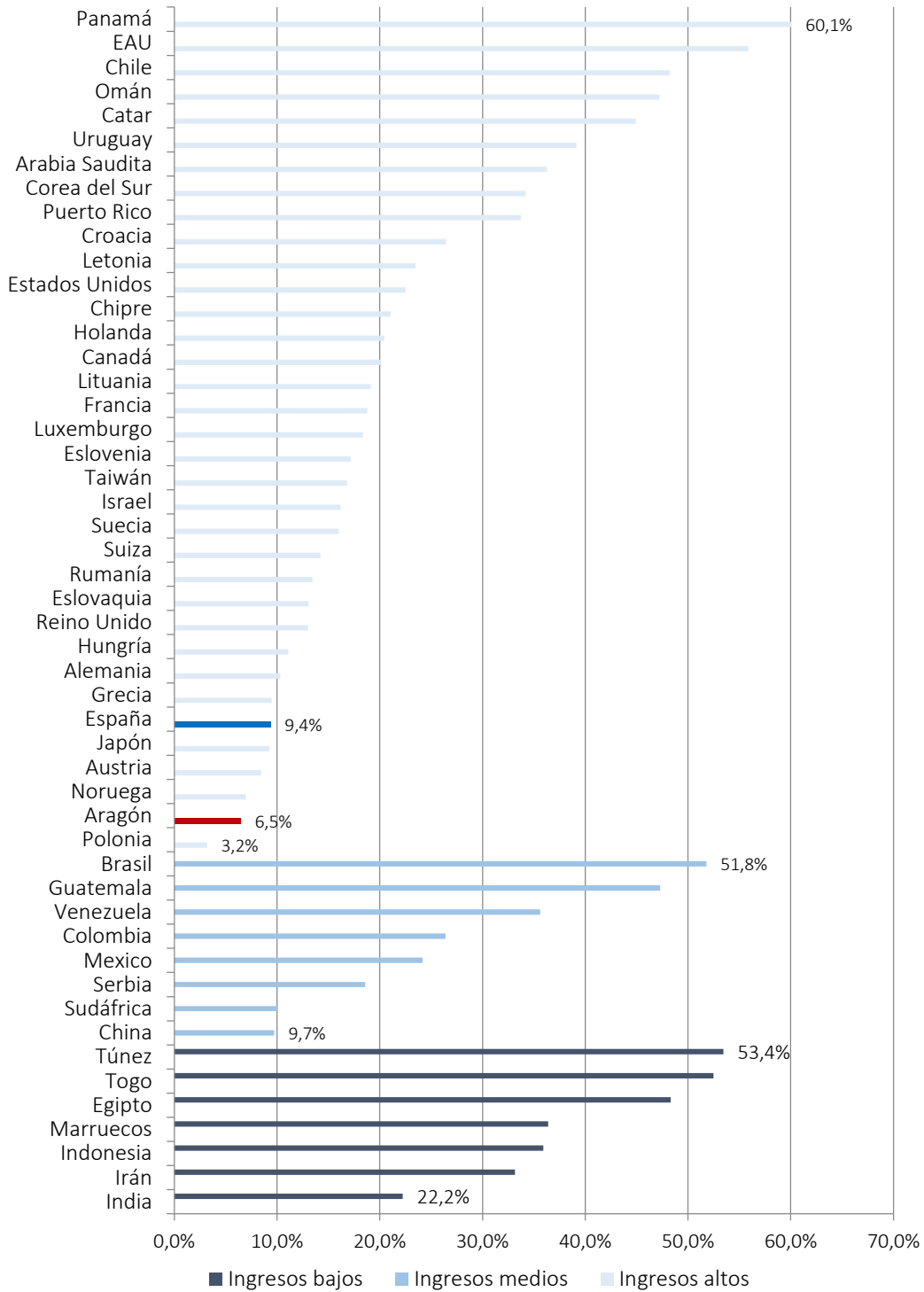
La Figura 1.13 compara el potencial emprendedor de las diferentes regiones españolas. La tasa de emprendimiento potencial sitúa a la comunidad en el tramo final de la clasificación, solo por delante de Cantabria. En el plano positivo destaca Canarias (11,9 %).

Figura 1.13 Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española



Para concluir, la Figura 1.14 muestra la comparación con el conjunto de países GEM. De nuevo, la tasa de potencial emprendedor aragonesa se sitúa en tramo final del panel, solo por delante de Polonia, pero próxima a países como Noruega, Austria o Japón, destacando en el extremo superior de la clasificación Panamá. Entre las economías de ingresos medios destacan Brasil y Guatemala, mientras que entre las economías menos desarrolladas lo hacen Túnez o Togo.

Figura 1.14 Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de Aragón y de los países GEM, clasificados en función de su grupo económico (2022)



CAPÍTULO 2

TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

2.1. Introducción

El capítulo 1 ha sentado las bases para el análisis del comportamiento emprendedor en la Comunidad Autónoma mediante el estudio de indicadores como la intención de comenzar una actividad, las actividades en proceso de desarrollo y consolidación, las actividades ya consolidadas y el abandono de actividades. La principal conclusión que se deriva del primer capítulo es que, aunque la tasa de emprendimiento en Aragón se sitúa por debajo de la media nacional para 2022, existe cierta persistencia de las iniciativas emprendedoras en nuestra Comunidad, que se manifiesta a través de un nivel de consolidación superior y un reducido nivel de abandono efectivo.

El capítulo 2 da un paso más 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. Tradicionalmente, el informe GEM abordaba las motivaciones del emprendedor para iniciar una actividad, centrando el discurso en argumentos relacionados con la identificación de una oportunidad de negocio o con la necesidad de llevar a cabo una iniciativa para poder subsistir. Sin embargo, desde el informe de 2019 se rompe con este patrón, de tal forma que se extiende el abanico de razones que pueden motivar el inicio de una actividad. Esta nueva taxonomía incluye las siguientes alternativas:

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

2.2. Las motivaciones para emprender en Aragón

La Tabla 2.1 ofrece información sobre cuáles han sido las motivaciones principales para emprender en nuestra Comunidad y su comparación con las motivaciones a nivel nacional para el año 2022. Antes de comentar el contenido de esta tabla es preciso notar que estas categorías no son excluyentes, lo que implica que las motivaciones para poner en marcha un negocio han podido ser diversas. En consecuencia, no debemos esperar que la suma de estas motivaciones arroje un 100 %.

Entre los factores considerados, la supervivencia es el principal argumento esgrimido por los encuestados: siete de cada diez consideran que este es un motivo que subyace en los negocios puestos en marcha. A gran distancia, la creación de riqueza o marcar una diferencia en el mundo son mencionados casi en cuatro de cada diez ocasiones, mientras que emprender para continuar la tradición familiar es un motivo presente en el 21 % de los nuevos negocios.

En la comparativa entre Aragón y España para el año 2022 observamos un patrón relativamente similar, aunque con pequeñas diferencias. Así, marcar una diferencia representa el 35,7 % en Aragón frente al 39,3 % en España, crear riqueza el 35,2 % en Aragón, mientras que en España es de nuevo ligeramente más alto, 39,1 %. Continuar con la tradición familiar representa el 18,4 % en Aragón frente al 21,4 % en España. Y sobrevivir aglutina el 77,7 % en Aragón frente al 70,6 % en España.

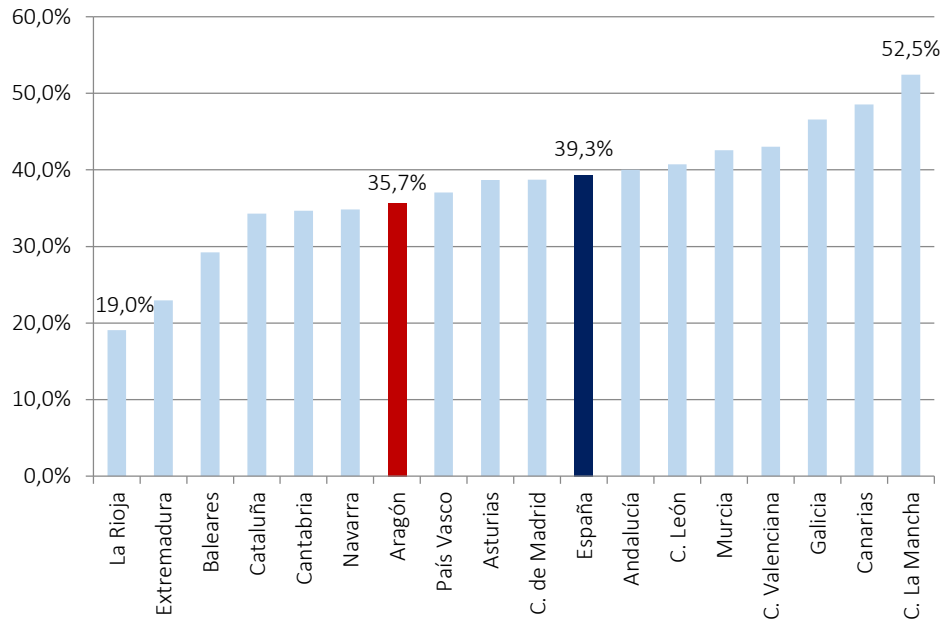
Tabla 2.1 Motivaciones para emprender. Aragón vs. España

	Aragón	España
Marcar una diferencia	35,7 %	39,3 %
Crear riqueza	35,2 %	39,1 %
Continuar tradición familiar	18,4 %	21,4 %
Sobrevivir	77,7 %	70,6 %

Siguiendo con la senda de comparaciones entre territorios mostrada en el capítulo anterior, en lo sucesivo se muestran los valores vinculados a las distintas motivaciones para emprender por comunidades autónomas y en los países que participan en el proyecto GEM a nivel mundial.

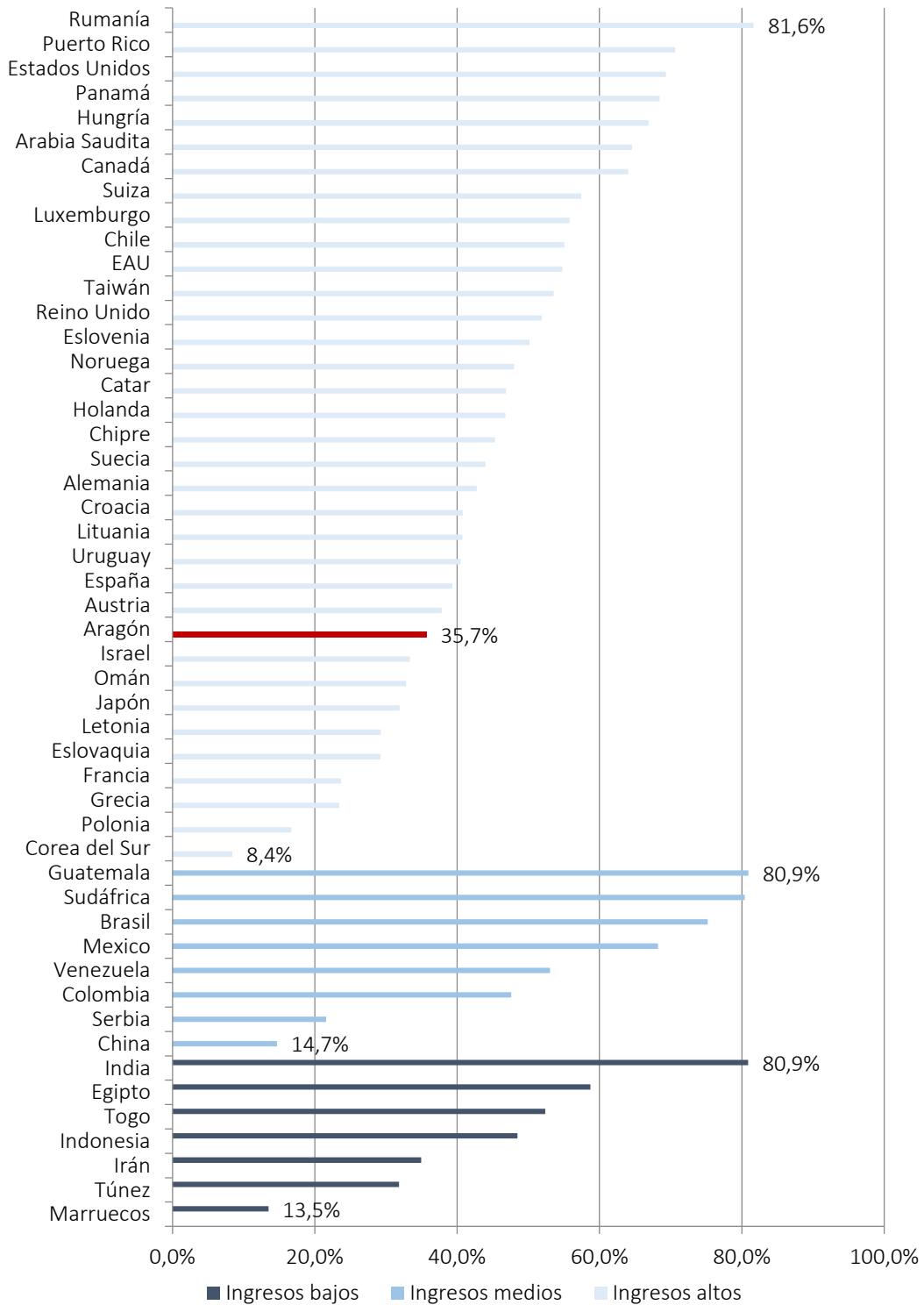
La Figura 2.1 ofrece información sobre el peso de la motivación “marcar una diferencia en el mundo” en el contexto nacional. Se observa que Aragón se sitúa en el segundo tercio de la clasificación. Destaca Castilla-La Mancha con un 52,5 % de los encuestados que declaran haber puesto en marcha su actividad por este motivo, mientras que en el extremo opuesto se sitúa La Rioja, con solo un 19 %.

Figura 2.1 Emprendimiento motivado por “Marcar una diferencia” en las regiones españolas



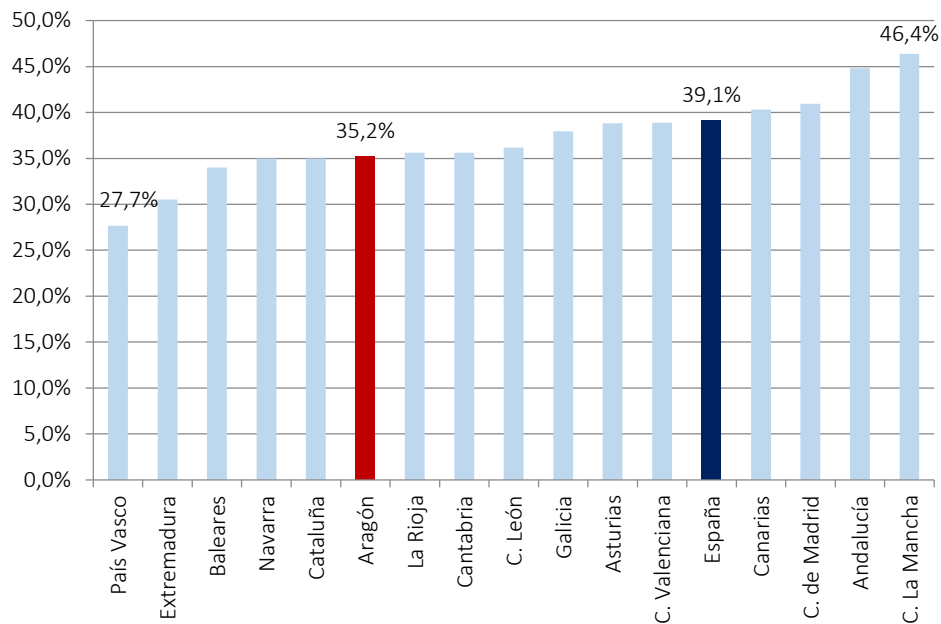
Centrándonos en la comparación a nivel mundial, la Figura 2.2 sitúa a Aragón aproximadamente en la mitad de la clasificación con valores muy próximos a países como Austria, Israel o Japón. El primer puesto de esta clasificación lo ocupa Rumanía (81,6 %), mientras que en el último se sitúa Marruecos (13,5 %).

Figura 2.2 Emprendimiento motivado por "Marcar una diferencia" en el mundo



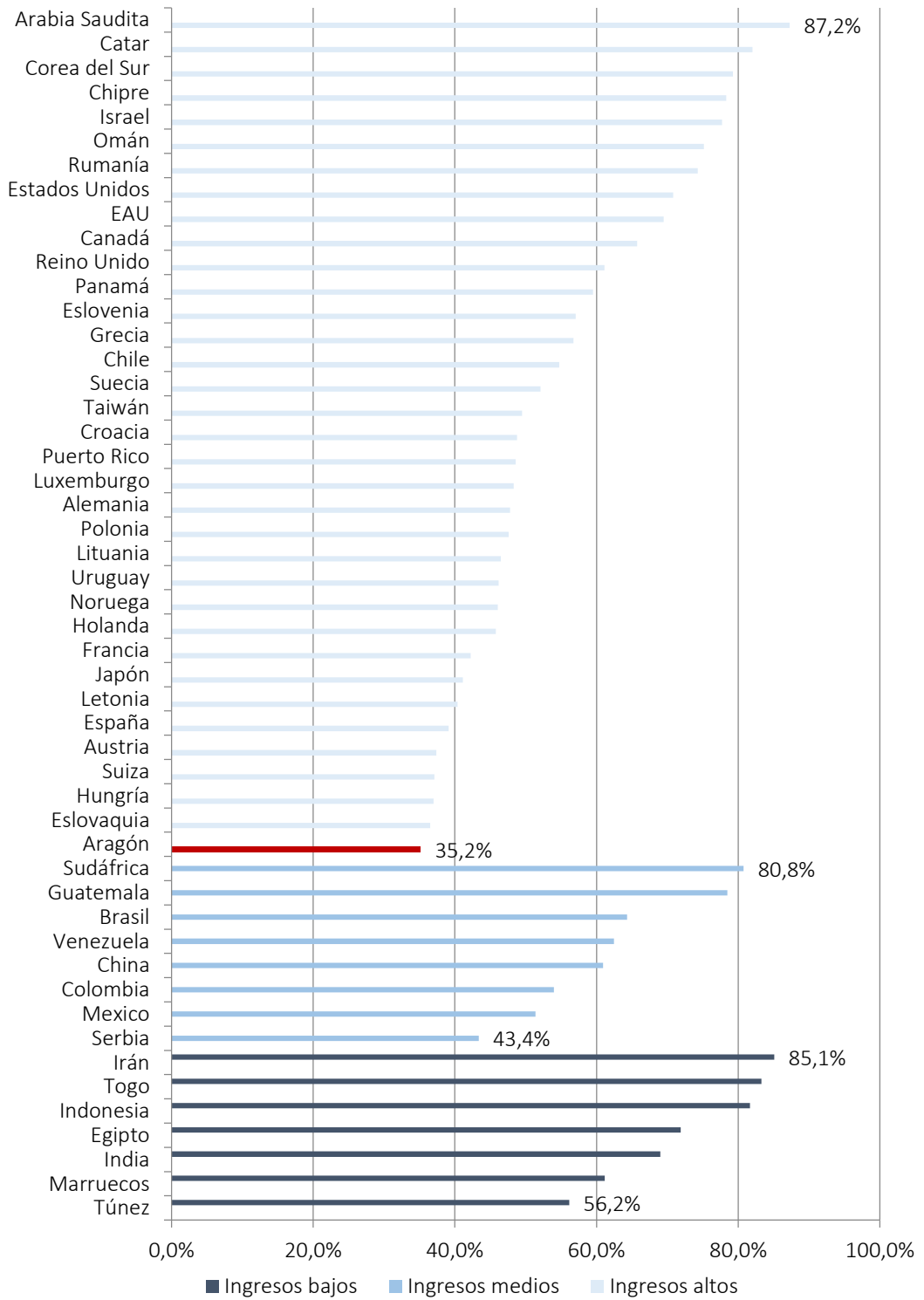
La Figura 2.3 ofrece información de las cifras vinculadas a la motivación “crear riqueza” para el conjunto de comunidades autónomas. Aragón ocupa de nuevo una posición en el segundo tercio de la clasificación. Castilla-La Mancha se sitúa en lo más alto (46,4 %), seguida de cerca por Andalucía, mientras que País Vasco lo hace en el extremo opuesto (27,7 %).

Figura 2.3 Emprendimiento motivado por “Crear riqueza” en las regiones españolas



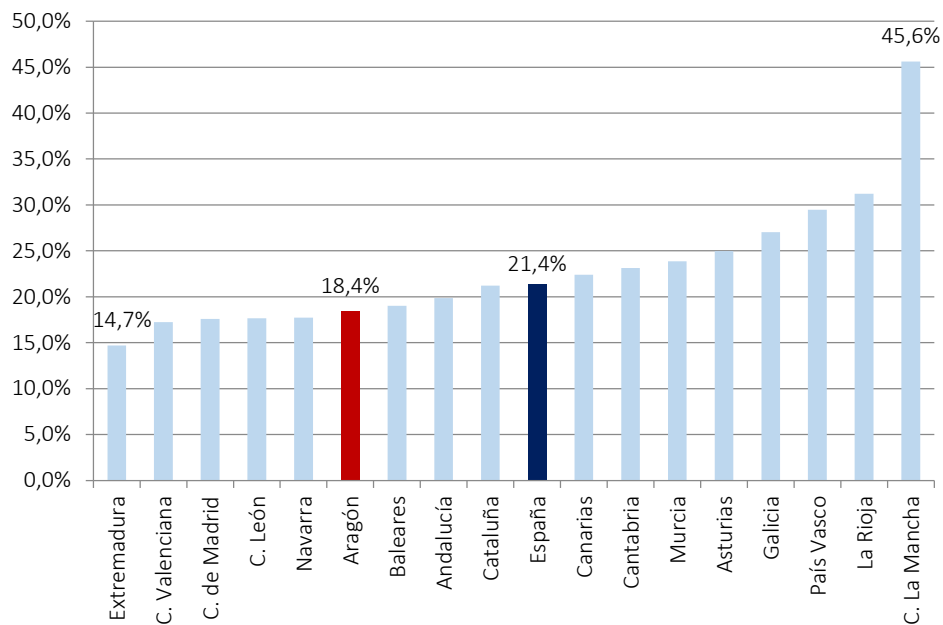
La Figura 2.4 compara los valores para el motivo “crear riqueza” en el contexto de los países que participan en el proyecto GEM en el mundo. Entre los países con ingresos altos, Aragón se sitúa en el último puesto de la clasificación con Arabia Saudita (87,2 %) en el extremo superior. Entre los países con ingresos medios sobresale Sudáfrica (80,8 %), mientras que Irán lo hace entre las economías con ingresos bajos (85,1 %).

Figura 2.4 Emprendimiento motivado por "Crear riqueza" en el mundo



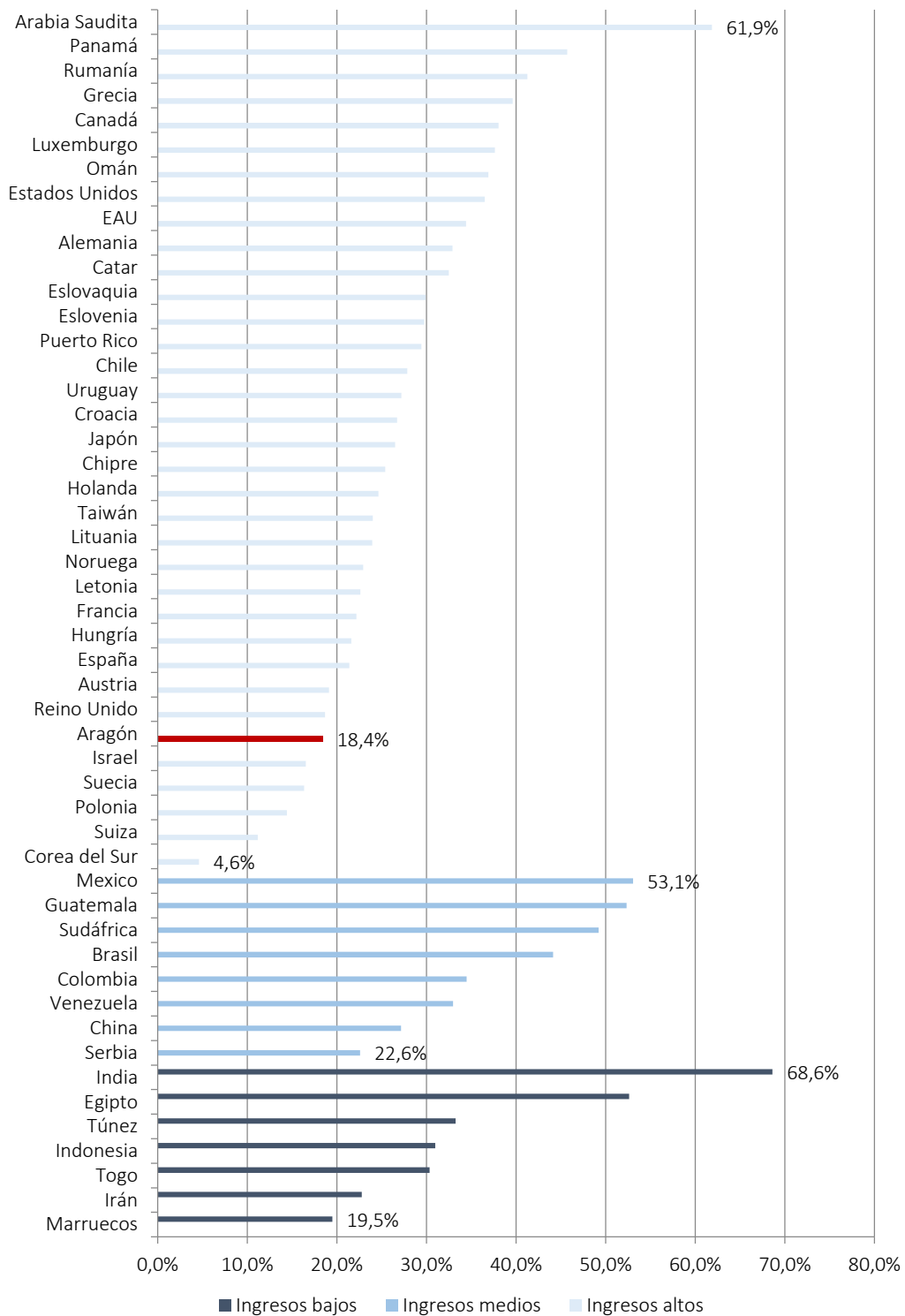
La Figura 2.5 recoge las cifras para la motivación “continuar con la tradición familiar” en el contexto nacional. Como en el resto de categorías hasta el momento, Aragón se sitúa en la segunda parte de la clasificación. Castilla-La Mancha vuelve a ocupar destacada la posición más alta de la clasificación con un 45,6 %. En el extremo opuesto se sitúa Extremadura (14,7 %)

Figura 2.5 Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar” en las regiones españolas



La Figura 2.6 incorpora todos los países que participan en el proyecto GEM a nivel mundial en la comparación del motivo “continuar la tradición familiar”. Entre los países con ingresos altos, Aragón ocupa el tercio inferior de la clasificación, con Arabia Saudita (61,9 %) y Corea del Sur (4,6 %) situadas en los extremos de la clasificación. Entre los países con ingresos medios sobresale México (53,1 %), mientras que India lo hace entre las economías con ingresos bajos (68,6 %).

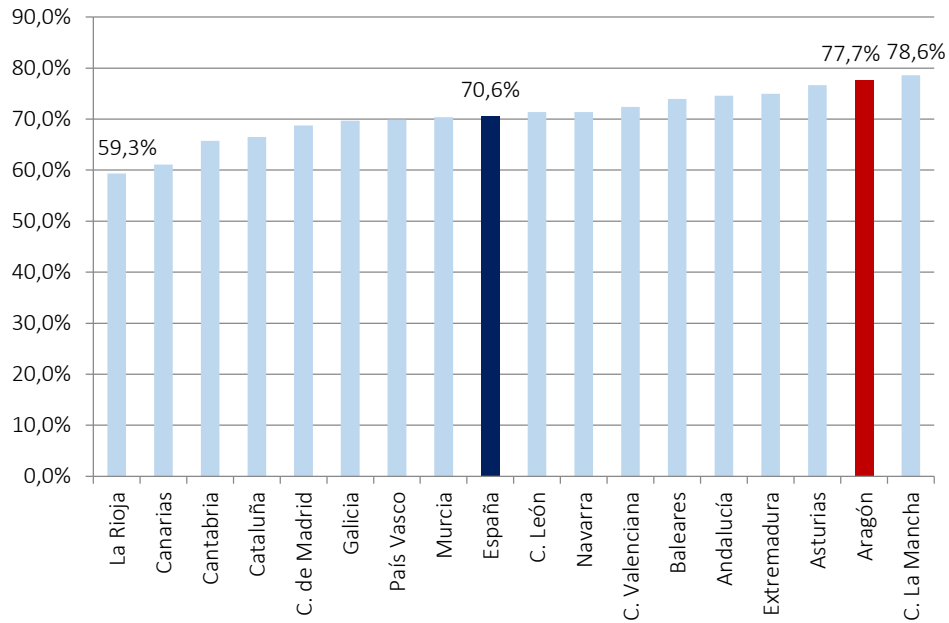
Figura 2.6 Emprendimiento motivado por “Continuar la tradición familiar” en el mundo



La última de las motivaciones a analizar es la relacionada con la subsistencia. La Figura 2.7 compara las cifras para este motivo en un contexto nacional. Aragón se sitúa

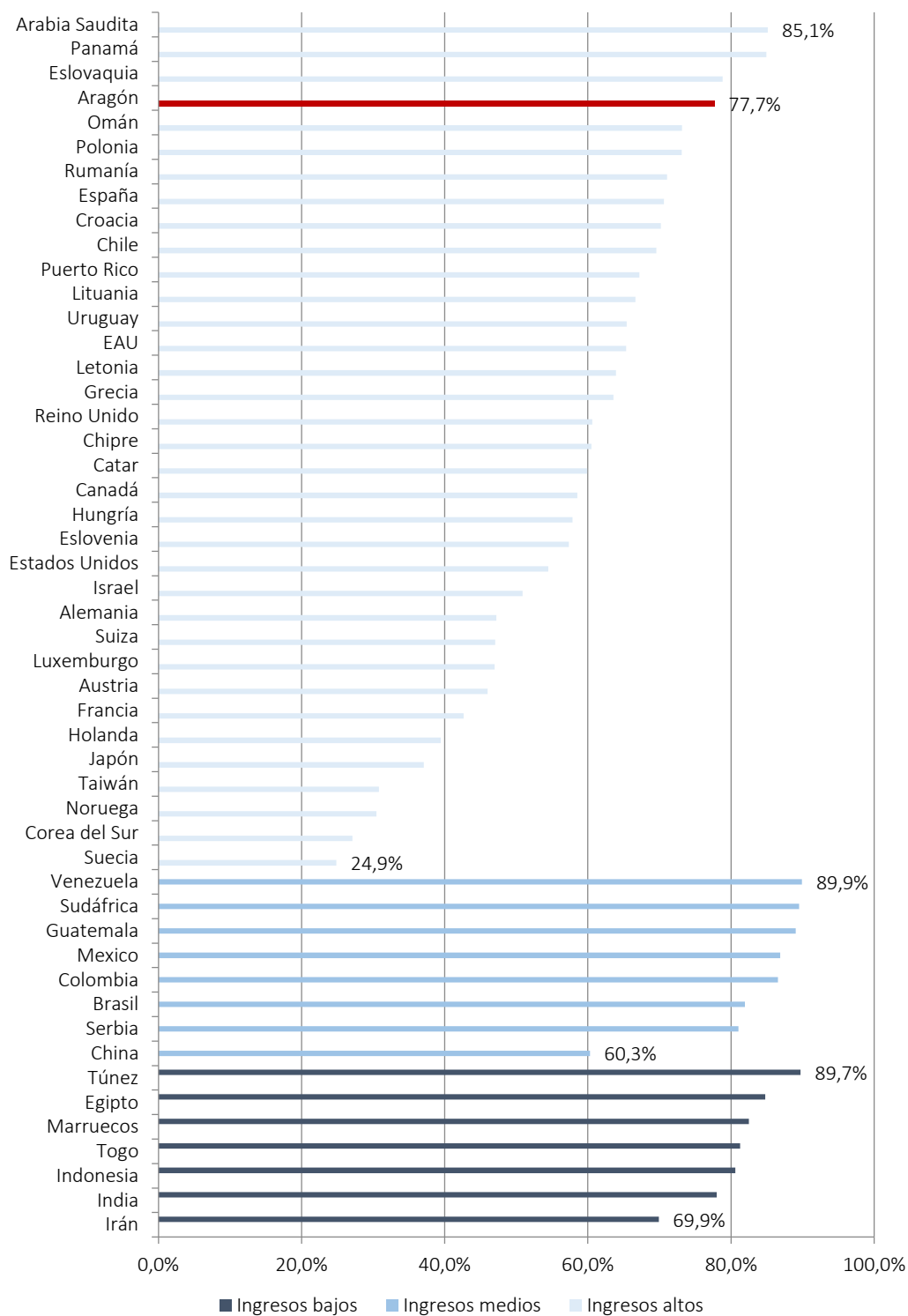
en el segundo puesto de la clasificación, solo superada por Castilla-La Mancha (78,6 %). La Rioja ocupa el último lugar de esta clasificación (59,3 %).

Figura 2.7 Emprendimiento motivado por “Sobrevivir” en las regiones españolas



Finalmente, la Figura 2.8 compara los valores para el motivo “sobrevivir” en el contexto de los países que participan en el proyecto GEM en el mundo. Entre los países con ingresos altos, Aragón ocupa una posición destacada, con Arabia Saudita (85,1 %) y Suecia (24,9 %) situadas en los extremos de la clasificación. Entre los países con ingresos medios sobresale Venezuela (89,9 %), mientras que Túnez lo hace entre las economías con ingresos bajos (89,7 %).

Figura 2.8 Emprendimiento motivado por "Sobrevivir" en el mundo



CAPÍTULO 3

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

3.1. Introducción

El capítulo 3 tiene como pretensión adentrarse en las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor que se desarrolla en Aragón. Los siguientes epígrafes se centran en conocer con detalle algunas de las dimensiones que caracterizan a las empresas aragonesas, tanto en lo que se refiere al emprendimiento incipiente como al consolidado. En particular, las dimensiones analizadas son las que figuran a continuación:

- Sector general de actividad en el que operan (3.2)
- Número de propietarios de las iniciativas (3.3)
- Dimensión de las iniciativas, en número de empleados que tienen (3.4)
- Potencial de crecimiento a 5 años, en número de empleos esperados (3.5)
- Nivel tecnológico del sector (3.6)
- Innovación en las iniciativas: en producto y en proceso (3.7)
- Internacionalización (3.8)

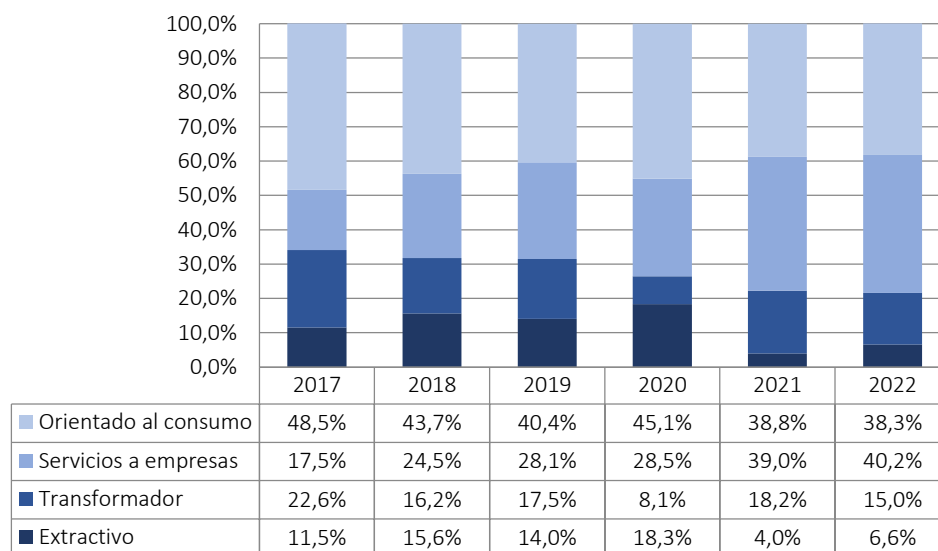
3.2. Sector general de actividad en el que operan las iniciativas emprendedoras aragonesas

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

Continuando con la senda del año anterior, el sector que concentra la mayor proporción de nuevas empresas es el relativo a los servicios a empresas (40,2 %), seguido muy de cerca del sector que recoge aquellas empresas orientadas al consumo (38,2 %). A continuación, se sitúa el sector transformador (15 %), mientras que el extractivo se sitúa en último lugar (6,6 %). Es también destacable el progresivo aumento a lo largo del período considerado de las iniciativas que se constituyen en el ámbito de los servicios a empresas, que ganan aproximadamente veinte puntos porcentuales en

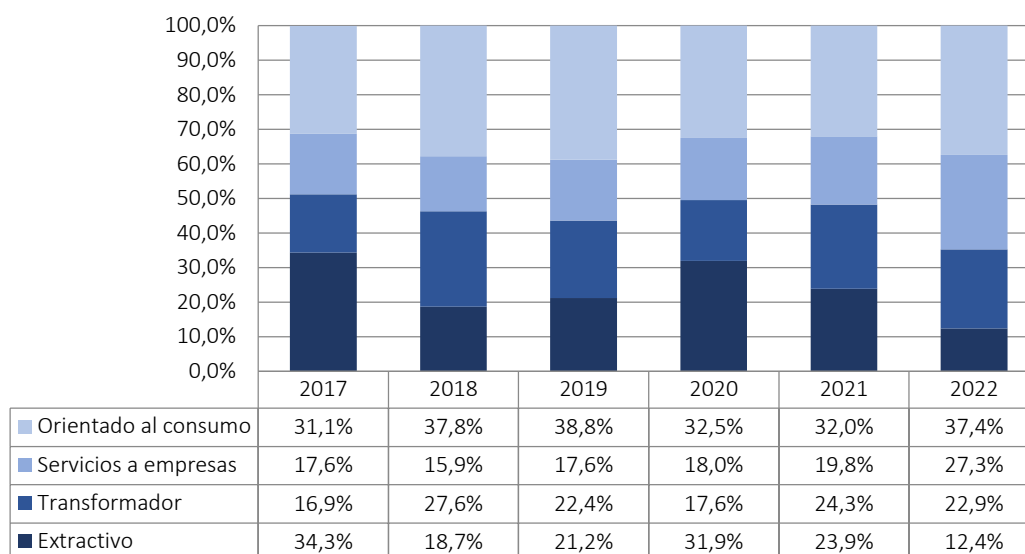
estos seis últimos años a costa, fundamentalmente, de las dedicadas a actividades orientadas al consumo y al sector extractivo.

Figura 3.1 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2017-2022)



La Figura 3.2 muestra la distribución de las empresas que superan los 42 meses en función del sector de actividad al que pertenecen. Las actividades orientadas al consumo continúan siendo las más habituales (representan el 37,4 % del total). El reparto entre el resto de actividades en esta edición del informe es el siguiente: los servicios a empresas representan un 27,3 %, el sector transformador un 22,9 % y el extractivo un 12,4 %. El predominio de las actividades orientadas al consumo puede justificarse atendiendo a que se trata de empresas cuya creación es más frecuente como consecuencia de su reducido tamaño y limitadas exigencias para su puesta en marcha, aunque también es mayor el dinamismo (elevado número de aperturas y de cierres) que tiene lugar dentro de este grupo.

Figura 3.2 Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2017-2022)



3.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras

La Tabla 3.1 muestra información referente al número medio de propietarios de las iniciativas nacientes y consolidadas. Esta información está referida al horizonte temporal 2017-2022.

Las cifras correspondientes a 2022 en esta dimensión confirman que no hay variaciones extraordinariamente significativas en el número de propietarios a lo largo de la serie analizada. Para este año, el número de propietarios en las empresas más incipientes se sitúa en 1,94, lo que representa un calco respecto a la cifra de 2021 (1,94), mientras que en las nuevas esta cifra es algo inferior (1,23). En el caso del emprendedor consolidado, el número de propietarios por iniciativa (1,58) experimenta también un ligero descenso en relación con el periodo precedente (1,63).

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

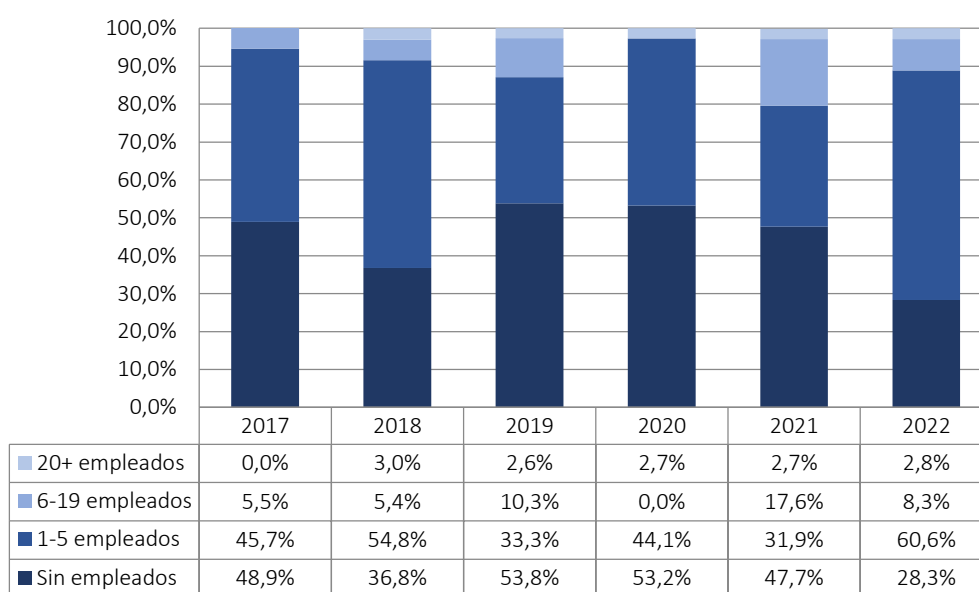
	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
2017	2,21	1,61	1,86	1,66
2018	1,29	1,70	1,52	1,66
2019	1,66	1,57	1,60	2,06
2020	1,47	1,37	1,41	1,51
2021	1,94	1,50	1,68	1,63
2022	1,94	1,23	1,66	1,58

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

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

La Figura 3.3 muestra la evolución de la distribución de las iniciativas emprendedoras (nacientes y nuevas) durante el periodo 2017-2022. De los datos correspondientes al último año, sorprende el significativo aumento de las iniciativas que poseen entre 1 y 5 empleados, que pasan a ocupar la primera posición de forma muy destacada (60,6 %), seguidas de aquellas que no poseen empleados (28,3 %), entre 6 y 19 (8,3 %) y más de 20 (2,8 %). En todo caso, la dimensión de la mayoría de iniciativas es modesta, y no supera los cinco empleados.

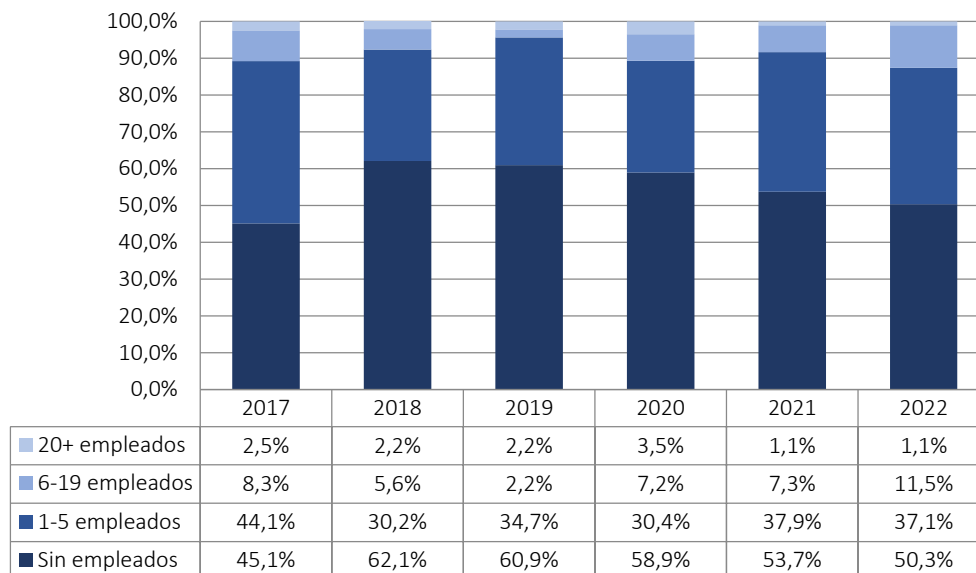
Figura 3.3 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (2017-2022)



La Figura 3.4 muestra la evolución temporal del tamaño de las iniciativas consolidadas. En ella se aprecian algunas diferencias en relación a la distribución que se observa en las iniciativas en fase emprendedora. Así, la proporción de empresas que ocupan únicamente al promotor del negocio se sitúa en 2022 en el 50,3 %, cifra ligeramente inferior al 53,7 % de 2021. La proporción de iniciativas que generan entre 1 y 5 empleados se mantiene prácticamente en los mismos valores que en 2021 (37,1 % en 2022 frente al 37,9 % en 2021). La importancia de las iniciativas que ocupan entre 6 y 19 empleados experimenta un cierto aumento con respecto a 2021 (7,3 % en 2021

frente a 11,5 % en 2022). Finalmente, las de 20 o más empleados se sitúan en el 1,1 % en 2022, misma cifra que en el año anterior.

Figura 3.4 Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal (2017-2022)

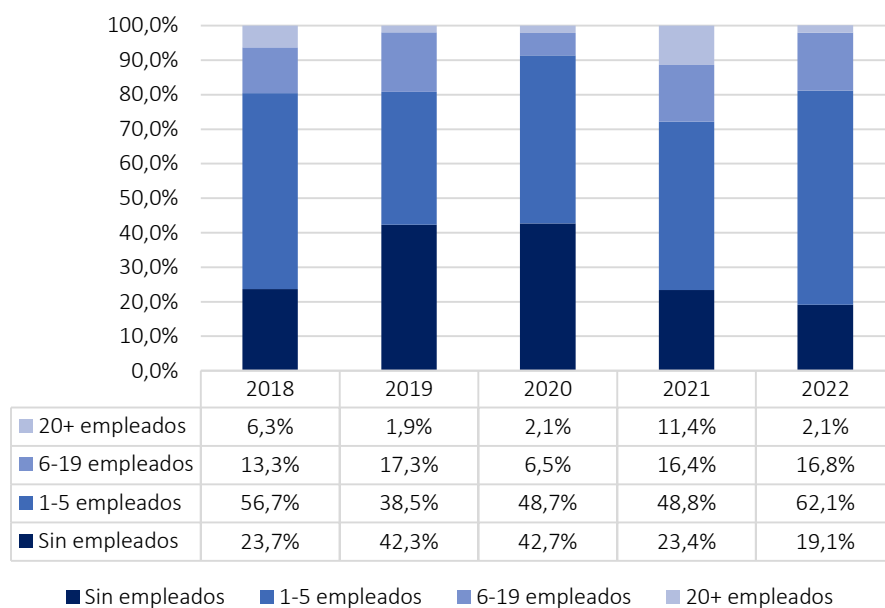


3.5. Potencial de crecimiento en el empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

El potencial de crecimiento que se espera de las empresas involucradas en el proceso emprendedor y consolidado se analiza a través de 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.

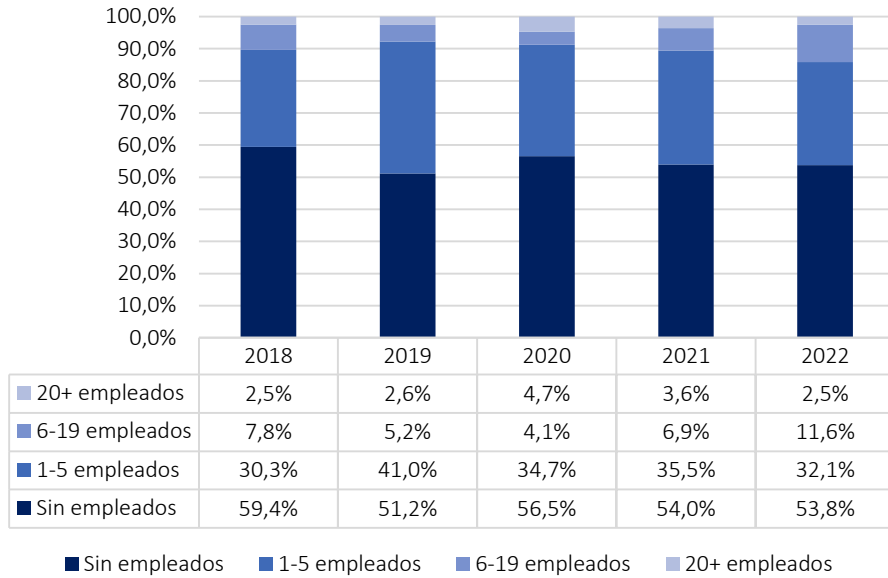
Los emprendedores nuevos y nacientes de las actividades en fase incipiente (Figura 3.5) que esperan no contratar nuevos trabajadores en los próximos cinco años alcanza su mínimo en la serie analizada (19,1 %). Un 62,1 % de los mismos espera generar entre 1 y 5 empleados, cifra que supone un aumento muy sustancial en relación a la observada en 2021 (48,8 %), mientras que el tramo entre 6 y 19 puestos de trabajo permanece casi invariante en relación al ejercicio anterior (del 16,4 % 2021 al 16,8 % en 2022). Sin embargo, para la horquilla 20 o más trabajadores en los próximos cinco años se observa una reducción muy significativa en relación al atípico dato de 2021 (del 11,4 % de 2021 al 2,1 % en 2022).

Figura 3.5 Distribución de las iniciativas en fase incipiente según el tramo de empleados esperado a cinco años vista (2018-2022)



La Figura 3.6 muestra las expectativas en relación al crecimiento del empleo en las empresas en fase consolidada para los próximos cinco años. En este caso, las expectativas sobre el potencial para crear empleo se muestran algo más contenidas que para las iniciativas en fase incipiente. El porcentaje de iniciativas consolidadas que actualmente no tienen empleados es del 50,3 % (Figura 3.4), mientras que las expectativas a cinco años vista apenas aumentan este porcentaje al 53,8 % (Figura 3.6). Las expectativas de contratación entre 1 y 5 empleados experimentan un ligero descenso, pasando del 35,5 % en 2021 al 32,1 % en 2022, al tiempo que las de entre 6 y 19 empleados aumentan del 6,9 % de 2021 al 11,6 % en 2022. Finalmente, también caen las referidas a 20 o más empleados hasta el 2,5 % (3,6 % en 2021).

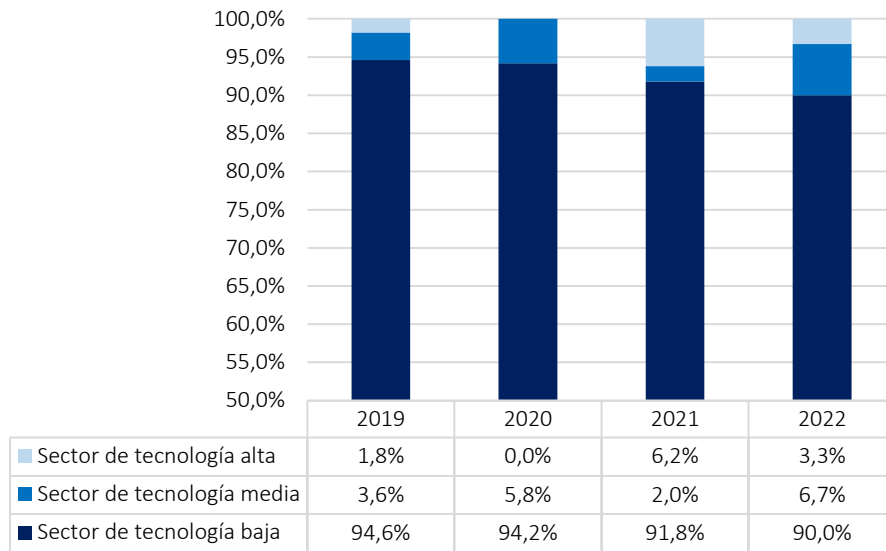
Figura 3.6 Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista (2018-2022)



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

El análisis del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras constituyó una novedad en el informe GEM 2019 y su estudio se consolida en la edición del 2022. La Figura 3.7 recoge la información referida al nivel tecnológico para las iniciativas en fase incipiente. En sintonía con los resultados obtenidos para el ejercicio anterior, hay una mayoría muy significativa de iniciativas que inician su actividad en sectores de baja tecnología (90 %), un 6,7 % se desarrolla en sectores de tecnología media, lo que supone un aumento sensible respecto a 2021 (2 %), mientras que un 3,3 % se ubica en sectores de tecnología alta, frente al 6,2 % en esta misma categoría para el año 2021.

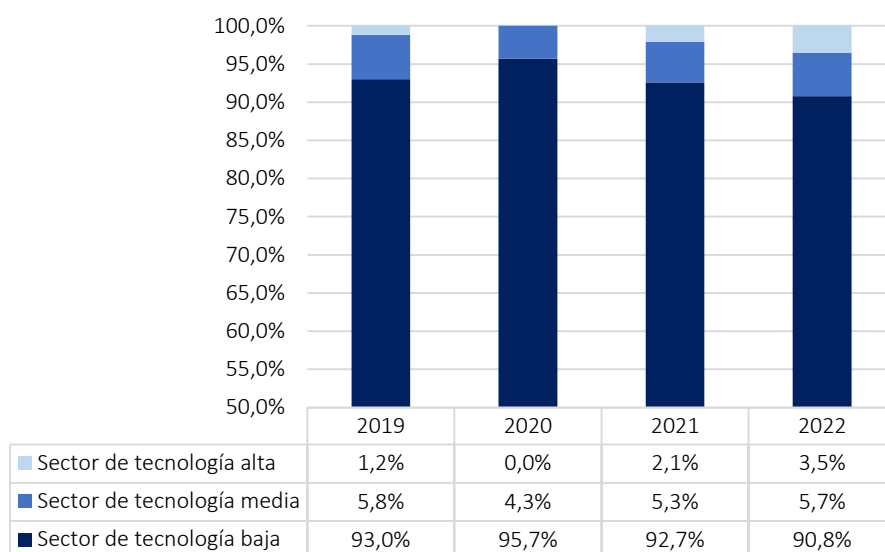
Figura 3.7 Nivel tecnológico del sector de las iniciativas en fase incipiente (2019-2022)



El análisis de esta dimensión para las iniciativas consolidadas puede observarse en la Figura 3.8. Las conclusiones son muy similares a las obtenidas para las iniciativas denominadas incipientes. Un porcentaje muy elevado de las actividades consolidadas transcurre en sectores de baja tecnología (90,8 %). Solo un 5,7 % de las actividades operan en sectores de tecnología media y un 3,5 % en sectores de tecnología alta.

En la medida en que ya disponemos de cuatro años para el análisis de esta dimensión y viendo las coincidencias, además, para iniciativas incipientes y consolidadas, las cifras anteriores podrían interpretarse como una tendencia en la medida en que tanto iniciativas incipientes como consolidadas responden al mismo patrón. A la vista de la importancia que tiene la inversión en tecnología en el desarrollo económico, los resultados de este análisis deberían atenderse por los poderes públicos. Así, podrían promocionar correctamente este tipo de iniciativas y su posterior consolidación.

Figura 3.8 Nivel tecnológico de las empresas en fase consolidada (2019-2022)

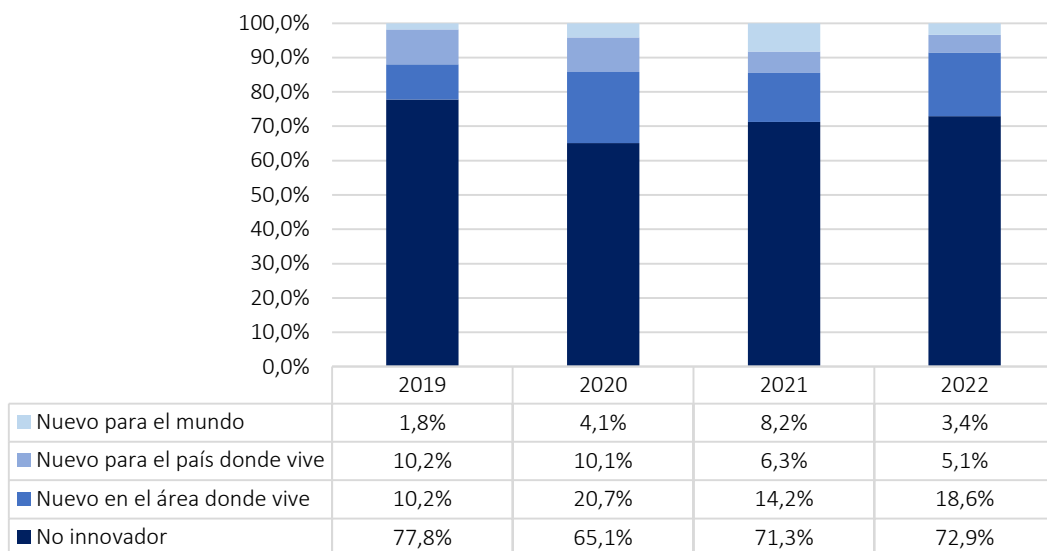


3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón

El análisis del carácter innovador de las iniciativas emprendedoras ha sido una dimensión que ha atraído la atención del informe GEM desde sus orígenes. Tradicionalmente, las iniciativas eran analizadas considerando si resultaban “completamente innovadoras” “algo innovadoras” o “no innovadoras”. El informe GEM 2019 trató de ir un paso más allá en el análisis de la innovación. El informe de 2022 continúa con esta idea y separa la innovación en dos dimensiones, producto y proceso. Esta separación es muy habitual y responde al hecho de que la naturaleza de la innovación de producto y proceso presenta particularidades distintas que aconsejan su estudio por separado. Por otra parte, se incorpora la dimensión espacial al ámbito de aplicación de la innovación, considerando si esta resulta “nueva en el área donde vive”, “nueva para el país donde vive” o “nueva para el mundo”.

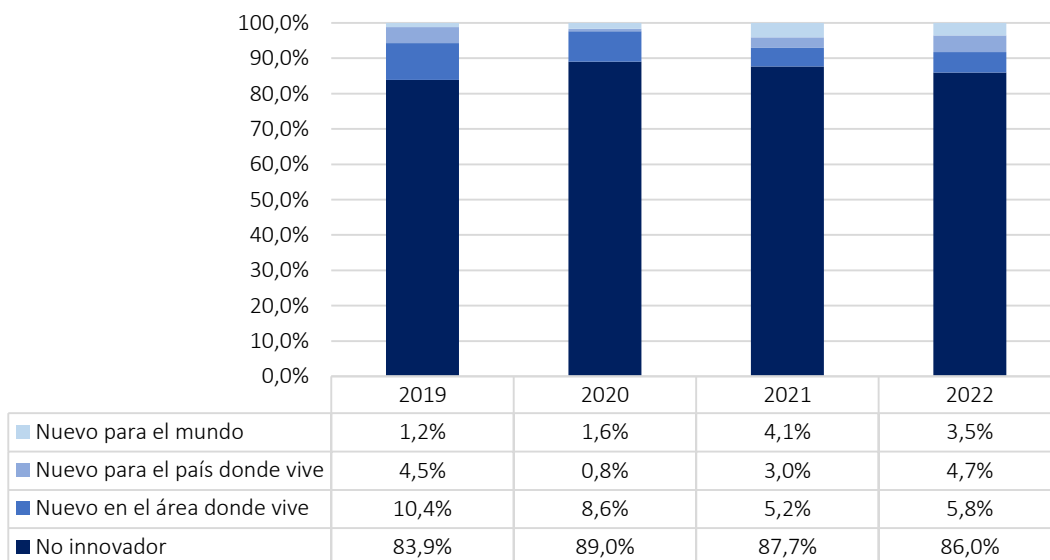
La Figura 3.9 proporciona información para las iniciativas en fase emprendedora sobre el alcance de su innovación de producto o servicio. La mayoría de las iniciativas (72,9 %) poseen un carácter no innovador, siendo este porcentaje ligeramente superior al observado en 2021 (71,3 %). Un 18,6 % resultan innovadoras para el área donde vive, lo que representa un aumento en relación al porcentaje del año anterior (14,2 %). Por su parte, un 5,1 % son innovadoras para el país donde viven, porcentaje algo inferior al del año anterior (6,3 %). Experimenta un descenso notable el porcentaje de las iniciativas en fase emprendedora que son innovadoras para el mundo, que pasa del 8,2 % en 2021 al 3,4 % en 2022.

Figura 3.9 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según el grado de innovación en los productos o servicios (2019-2022)



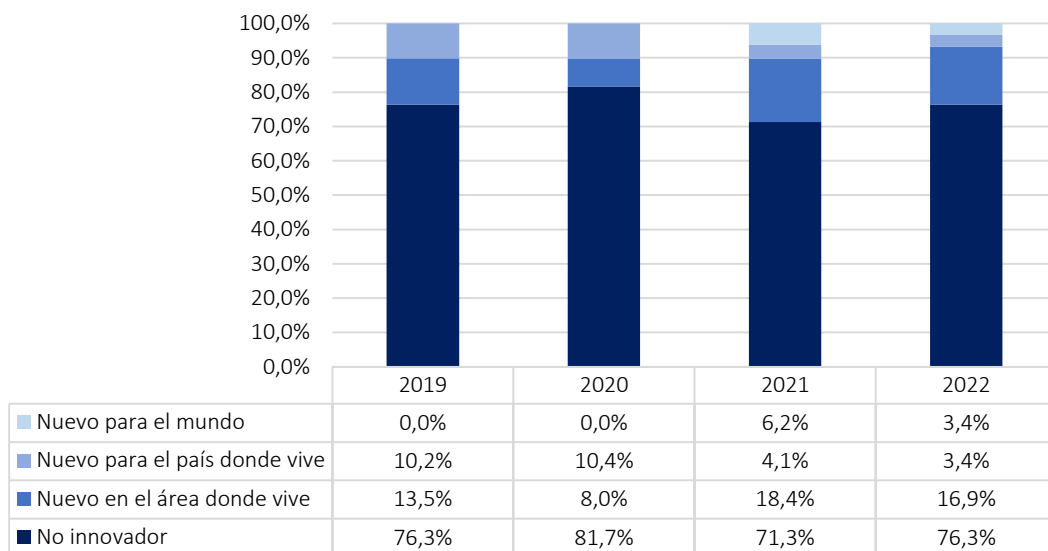
La Figura 3.10 nos permite conocer los detalles sobre la innovación de producto o servicio para las iniciativas consolidadas. En este caso, un 86 % de las actividades no resultan innovadoras. Un 5,8 %, porcentaje muy similar al del ejercicio anterior (5,2 %) lo son para el área donde vive el empresario, un 4,7 % para el país donde vive, en lo que representa un aumento respecto de 2021 (3 %) y un 3,5 % resulta nueva para el mundo, cifra similar en relación al año anterior (4,1 %).

Figura 3.10 Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio (2019-2022)



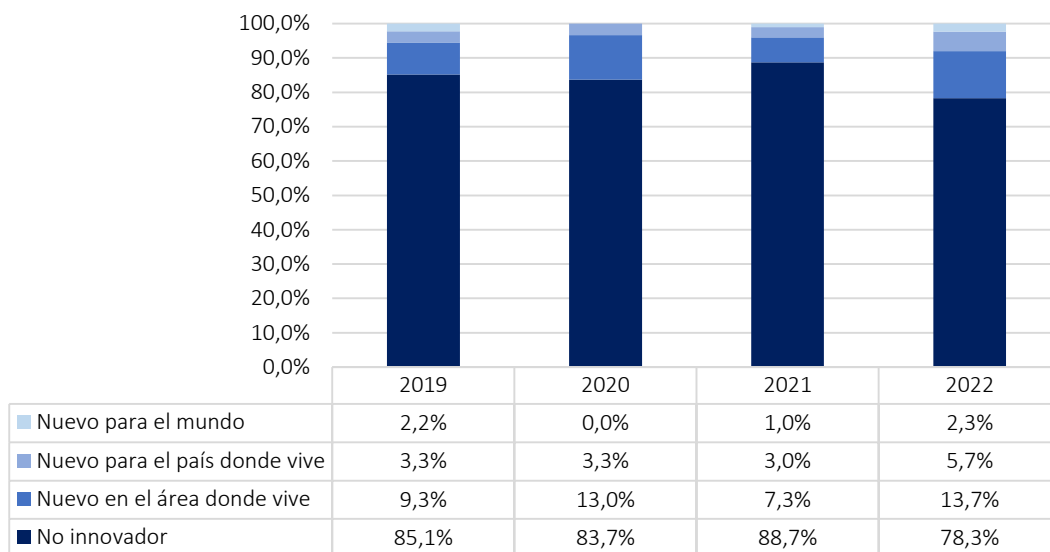
Las Figuras 3.11 y 3.12 replican los análisis anteriores, pero poniendo el foco en la innovación de proceso. Así, en el caso de las iniciativas en fase emprendedora, un 76,3 % no resulta innovadora en términos de proceso, mientras que un 16,9 % y un 3,4 % lo son para el área donde vive y para el país donde vive el emprendedor, respectivamente. En este caso, las iniciativas que resulten novedosas en términos de proceso para el mundo representan el 3,4 %, suponiendo un descenso si lo comparamos con el 6,2 % registrado en 2021.

Figura 3.11 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según el grado de innovación en el proceso utilizado (2019-2022)



La Figura 3.12, por su parte, recoge la información anterior para las empresas en fase consolidada. El 78,3 % de estas no resulta innovadora desde un punto de vista de proceso, un descenso notable si lo comparamos con el 88,7 % de 2021. El 13,7 % lo es en el ámbito donde vive, lo que constituye un aumento significativo en relación al 7,3 % de 2021, el 5,7 % en el país donde vive, de nuevo un ligero aumento frente a la cifra de 2021 (3 %) y el 2,3 % posee un alcance que se extiende al mundo, que también supone un incremento respecto de 2021 (1 %).

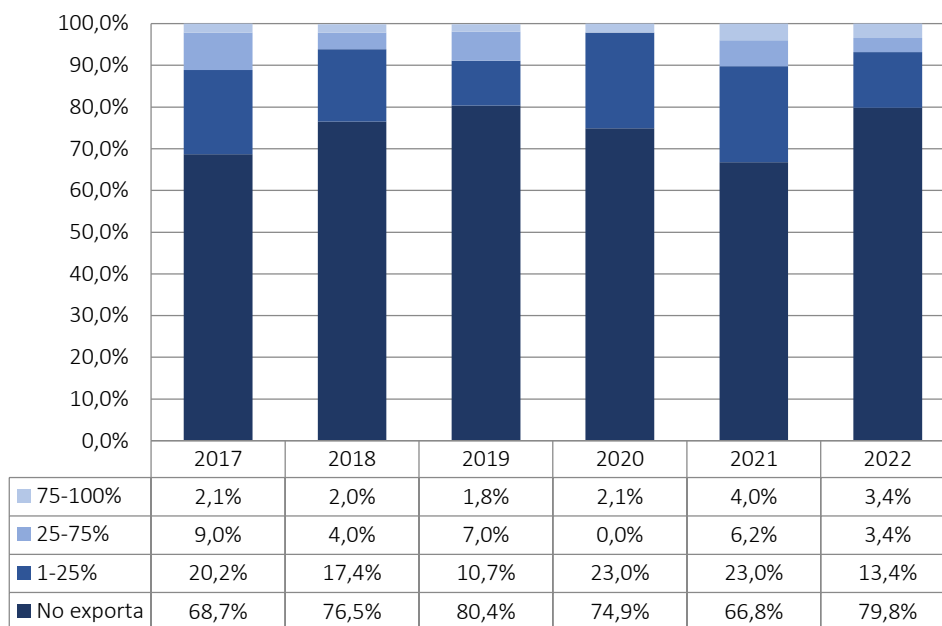
Figura 3.12 Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en el proceso utilizado (2019-2022)



3.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas

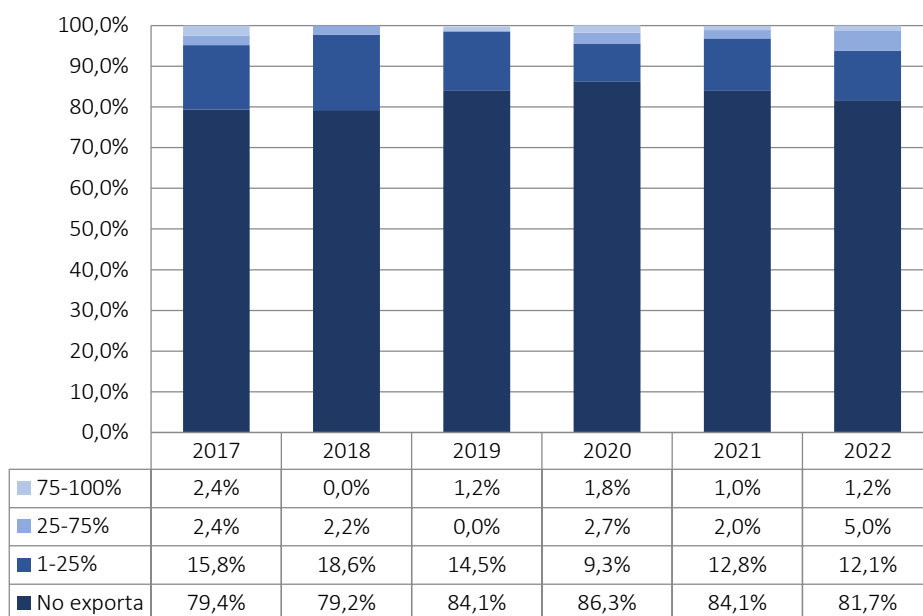
Las empresas pueden adoptar, tanto al comienzo de su existencia como a lo largo de la misma, la decisión estratégica de internacionalizarse, para abrirse a nuevos mercados y no depender únicamente del comportamiento del mercado nacional. En este sentido, este apartado analiza la intensidad exportadora de las iniciativas aragonesas en fase emprendedora entre 2017 y 2022 (Figura 3.13). En el último periodo, se observa un aumento en el porcentaje de iniciativas que no exporta, que aumenta desde el 66,8 % de 2021 al 79,8 % de 2022, recuperando, por tanto, el patrón observado con más frecuencia en los años previos. También experimenta un descenso notable el porcentaje de iniciativas que exporta entre el 1 y el 25 %, que pasa del 23 % en 2021 al 13,4 % de 2022. Los porcentajes de las que exportan entre el 25 y el 75 % y entre el 75 % y el 100 % también experimentan un ligero descenso en relación al 2021, pasando de 6,2 % y 4 % respectivamente a 3,4 % y 3,4 %.

Figura 3.13 Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2017-2022)



La Figura 3.14 replica el análisis anterior para las empresas consolidadas. En este caso las cifras son muy similares a las correspondientes a las iniciativas en fase emprendedora. Así, el porcentaje de las empresas consolidadas que no exporta asciende al 81,7 %, cifra ligeramente inferior a la de 2021. Entre las empresas que dicen exportar, la mayoría se sitúa en un rango de intensidad exportadora moderado (12,1 %), mientras que un 6,2 % de las empresas exportan más de un 25 % de sus ventas, cifra superior a la de 2021 (3 %).

Figura 3.14 Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal (2017-2022)



La Figura 3.15 completa la información contenida en las dos figuras anteriores. Más concretamente, muestra los porcentajes, tanto para iniciativas incipientes como empresas consolidadas, de aquellas que tienen clientes donde viven, en otros lugares del país o en el extranjero. Un primer aspecto que sobresale sobre los demás es que hay un predominio de iniciativas que poseen clientes donde viven (86,3 % para iniciativas incipientes frente a 94,2 % en las empresas consolidadas). Un 59,6 % de iniciativas incipientes posee clientes en otros lugares del país, mientras que este porcentaje aumenta al 63,3 % para empresas consolidadas. Finalmente, el 24,9 % de las iniciativas incipientes poseen clientes en el extranjero, frente al 23,3 % de las empresas consolidadas. El patrón que se observa para el 2022, aunque con pequeñas variaciones, no dista en lo sustancial del observado para el año 2021 en el análisis de esta dimensión.

Figura 3.15 *Porcentaje de iniciativas emprendedoras que tienen clientes en su mercado de procedencia, en otros lugares del país y en el extranjero (2020-2022)*

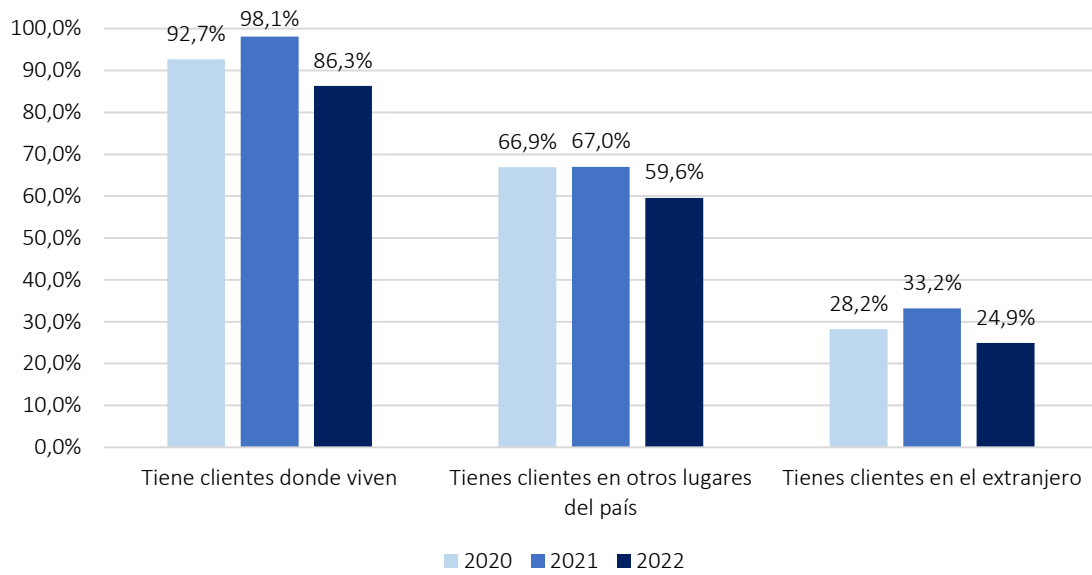
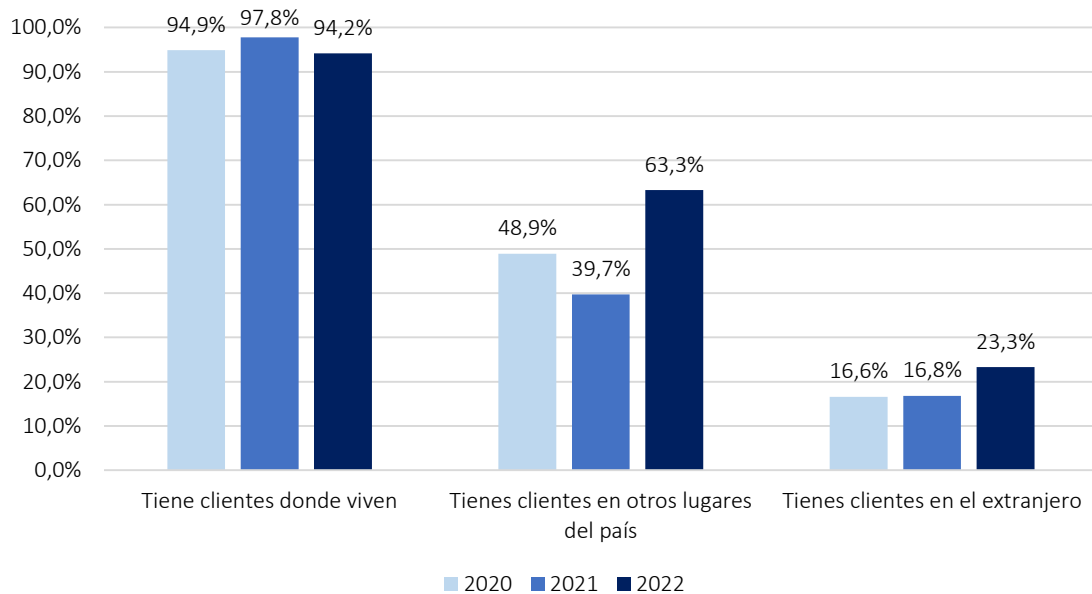


Figura 3.16 *Porcentaje de empresas consolidadas que tienen clientes en su mercado de procedencia, en otros lugares del país y en el extranjero (2020-2022)*



CAPÍTULO 4

PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR ARAGONÉS

4.1. Introducción

El presente capítulo va a analizar el perfil socioeconómico del emprendedor aragonés, detallando ese perfil en función del estado de desarrollo del proyecto empresarial: desde personas que valoran emprender en los próximos años hasta negocios más consolidados, pasando por iniciativas más incipientes. Además de dar información sobre el perfil socioeconómico en cada una de las etapas, también se analizará la evolución del mismo desde 2017 hasta 2022, para ver si existe algún patrón temporal relevante.

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

4.2. Distribución por edad

La edad de los emprendedores es una característica demográfica muy a tener en cuenta, ya que ofrece a los diseñadores de políticas públicas información sobre los colectivos de edad que tienen más opciones de crear nuevas empresas. La Tabla 4.1 muestra la edad media de las personas emprendedoras en Aragón desde el año 2017 hasta la actualidad. Como resulta previsible, la edad del emprendedor potencial es la más baja entre todos los tipos de emprendedor y se sitúa actualmente en 35,7 años, cifra no muy diferente de la observada en los tres últimos ejercicios. Esa media aumenta hasta los 39,5 años en el caso de los emprendedores nacientes y hasta los 40,1 años en los emprendedores nuevos. La media de estos dos últimos colectivos se sintetiza en el índice TEA, que se sitúa en 39,8 años, lo que supone una reducción paulatina a lo largo de los últimos años. Esa edad aumenta hasta los 52,2 años en las personas que tienen negocios consolidados, mientras que las personas que han abandonado su negocio en el último año presentan una media de edad de 42,2 años.

Las cifras anteriores muestran que cuanto mayor es el estado de consolidación de la iniciativa empresarial, mayor es la edad promedio de las personas emprendedoras que la gestionan. Es cierto que esta correlación no siempre se mantiene entre los

negocios nacientes y nuevos, pero también lo es que las diferencias entre estos son escasamente relevantes, tanto en lo que hace referencia a las diferencias de edad entre ambos grupos, como a las características y antigüedad de las empresas implicadas. Por lo que respecta a los abandonos, al incluir un perfil emprendedor más heterogéneo (desde algunos jóvenes que no han tenido éxito en sus primeras iniciativas a emprendedores consolidados que han alcanzado la edad de jubilación), la edad promedio de este grupo cambia bastante en los diferentes ejercicios analizados. Cabe, no obstante, destacar que esa edad promedio ha ido bajando desde el año 2019, donde era 10 años superior a la edad promedio de 2022. En cualquier caso, y más allá de las pequeñas variaciones comentadas, los patrones son consistentes a lo largo de todo el periodo temporal analizado.

Tabla 4.1 Edad media de los colectivos emprendedores en Aragón (2017-2022)

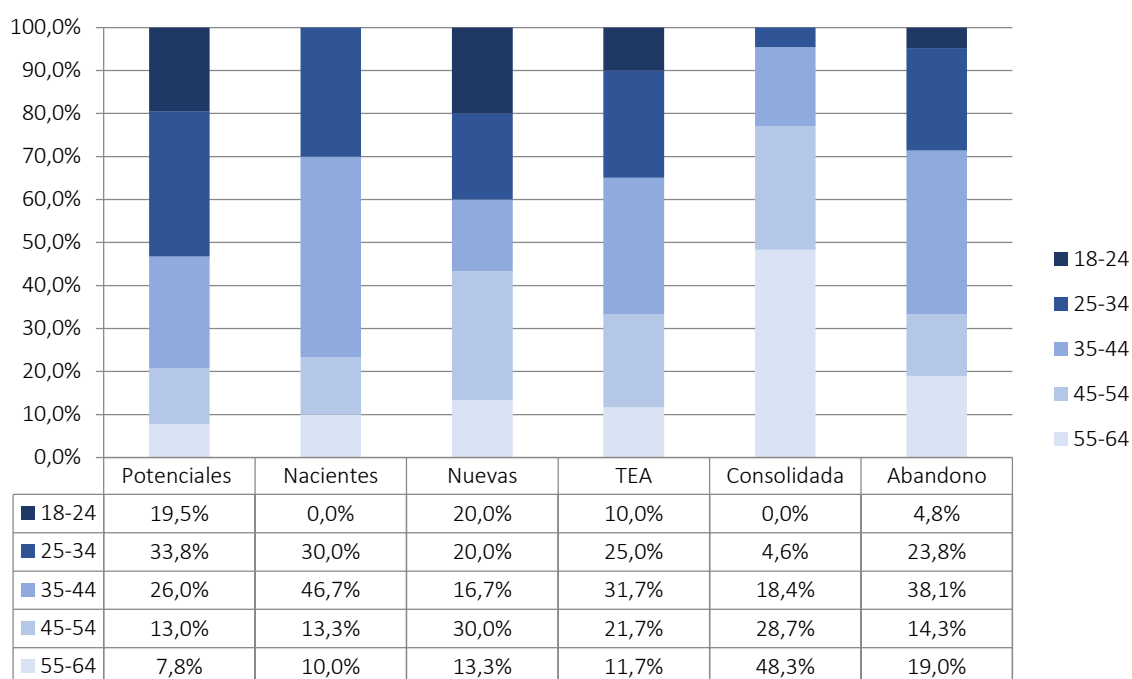
	Potencial	Naciente	Nuevo	TEA (Naciente + Nuevo)	Consolidado	Abandono
Edad, 2022	35,7	39,5	40,1	39,8	52,2	42,2
Edad, 2021	35,9	41,7	40,6	41,0	53,9	45,4
Edad, 2020	35,5	46,5	38,6	41,9	48,8	49,4
Edad, 2019	36,3	40,9	43,7	42,6	52,0	52,7
Edad, 2018	39,4	40,5	44,3	42,7	50,6	48,0
Edad, 2017	41,1	43,3	41,9	42,5	51,7	41,4

La Figura 4.1 completa la información proporcionada en la anterior tabla, ya que desagrega por franjas de edad a las personas en cada una de las etapas del proceso emprendedor. En el caso de los emprendedores potenciales, la franja más representativa es la de 25 a 34 años, y la que menos, la de aquellas personas que superan los 55 años. Este patrón tiene sentido, ya que conforme las personas se acercan a la edad de la jubilación, el espíritu emprendedor disminuye en la medida que entienden que tienen gran parte de su carrera laboral ya hecha. En el caso de los emprendedores nacientes, la franja más representativa es la que va de 35 a 44 años, seguida de la de 25 a 34 años, con una representación menor de las franjas de edad más avanzadas. En el caso de los emprendedores nuevos, la distribución es bastante uniforme a lo largo de todas las franjas de edad, con la excepción de la de mayor edad, que tiene un menor peso. Estos dos colectivos conforman el índice de actividad emprendedora TEA, que tiene una mayor representatividad en franjas de edad

intermedias, con una mayor predisposición a emprender que personas muy jóvenes y más mayores.

En el caso de las empresas consolidadas, las franjas de más edad son las que tienen mayor peso, mientras que existen pocos emprendedores consolidados con menos de 35 años, algo que entra dentro de la normalidad, ya que estos emprendedores consolidados deben tener, por definición, cierta trayectoria. Especialmente significativo resulta que casi la mitad de los emprendedores consolidados de la muestra se sitúen en la franja de más de 55 años. Finalmente, en relación a los abandonos que se han producido en el último año, existe una representación considerable de todas las franjas de edad, aunque las franjas intermedias son más numerosas.

Figura 4.1 Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Aragón, 2022



Para terminar con el análisis de la edad, la Tabla 4.2 muestra la evolución temporal del TEA por grupos de edad. Es decir, cómo el porcentaje de personas emprendedoras es distinto en función de la franja de edad analizada. Vemos como, a pesar de que el TEA promedio en Aragón se sitúa en el 5,0 % en el año 2022, existe una importante variabilidad entre las distintas franjas de edad. Como hemos comentado anteriormente, las franjas intermedias son las que tienen una mayor probabilidad de emprender, ya que entre 25 y 34 años el indicador alcanza el 7,3 %, mientras que en la

franja de 35 a 44 años se sitúa en el 6,8 %. Ambas están bastante por encima del resto de grupos de edad analizados.

Como puede observarse, la probabilidad de ser emprendedor aumenta con la edad hasta un cierto punto, momento a partir del cual esa probabilidad va disminuyendo. Las personas más jóvenes suelen tener más iniciativa, empuje y menos que perder, mientras que las más mayores suelen tener más experiencia, conocimientos y contactos. Ese equilibrio se suele alcanzar mejor en edades intermedias.

Tabla 4.2 Evolución del TEA por grupos de edad (2017-2022)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
18-24	1,6 %	2,4 %	2,4 %	3,1 %	3,2 %	4,5 %
25-34	2,7 %	6,9 %	8,0 %	3,3 %	6,6 %	7,3 %
35-44	5,8 %	2,9 %	3,3 %	6,8 %	4,8 %	6,8 %
45-54	4,7 %	2,9 %	6,3 %	3,3 %	3,6 %	4,2 %
55-64	2,0 %	6,6 %	3,9 %	3,1 %	3,1 %	2,6 %
TEA Total	3,8 %	4,8 %	4,9 %	4,2 %	4,1 %	5,0 %

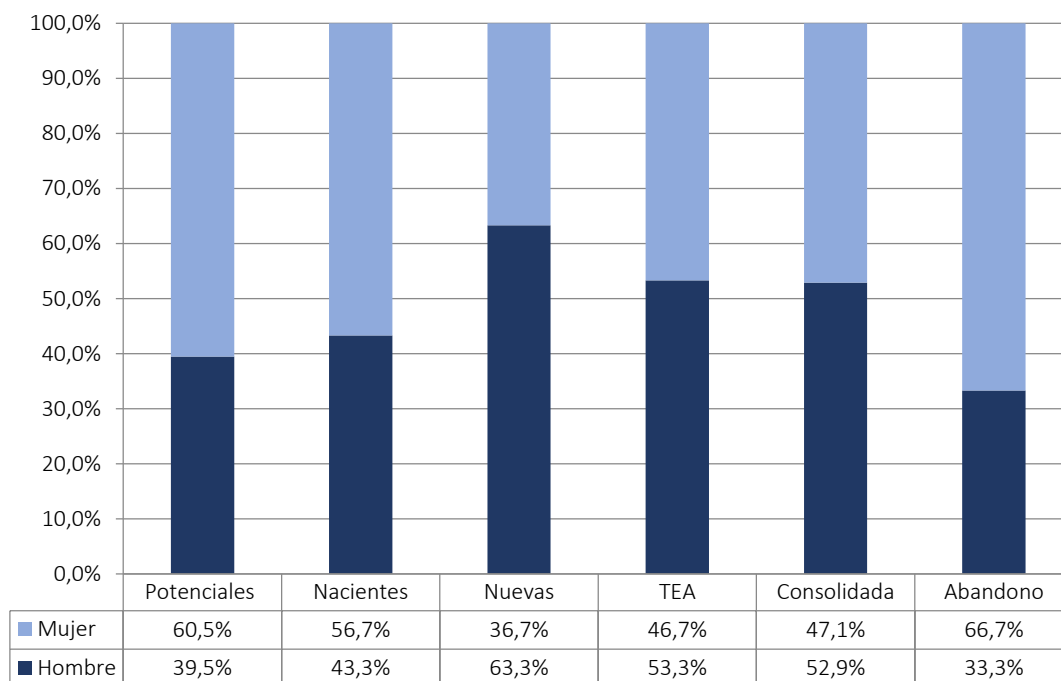
4.3. Sexo

Otra característica demográfica relevante es el sexo de la persona emprendedora. Esta información es muy valiosa a la hora de afrontar temas relacionados con la brecha de género en multitud de ámbitos de la sociedad. El emprendimiento no es ajeno a ello, ya que es uno de los ámbitos donde esa brecha puede resultar más relevante. Tradicionalmente, la investigación en emprendimiento ha detectado que los hombres emprenden con bastante mayor frecuencia que las mujeres, si bien las diferencias se han ido reduciendo con el paso del tiempo, al menos en los países más desarrollados. Por lo tanto, resulta relevante analizar cuál es la situación actual en la comunidad autónoma de Aragón para proponer, en su caso, soluciones de mejora en esta cuestión.

La Figura 4.2 muestra los porcentajes de hombres y mujeres en cada una de las etapas del proceso emprendedor. A diferencia de años anteriores, donde los hombres solían tener mayor representación en cada una de las etapas, en el año 2022 únicamente tienen una mayor presencia que las mujeres en etapas más consolidadas del proceso emprendedor. Así, las mujeres tienen una mayor representación en el emprendimiento potencial (60,5 % frente a 39,5 %) y naciente (56,7 % frente a 43,3 %), así como en los abandonos (66,7 % frente al 33,3 % de los hombres). Por su parte, los hombres tienen mayor presencia en el colectivo de emprendedores nuevos (63,3 %

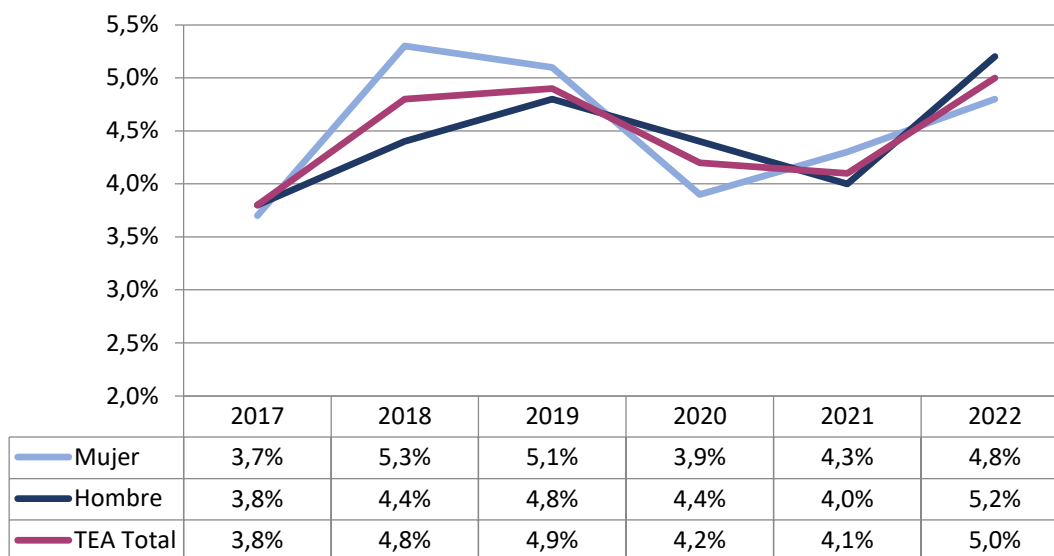
frente al 36,7 % de mujeres) y en el de consolidados (52,9 % frente a 47,1 %). Como es sabido, el TEA está conformado por los emprendedores nacientes y nuevos, lo que hace que la presencia de hombres sea ligeramente superior en este indicador.

Figura 4.2 Distribución por género de los colectivos emprendedores en Aragón, 2022



Finalmente, la Figura 4.3 se centra en analizar la evolución del TEA de mujeres y hombres en los últimos seis años. Tradicionalmente, la tasa de emprendimiento masculino ha estado por encima de la del emprendimiento femenino hasta 2017, momento en el que ambas tasas se igualan. En 2018 esa proporción incluso se invirtió y la tasa de emprendimiento femenino estuvo cerca de un punto porcentual por encima. En el año 2020 la tasa de emprendimiento masculina volvió a superar a la femenina, en 2021 la femenina se situó un 0,3 % por encima y en 2022 la masculina de nuevo vuelve a estar algo por encima. Más allá de estas pequeñas variaciones, debe destacarse que en el último lustro los niveles de emprendimiento masculino y femenino son similares en Aragón, lo que lleva a pensar que se trata de una tendencia consolidada, algo que todavía no ocurre en muchas regiones españolas (tampoco a nivel internacional).

Figura 4.3 Evolución del TEA masculino y femenino en Aragón (2017-2022)



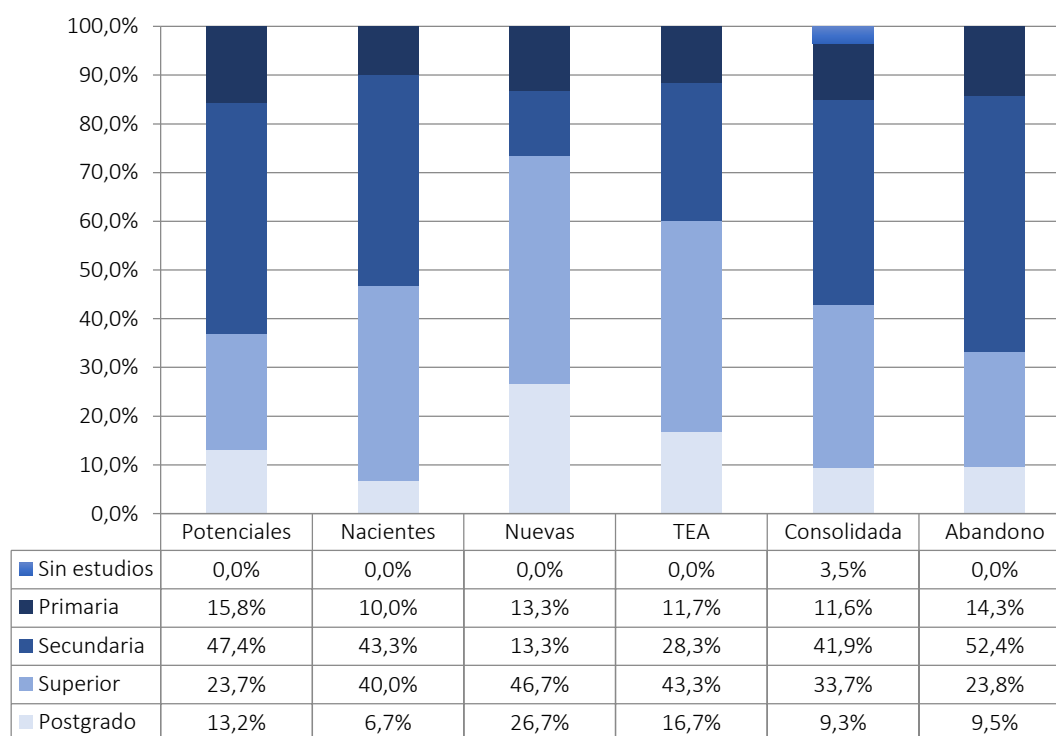
4.4. Nivel de estudios

El nivel de estudios alcanzado entre las personas que emprenden es un indicador relevante, ya que influye de manera muy importante en la calidad de las iniciativas emprendedoras. La investigación sobre emprendimiento ha mostrado que las personas con mayor nivel de estudios generan negocios de mayor valor añadido, con más posibilidades de tener un impacto positivo en la innovación de los nuevos productos o servicios, o en la creación de empleo.

La Figura 4.4 muestra la desagregación del nivel de estudios de cada uno de los colectivos del proceso emprendedor. En relación a los emprendedores potenciales, en torno al 84 % tienen al menos la educación secundaria, y casi el 37 % tienen educación universitaria. En el caso de los emprendedores nacientes, esos porcentajes cambian ligeramente, aunque el patrón es bastante parecido, ya que el 90 % de los encuestados tienen al menos educación secundaria y el 47 % tienen estudios universitarios. En las personas emprendedoras con negocios nuevos, el nivel de estudios alcanzando aumenta considerablemente, ya que más del 73 % tienen estudios universitarios y más del 26 % estudios de máster. En cuanto al TEA, dado que es una representación de los colectivos de emprendedores nacientes y nuevos, presenta un valor intermedio entre los dos. En los emprendedores consolidados el nivel educativo medio disminuye ligeramente, ya que aumenta la presencia de personas que no tienen educación

secundaria (en torno al 15 %) y disminuye la proporción de emprendedores con formación universitaria y de postgrado (únicamente el 43 % tiene formación universitaria y el 9,3 % formación de postgrado). Finalmente, la mayoría de los negocios que han abandonado en 2022 habían sido creados por emprendedores con formación secundaria y superior.

Figura 4.4 Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2022



La Tabla 4.3 refleja la evolución del TEA por nivel de estudios en el horizonte 2017-2022. Las diferencias que podemos observar son importantes. Cabe recordar que la tasa promedio de emprendimiento de la sociedad aragonesa es de un 5,0 % en 2022 y ésta suele aumentar sustancialmente entre los colectivos de mayor nivel de estudios. Esto se interpreta como una señal de que los emprendimientos que se han producido en el último año son susceptibles de tener un mayor valor añadido. Concretamente, no hay en la muestra ninguna persona que emprenda sin tener estudios, la tasa de emprendimiento aumenta hasta el 3,8 % para las personas con estudios de primaria, alcanza un 3,7 % en las que tiene educación secundaria, un 6,8 % para aquellas con educación superior y un 8,2 % en las que tienen estudios de posgrado. Esta distribución, como hemos explicado, es positiva en la medida en que exista una relación positiva entre valor añadido y nivel de estudios. Además, la observación de la Tabla 4.3 pone de

manifiesto que este patrón se mantiene relativamente estable durante estos últimos años.

Tabla 4.3 Evolución del TEA según nivel de estudios en Aragón (2017-2022)

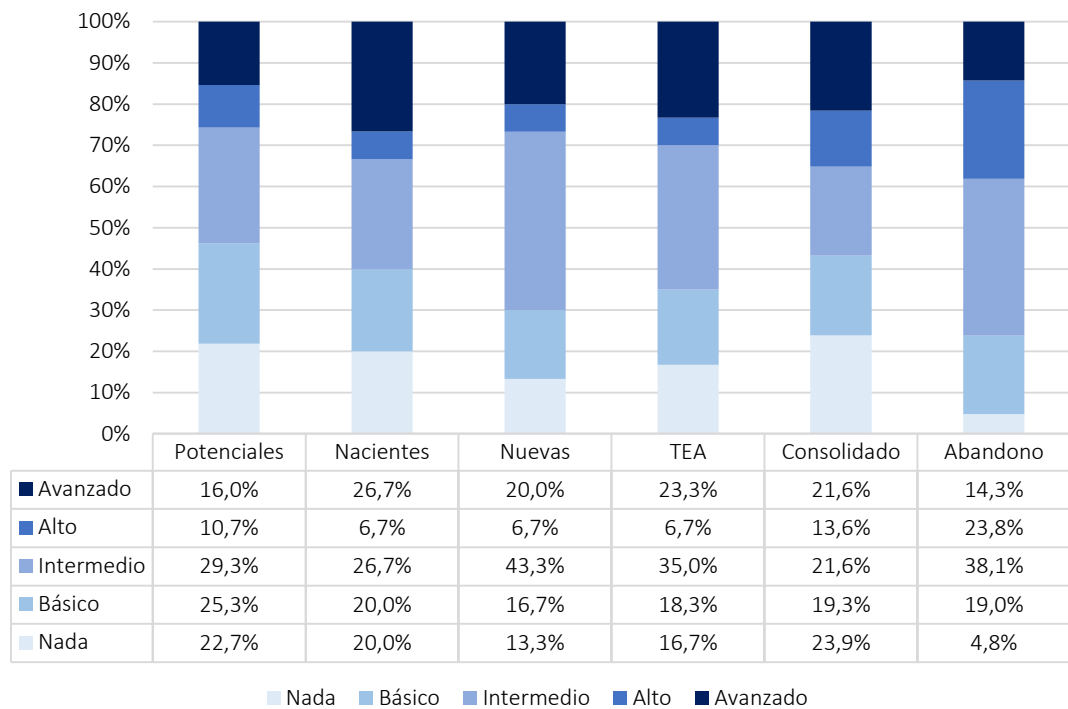
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Sin estudios	0,0 %	1,5 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Primaria	2,4 %	2,5 %	5,7 %	2,5 %	1,5 %	3,8 %
Secundaria	2,5 %	3,3 %	3,9 %	3,4 %	3,5 %	3,7 %
Superior	6,0 %	9,3 %	5,9 %	4,9 %	5,2 %	6,8 %
Postgrado	11,9 %	14,7 %	4,3 %	9,9 %	9,2 %	8,2 %
TEA Total	3,8 %	4,8 %	4,9 %	4,2 %	4,3 %	5,0 %

4.5. Posesión de formación específica para emprender

Es cierto que el sistema educativo puede dar unos conocimientos generales que hagan que los nuevos negocios creados tengan mayor valor añadido, como son conocimientos en ingeniería, ciencias, letras o artes. Sin embargo, esa formación puede venir completada por una formación específica en creación de empresas que, por lo general, únicamente tienen los estudiantes de materias relacionadas con la empresa. La Figura 4.5 muestra los porcentajes de personas emprendedoras que tienen formación en materia de emprendimiento en las diferentes etapas del proceso emprendedor, desde el emprendimiento potencial hasta el abandono. A diferencia de los años anteriores, desde el año 2021 el proyecto GEM no solo pregunta a las personas emprendedoras si han recibido o no formación en emprendimiento, sino que también se les pregunta sobre si esa formación ha sido básica, intermedia, alta o avanzada.

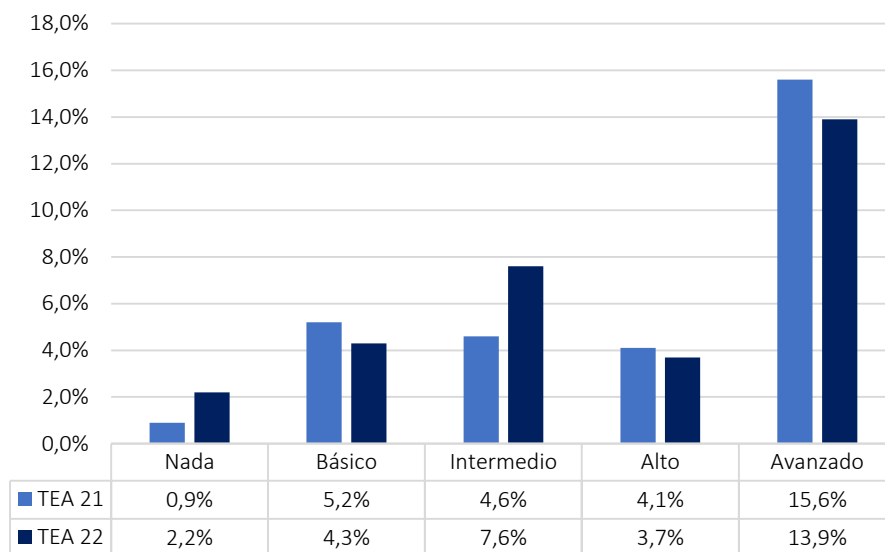
En la Figura 4.5 se puede apreciar que existe una cierta variabilidad de la formación recibida en función de la etapa del proceso emprendedor. Sin embargo, no existe un patrón claro que muestre que los emprendedores incipientes tengan un mayor nivel de formación en emprendimiento que los consolidados o viceversa. Sí que se puede apreciar que las personas que realmente emprenden, ya sean incipientes o consolidados, tienen una mayor formación en emprendimiento que los emprendedores potenciales. Además, también se puede mencionar que los niveles intermedios de formación son los más habituales entre todos los colectivos.

Figura 4.5 Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor en 2022



La Figura 4.6 muestra la evolución del indicador TEA en función del nivel de formación específica recibida en los dos últimos años. No existen variaciones muy importantes de un año para otro salvo en la categoría de formación intermedia, donde el TEA se ha incrementado en tres puntos porcentuales. En general, la figura refleja que el TEA aumenta considerablemente entre aquellas personas que han recibido formación avanzada en emprendimiento (15,6 % en 2021 y 13,9 % en 2022). Es importante destacar, en todo caso, que estos datos no permiten hablar de la existencia de una relación de causalidad entre ambas variables. Lo más probable que aquellas personas que tienen una intención emprendedora sean las más propensas a adquirir formación adicional en la materia, en la medida en que esta formación les será de utilidad en el desarrollo de sus negocios.

Figura 4.6 Nivel de emprendimiento en función del grado de formación específica en emprendimiento, comparativa 2021 y 2022

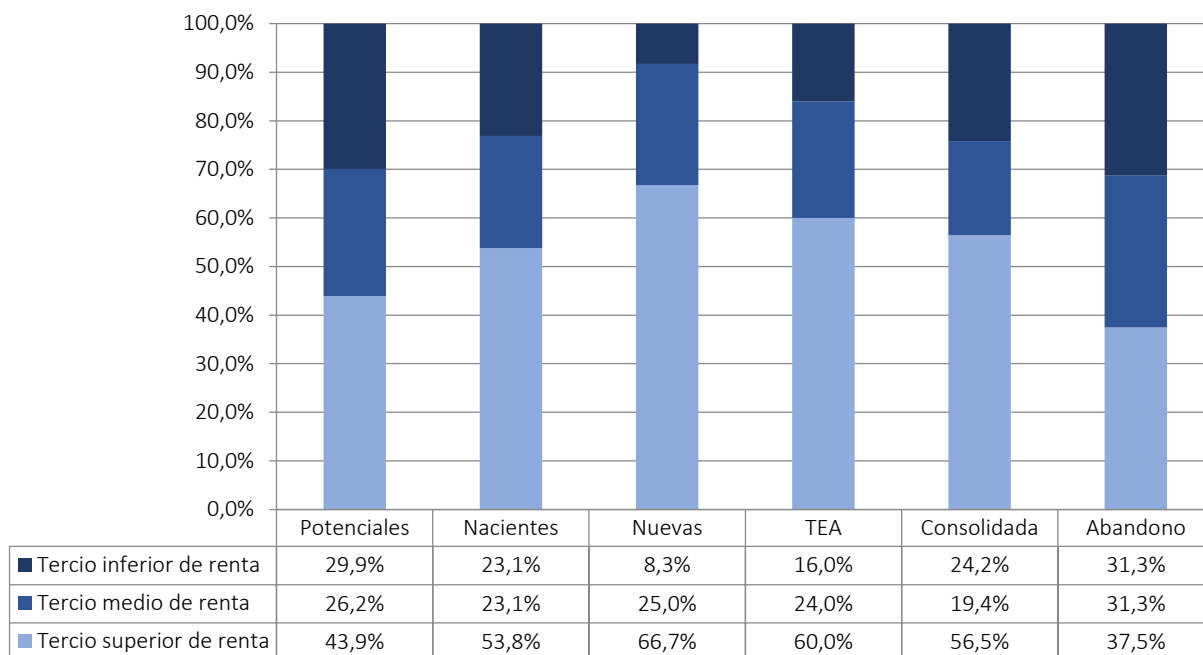


4.6. Nivel de renta

El nivel de renta es otra dimensión relevante en el perfil socioeconómico del emprendedor, ya que permite identificar qué clases sociales emprenden con más frecuencia. El proyecto GEM proporciona información sobre el nivel de renta medio, determinando si el nivel de renta de la persona encuestada se encuentra en el tercio inferior dentro de su población, en el tercio medio o en el tercio superior.

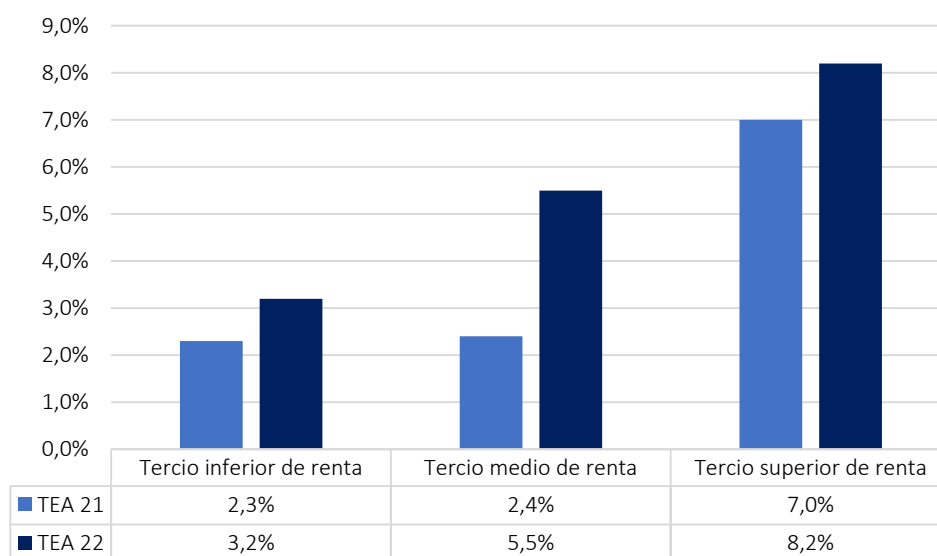
La Figura 4.7 muestra la presencia de los diferentes niveles de renta en cada uno de los colectivos del proceso emprendedor. Vemos como, por lo general, existe una presencia de todos los niveles de renta en todas las etapas del proceso emprendedor, aunque el tercio superior de renta es el más representativo en todas las categorías analizadas. Este dato muestra que las personas que están en el proceso emprendedor en Aragón tienen unos ingresos por encima de la media de la población. Únicamente existe una presencia equilibrada de los tres tercios de niveles de renta para el colectivo de las personas que han abandonado su negocio en el último año.

Figura 4.7 Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor en 2022



De manera complementaria a la figura anterior, la Figura 4.8 muestra las tasas de emprendimiento en los dos últimos años en función del nivel de renta. En ella se puede apreciar cómo un mayor nivel de renta está asociado a mayores tasas de emprendimiento. En el año 2022, en el tercio inferior de renta únicamente el 3,2 % de las personas están creando un nuevo negocio, mientras que ese dato aumenta hasta el 5,5 % para el tercio medio de renta y un 8,2 % para el tercio superior de renta.

Figura 4.8 Niveles de emprendimiento en función de la renta, comparativa 2021 y 2022



4.7. Situación laboral

La última de las características socioeconómicas analizadas es la situación laboral de las personas encuestadas, distinguiendo si tienen trabajo (parcial o a tiempo completo), si están jubiladas, si son estudiantes, si se dedican a tareas del hogar o están en el paro. Para empezar, podemos destacar que muchas de las categorías apenas están presentes en los diferentes colectivos emprendedores (Tabla 4.4). Por ejemplo, los estudiantes únicamente están representados entre los emprendedores potenciales. Esto indica que los estudiantes rara vez emprenden mientras están estudiando, pero algunos de ellos tienen la ambición de emprender una vez que acaben sus estudios. En el caso de las personas que están en paro, tienen representación únicamente en los potenciales (con un 9,8 %), en las empresas nacientes (10,7 %) y en los abandonos (9,5 %). Cabe destacar también que el trabajo a tiempo completo es la situación laboral más repetida en todas las etapas del proceso emprendedor, seguida del trabajo a tiempo parcial.

Tabla 4.4 Situación laboral según la fase del proceso emprendedor en 2022

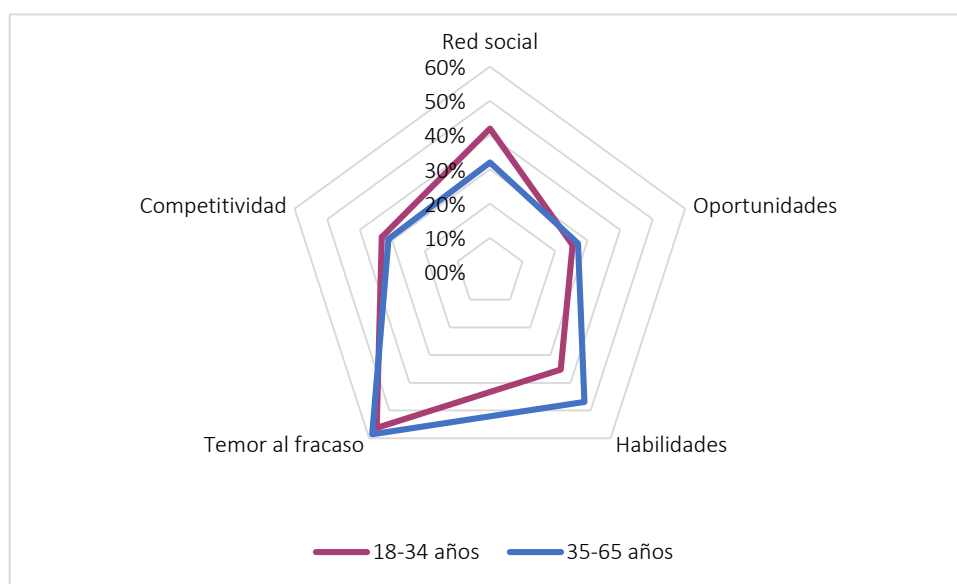
	Potenciales	Nacientes	Nuevas	TEA	Consolidada	Abandono
Tiempo completo	67,6 %	75,0 %	96,7 %	86,2 %	100,0 %	81,0 %
Tiempo parcial	10,0 %	10,7 %	3,3 %	6,9 %	0,0 %	4,8 %
Jubilación	5,3 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Labores del hogar	2,3 %	3,6 %	0,0 %	1,7 %	0,0 %	0,0 %
Estudiante	3,9 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
En paro/otra	9,8 %	10,7 %	0,0 %	5,2 %	0,0 %	9,5 %

4.8. El emprendimiento entre los jóvenes

España viene mostrando en los últimos años una dramática evolución de su tasa de desempleo juvenil: el 29,6 % a final del año 2022, lo que supone el valor más alto entre los países de la Unión Europea (donde la media es del 15,1 %). Si particularizamos para el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón, el desempleo entre los menores de 25 años se situó en un 20,53 %, cifra inferior al promedio nacional, aunque cinco puntos porcentuales por encima de la de los países de nuestro entorno. Además, la tasa de desempleo femenino es ligeramente superior a la masculina (un 21,8 % en las mujeres frente a un 19,7 % entre los varones).

La Figura 4.9 muestra los valores y actitudes de la población joven (menores de 35 años, en el contexto GEM) 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 ligeramente más negativos que los adultos (25,4 % frente al 27,1 %). Igualmente, son más negativos que los adultos en su percepción sobre la posesión de las habilidades para emprender (35,2 % vs 46,9 %), y la competitividad (33,2 % vs 31,2 %). Sin embargo, los jóvenes tienen una mejor percepción sobre la red social (41,9 % frente al 32 %) y sobre el temor al fracaso (56,3 % vs 58,6 %).

Figura 4.9 Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población joven y adulta



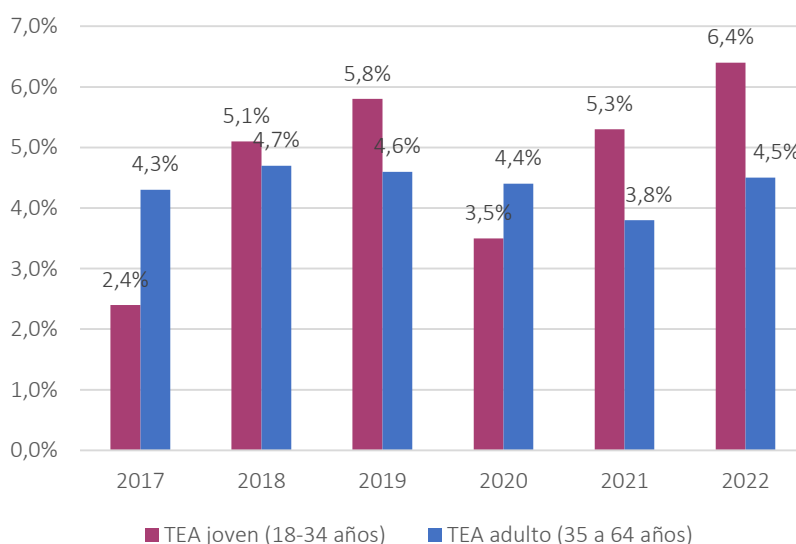
Una vez identificadas las percepciones sobre la actividad emprendedora de nuestros jóvenes, la siguiente cuestión es analizar cómo se materializan estas percepciones en la puesta en marcha de nuevos negocios. En la Tabla 4.5 se observa que la tasa de actividad emprendedora juvenil es, en Aragón, superior a la adulta en las iniciativas emprendedoras potenciales (12,3 % frente al 4,2 % de los adultos). También han sido los jóvenes los que han tenido, en 2022, un mayor protagonismo cuando se trata de iniciativas nacientes y nuevas (2,7 % frente al 2,4 % y 3,6 % frente al 2,1 %), lo que se traduce en un mayor TEA (6,3 %, solo un 4,5 %, en los adultos). Sin embargo, es inferior el emprendimiento consolidado entre los jóvenes (1,2 % frente al 9,6 %), así como la tasa de cierre (1,2 % vs 1,4 %)

Tabla 4.5 Porcentaje de población de entre 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2022

	Jóvenes	Adultos
Potenciales	12,3 %	4,2 %
Nacientes	2,7 %	2,4 %
Nuevos	3,6 %	2,1 %
Total emprendedores (TEA)	6,3 %	4,5 %
Consolidados	1,2 %	9,6 %
Cierres	1,2 %	1,4 %

Para concluir esta sección, la Figura 4.10 muestra la evolución en el tiempo de la tasa de actividad emprendedora, comparando entre jóvenes y adultos. En dicha figura podemos observar cómo el nivel de emprendimiento entre los adultos se ha mantenido algo más estable, mientras que en los jóvenes se observa una mayor variabilidad. Así, la tendencia en los jóvenes es creciente en el período 2017-2019, mientras que en 2020 se rompe esta tendencia, produciéndose una nueva caída que reduce la TEA en más de dos puntos, caída recuperada en 2022 con una subida de más de un punto respecto a 2021. En un momento de especiales dificultades como el actual, puede ser esencial que, tanto desde las Administraciones Públicas como desde la empresa privada, se diseñen los mecanismos necesarios para dar salida a las ideas de negocio de los más jóvenes, en la medida en que estos pueden constituir un pilar importante en la futura recuperación de la comunidad.

Figura 4.10 Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2017-2022)



4.9. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2022

La Tabla 4.9 presenta una síntesis del perfil socioeconómico de las personas emprendedoras en Aragón en 2022. Ese perfil es ligeramente distinto entre los diferentes colectivos analizados. A modo de ejemplo, el emprendedor potencial es claramente el más joven, mientras que el consolidado es el más mayor. El nivel educativo más habitual entre los consolidados es la educación secundaria, mientras que en los emprendedores nuevos predomina la educación superior, lo que puede indicar que las nuevas iniciativas empresariales tienen un mayor potencial económico. Estas diferencias y algunas otras aparecen reflejadas en la siguiente tabla resumen.

Tabla 4.6 Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2022

	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor incipiente (TEA)	Emprendedor consolidado	Emprendedor que ha abandonado
Edad	35,7 años	39,5 años	40,1 años	39,8 años	52,2 años	42,2 años
Género	H: 39 % M: 61 %	H: 43 % M: 57 %	H: 63 % M: 37 %	H: 53 % M: 47 %	H: 53 % M: 47 %	H: 33 % M: 67 %
Nivel de estudios predominante	Secundaria	Secundaria	Superior	Superior	Secundaria	Secundaria
Formación específica para emprender	Formación intermedia	Formación intermedia	Formación intermedia	Formación intermedia	Formación avanzada	Formación intermedia
Nivel de renta predominante	Tercio superior	Tercio superior	Tercio superior	Tercio superior	Tercio superior	Tercio superior
Situación laboral predominante	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo	Trabajo tiempo completo

CAPÍTULO 5

LA FINANCIACIÓN DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN ARAGÓN

5.1. Introducción

Una de las cuestiones más relevantes para el potencial emprendedor aragonés cuando se plantea materializar su idea en un negocio es el análisis de la financiación, ya que puede condicionar la puesta en marcha del mismo.

En este capítulo se analizan las características del capital semilla necesario para poner en marcha una empresa, el rol que juega el inversor informal en el proceso emprendedor y finalmente el perfil del inversor privado. En el ejercicio 2022 los datos reflejan cómo las necesidades de financiación media de las iniciativas incipientes en Aragón han disminuido respecto al año 2021. En cuanto al papel del inversor informal, éste sigue creciendo ligeramente en este ejercicio 2022 como fuente de apoyo al emprendimiento. Por su parte, son las mujeres en torno a los 45 años quienes de forma mayoritaria ejercen de inversor privado en negocios ajenos, incrementándose también el porcentaje cuando los financiadores tienen estudios superiores.

Por lo que respecta a los principales impulsores de estas iniciativas, la familia continúa siendo el principal respaldo financiero recibido por buena parte de los nuevos emprendedores. Sin embargo, es de destacar como la presencia de *business angels* no relacionados directamente con el emprendedor ha crecido notablemente en este último año 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 en el ejercicio 2022 se produce un descenso en cuanto al capital semilla necesario si tomamos como referencia la media, que pasa de 54.592 euros en el año 2021 a 48.254 euros en el año 2022.

La mediana es el valor de la inversión que utilizamos en este informe para ilustrar el tamaño de las iniciativas emprendedoras por su robustez ante valores extremos que pueden sesgar la información (al contrario de lo que ocurre con la media). Así, el valor de la mediana ha aumentado ligeramente, situándose en 2022 alrededor de 18.000 euros, lo cual pone de manifiesto un aumento del tamaño de las nuevas empresas creadas en nuestra comunidad. No obstante, esta cifra se mueve en el rango habitual

que se sitúa entre 10.000 y 20.000 euros. También la moda o inversión más frecuente crece de forma considerable en este año, pasando de 3.000€ en 2021 a 10.000€ en 2022.

La Tabla 5.2 muestra las características y distribución del capital semilla por género. En ella se observa como la inversión media en el caso de las mujeres, 78.451 euros es sensiblemente más alta que en los hombres 27.387 euros. Esta tendencia se mantiene cuando tomamos como referencia el valor de la mediana, el cual indica el mayor tamaño de las empresas lideradas por mujeres, 45.591 euros, frente a 11.428 euros en el caso de los hombres. El valor de la moda también pone de manifiesto cómo la inversión más frecuente es superior en el colectivo de mujeres: 50.000 euros, frente a 10.000 euros de los hombres.

Tabla 5.1 Características y distribución del capital semilla en 2022

	Capital semilla necesario por <i>start-up</i> (euros)	
	2022	2021
Media	48.254	54.592
Mediana	17.990	17.095
Moda	10.000	3.000
Desv. típica	73.762	14.523
Mínimo	100	123
Máximo	300.000	400.000

Tabla 5.2 Características y distribución del capital semilla por género

	Capital semilla necesario por <i>start-up</i> (euros)	
	Hombres	Mujeres
Media	27.387	78.451
Mediana	11.428	45.591
Moda	10.000	50.000
Desv. típica	26.849	108.000
Mínimo	3.500	100
Máximo	80.000	300.000

La Tabla 5.3 completa la información proporcionada en la tabla 5.2 al sintetizar las principales fuentes de financiación utilizadas por los emprendedores. Los datos muestran que son los ahorros personales y las instituciones financieras las más utilizadas, aunque, en el caso de los ahorros personales, el porcentaje cubierto por esta fuente de financiación ha sido considerablemente más bajo que en 2021 (82,3 %). La siguiente fuente de financiación son los ahorros de la familia (47 %), mientras que la

financiación proveniente de los amigos disminuye notablemente respecto al 2021 casi en un 22 %, siendo la fuente de financiación menos habitual el crowdfunding que se sitúa casi en un 20 %. En la categoría de “otros” es donde se alcanza el porcentaje más alto.

Al hacer el análisis por género se observa como los hombres utilizan más los ahorros personales, un 68,4 % frente al 59,3 % de las mujeres; sin embargo, las mujeres acuden a las instituciones financieras en mayor medida: un 57,3 %, frente al 54,5 % de los hombres. Las fuentes de financiación provenientes de ahorros de la familia (46,4 %), amigos (22,3 %) o crowdfunding (19,9 %) usadas por los hombres no son consideradas por las mujeres. Por su parte, la financiación a través de otros medios distintos es usada en su totalidad por mujeres.

Tabla 5.3 Fuentes de financiación utilizadas por los emprendedores en 2022

	% financiación (todos)	% financiación (hombres)	% financiación (mujeres)
Ahorros personales	65,6	68,4	59,3
Bancos u otra institución financiera	55,8	54,5	57,3
Ahorros de la familia	No especificada	46,4	No especificada
Amigos	22,3	22,3	No usada
Crowdfunding	19,9	19,9	No usada
Otros	85,1	No usada	85,1

*La tabla recoge, para aquellas personas emprendedoras que han utilizado una determinada fuente de financiación, el porcentaje de sus necesidades que se cubre con esa fuente

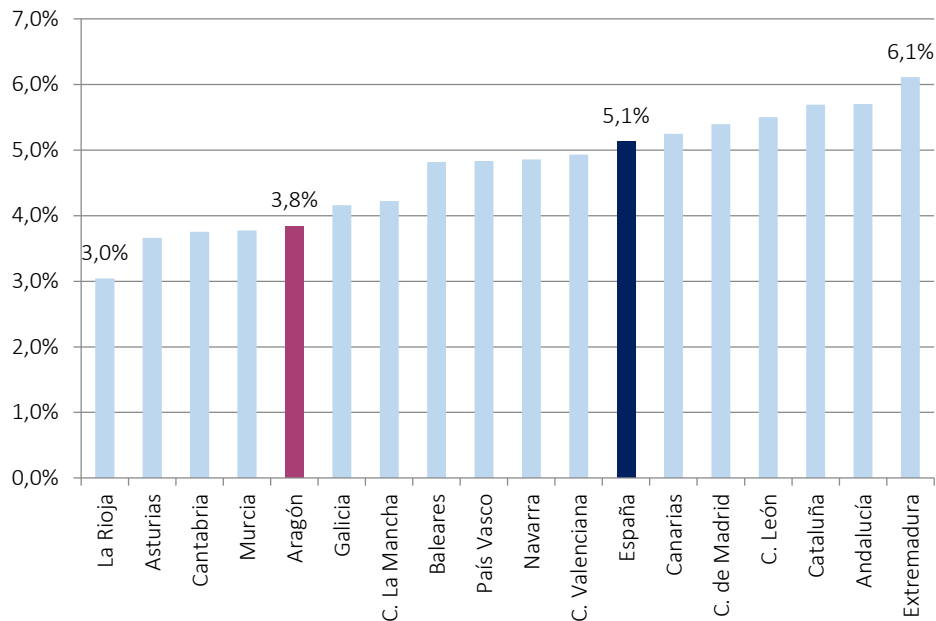
5.3. El papel del inversor informal en Aragón y en el entorno GEM

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 el año 2022 se mantiene la tendencia ligeramente creciente de esta figura que, sin embargo, sigue siendo poco habitual en el proceso emprendedor desde el punto de vista de la aportación de recursos financieros, en particular en la comunidad aragonesa.

En la Figura 5.1 se observa la importancia del inversor informal en cada una de las regiones españolas, que oscila entre el 3 % de la provincia de La Rioja y el 6,1 % de Extremadura. Nuestra Comunidad alcanza en 2022 el 3,8 %, cifra inferior a la media

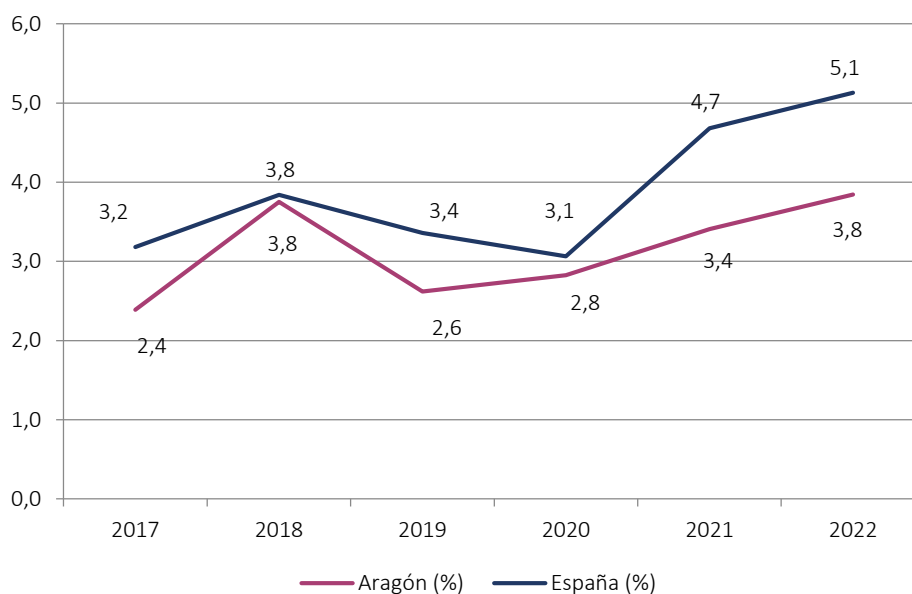
nacional y se sitúa en el grupo de regiones con menos participación de este tipo de agentes.

Figura 5.1 Importancia del inversor informal: regiones españolas



La Figura 5.2 nos muestra la evolución de la importancia del inversor informal para el periodo 2017-2022 y su comparación con el dato observado para España. Una primera cuestión que puede destacarse es que la cifra para España también experimenta un ligero repunte (5,1 %) en relación a los datos de 2021 (4,7 %). Un segundo aspecto es que, tal como se desprende de la serie analizada, la importancia del inversor informal de la Comunidad se sitúa de manera recurrente por debajo de la media nacional.

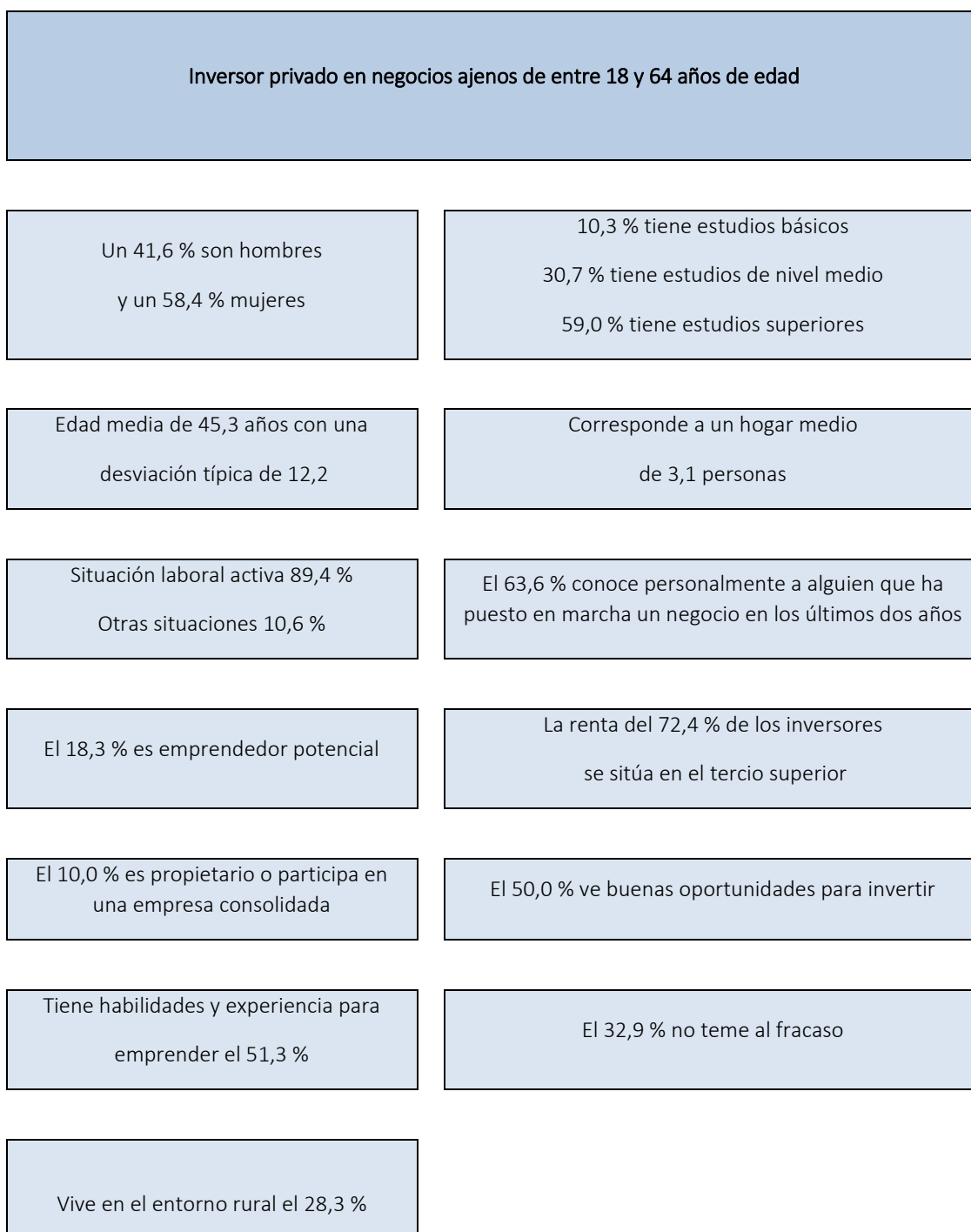
Figura 5.2 Importancia del inversor informal: evolución



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

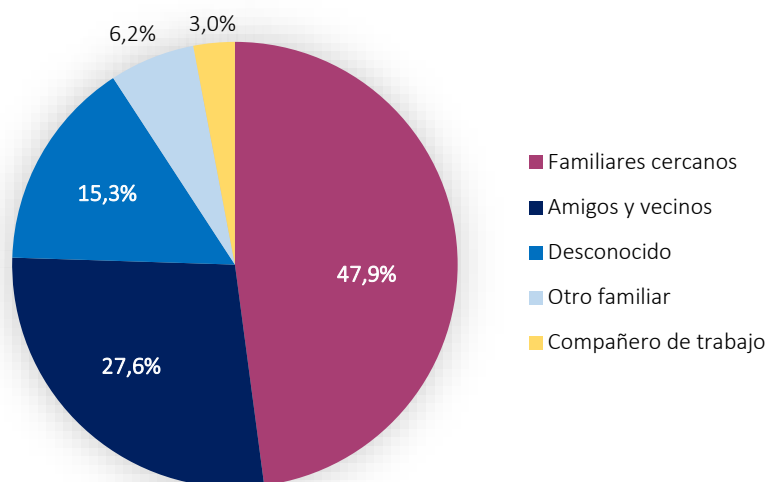
A continuación, se muestra un resumen de las principales características de los inversores privados en negocios ajenos (Tabla 5.4). En nuestra Comunidad, y cambiando la tendencia respecto al año 2021, el perfil de los inversores informales tiene sexo femenino (el 58,4 % son mujeres, frente al 41,6 % de los hombres). En relación al nivel educativo, un 59 % tiene estudios superiores y casi el 31 % estudios de nivel medio, siendo la edad promedio 45,3 años; este inversor vive en un hogar en el que residen 3,1 personas de media y un 28,3 % lo hace en un entorno rural. En cuanto a la situación laboral y de renta, un 89,4 % se encuentra en situación laboral activa, situándose la renta del 72,4 % de estos inversores en el tercio superior de la escala. Respecto a las relaciones con otros emprendedores el 63,3 % conoce personalmente a alguien que ha puesto en marcha un negocio en los últimos dos años y el 18,3 % es un emprendedor potencial. El 10 % es propietario o participa en una empresa consolidada y el 50 % percibe buenas oportunidades para invertir. En cuanto al perfil competencial, el 51,3 % considera que tiene habilidades y experiencia para emprender, mientras que el 32,9 % manifiesta no temer al fracaso.

Tabla 5.4 Características y distribución del capital semilla en 2022



La Figura 5.3 proporciona información sobre la relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión. Al igual que ocurría el año anterior, predomina la relación de tipo familiar, que se observa casi en el 48 % de los casos. El 28 % viene de amigos y vecinos y el 15 % de desconocidos, mientras que el 6 % proviene de otro familiar y el 3 % de compañeros de trabajo.

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



CAPÍTULO 6

APTITUDES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN ARAGONESA²

6.1. Introducción

La teoría económica clásica ha explicado que la decisión de emprender viene tomada de una manera totalmente racional por las personas. Sin embargo, desde otras disciplinas como la psicología o la sociología se defiende que las percepciones que tienen los individuos resultan muy relevantes para emprender un negocio, especialmente en un contexto donde las personas no tienen toda la información disponible y se dejan guiar precisamente por estas percepciones. Por esa razón, a lo largo de este capítulo se analizarán las percepciones que tiene la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender. Dichas percepciones aparecen desagregadas para el colectivo de personas involucradas en el proceso emprendedor (aquellas que están iniciando un nuevo negocio o ya son propietarias de negocios establecidos) y el colectivo de personas no involucradas (personas que no están relacionadas con ninguna actividad empresarial), y por el género de la persona encuestada. Además, de manera novedosa para el informe GEM Aragón de este año, se ha incluido el análisis de la percepción de la población aragonesa emprendedora sobre la dificultad de crear un negocio y sus expectativas de crecimiento. Dicho análisis viene desagregado por el nivel de desarrollo de la iniciativa empresarial (incipientes y consolidados) y por el género de la persona emprendedora.

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

La identificación de una oportunidad de negocio resulta de vital importancia para tomar la decisión de crear un negocio. Dicha identificación suele ser un paso previo a la

² La medición de las variables que aparecen en este capítulo sufrió un cambio sustancial en el informe GEM del año 2019. En ediciones anteriores, todas estas variables venían medidas con afirmaciones frente a las cuales los encuestados podían estar de acuerdo o en desacuerdo, haciendo que las respuestas fueran dicotómicas (0-1). Sin embargo, a partir de 2019, se cambia a una escala de Likert de 1 a 5 mediante la cual los encuestados muestran su grado de conformidad o disconformidad con las afirmaciones planteadas. Para el análisis de los porcentajes, el 1-2 de la escala de Likert lo asimilamos a no estar de acuerdo con la afirmación y el 4-5 lo asimilamos a estar de acuerdo. Ello nos permite seguir haciendo el análisis de la evolución, aunque con la prudencia que exige estar haciéndolo con mediciones distintas.

entrada en el proceso emprendedor. Por este motivo, el proyecto GEM pregunta a los individuos sobre su percepción sobre la existencia de oportunidades de negocio en los próximos seis meses. En la Tabla 6.1. se puede ver cómo el 26,7 % de la población aragonesa percibe que existirán buenas oportunidades para emprender en un futuro próximo, un porcentaje que disminuye ligeramente para la población involucrada hasta 25,6 % y que aumenta hasta el 26,9 % en el caso de la no involucrada. En este caso, la población involucrada en el proceso emprendedor es más negativa que la población general en relación a la percepción de oportunidades de negocio, un resultado distinto al que se suele obtener en otras ediciones de este informe, aunque las diferencias no son especialmente importantes.

Para tomar la decisión de emprender también resulta muy importante que la persona sienta que posee los conocimientos y habilidades necesarios para crear una empresa. Para que una persona inicie un negocio, no solo es importante que esté objetivamente preparada para hacerlo sino, sobre todo, que esa persona considere que lo está. Puede ocurrir que una persona no esté objetivamente en condiciones de crear una empresa, pero sí se vea capacitada, lo que influirá en su decisión final. Por este motivo, la encuesta GEM pregunta a las personas si perciben que poseen los conocimientos y habilidades para emprender. El 43,7 % de la población cree que tiene esas habilidades, un porcentaje que aumenta hasta 73,9 % en el caso de las personas que están involucradas en el proceso emprendedor y se reduce al 39,2 % para las no involucradas. Esa diferencia de casi 35 puntos porcentuales sugiere que puede tratarse de un factor esencial para tomar la decisión de crear un nuevo negocio. Este dato va en consonancia con algunas de las características que se han mencionado en el capítulo 4 de este informe, donde se aprecia que las personas que han recibido formación específica en emprendimiento tienen muchas más opciones de emprender que las que no la han recibido.

La incertidumbre es algo consustancial a la actividad emprendedora porque los resultados positivos no están garantizados por mucho que el equipo trabaje duro. Por ello, otra percepción muy importante para explicar la creación de una empresa es el miedo al fracaso. En este caso, la investigación sobre emprendimiento ha mostrado que es uno de los principales factores inhibidores de la decisión de emprender. Cuando se pregunta a la población aragonesa por el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender, más de la mitad (el 57,9 %) considera que ese miedo al fracaso es un importante obstáculo. Sin embargo, ese porcentaje disminuye hasta el 46,2 % en la población involucrada, mientras que para la población no involucrada en el proceso emprendedor aumenta hasta el 59,6 %. Existe, por lo tanto, una diferencia de 13 puntos

porcentuales entre ambos colectivos. Precisamente, las personas que emprenden suelen ser aquellas que son capaces de superar ese miedo al fracaso.

Para terminar, el proyecto GEM también pregunta a los encuestados si conocen a otras personas que han emprendido recientemente. Ese conocimiento resulta de vital importancia en el proceso emprendedor, ya que las personas que emprenden necesitan a menudo la ayuda de terceros para llevar a cabo las actividades inherentes al negocio. Por ese motivo, es importante conocer a otras personas que estén en la misma situación, para que les den consejo o les apoyen en diferentes cuestiones relacionadas con la creación de una empresa. En la población aragonesa, únicamente el 34,8 % conoce a una persona que ha emprendido recientemente. Sin embargo, ese porcentaje aumenta hasta el 43,4 % en la población involucrada y disminuye hasta el 33,5 % en la que no lo está. Esos 10 puntos porcentuales de diferencia muestran que conocer a otras personas emprendedoras resulta muy importante para la creación de un negocio.

Tabla 6.1 Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender en 2022

	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	25,6 %	26,9 %	26,7 %
Percibe que posee los conocimientos y habilidades para emprender	73,9 %	39,2 %	43,7 %
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	46,2 %	59,6 %	57,9 %
Percibe que conoce a otras personas que han emprendido recientemente	43,4 %	33,5 %	34,8 %

Una vez analizadas las percepciones de la población aragonesa el año 2022, la Tabla 6.2 muestra la evolución de las mismas a lo largo de los últimos 6 años. En el caso de la percepción de oportunidades para emprender, vemos como existe una disminución de 4 puntos porcentuales con respecto al año 2021, donde se había producido un importante efecto rebote después de la pandemia. Se puede observar que, entre 2019 y 2020, este indicador había bajado del 35,3 % al 16,8 %, y que la percepción de que existen buenas oportunidades de mercado se recuperó, hasta alcanzar el 30,7 %. Para el año 2022 ese indicador vuelve a bajar hasta el 26,7 %, que se

sitúa ligeramente por debajo de la media del horizonte temporal analizado. La confianza en la existencia de buenas oportunidades de mercado no es especialmente optimista.

En relación con la percepción de poseer los conocimientos y habilidades para emprender, se ha producido una disminución de cinco puntos porcentuales en el último año, que sigue la tendencia de descenso iniciada en 2021. Es el dato más bajo desde el año 2017, lo que no es una noticia positiva porque percibir que tienes los conocimientos y habilidades para emprender resulta muy importante para tomar la decisión de crear una empresa. En el caso del miedo al fracaso, se ha producido un pequeño descenso hasta el 57,9 %, que sigue con la tendencia a la baja marcada en el año anterior. En general, este descenso es una noticia que debe entenderse positivamente. Sin embargo, cabe destacar que el miedo al fracaso sigue siendo un inhibidor importante de la creación de una nueva empresa y que la cifra sigue siendo alta si la comparamos con los primeros años del horizonte temporal analizado. Finalmente, el dato de conocimiento de otras personas que han emprendido recientemente sufre un ligero descenso en el último año, hasta 34,8 %, lo cual no resulta positivo porque conocer a otros emprendedores resulta importante para tomar la decisión de crear una empresa. Cabe destacar que es un dato que ha ido bajando de manera paulatina desde el año 2019, donde marcó el tope con más de un 40 %.

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

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses	30,9 %	26,1 %	35,3 %	16,8 %	30,7 %	26,7 %
Percibe que posee los conocimientos y habilidades para emprender	40,8 %	48,1 %	48,9 %	53,2 %	48,2 %	43,7 %
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	42,3 %	42,3 %	54,1 %	61,4 %	58,4 %	57,9 %
Percibe que conoce a otras personas que han emprendido recientemente	30,9 %	30,9 %	40,6 %	36,4 %	37,7 %	34,8 %

En los últimos años, el informe GEM presenta las diferencias que existen en las percepciones anteriores en función del género. Como hemos explicado, de manera general la investigación en emprendimiento ha mostrado cómo los hombres suelen tener un comportamiento más emprendedor que las mujeres (aunque ya hemos visto que no es el caso de la población aragonesa en los últimos años), por lo que el análisis de las percepciones de los dos colectivos puede ayudarnos a explicar estas diferencias.

En relación al indicador de la existencia de oportunidades para emprender (Tabla 6.3), el porcentaje de hombres que considera que habrá buenas oportunidades es ligeramente superior en la población general (27,2 % frente a 26,5 %) pero considerablemente inferior en la población involucrada en el proceso emprendedor (21,7 % frente al 30,4 %).

En lo que concierne a la percepción de poseer las habilidades y los conocimientos necesarios para emprender, el patrón que encontramos resulta similar, ya que mientras que los hombres perciben que tienen mejores conocimientos y habilidades para emprender para la población general, esa tendencia se invierte y son las mujeres involucradas en el proceso emprendedor las que perciben que tienen mejores habilidades que los hombres (77,3 % frente al 71,1 %).

Sin embargo, en el caso del indicador de miedo al fracaso no se aprecian diferencias entre ambos sexos, ya que tanto para la población involucrada en el proceso emprendedor como para la que no lo está, los datos en mujeres y hombres resultan prácticamente idénticos.

Finalmente, en el conocimiento de otras personas que han emprendido recientemente, de nuevo observamos el patrón de los dos primeros indicadores. Son los hombres los que llevan una cierta ventaja a las mujeres en la población general (36,6 % frente al 30,4 %), pero ese porcentaje se invierte para el caso de la población involucrada, donde son las mujeres las que tienen un dato considerablemente mejor (49,3 % de conocimiento de otras personas frente al 38,2 % de los hombres).

Tabla 6.3 Percepción de la población aragonesa sobre sus valores y aptitudes para emprender desde la perspectiva de género en 2022

	Involucrada en el proceso de emprender			No involucrada en el proceso de emprender		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Percibe que existen oportunidades para emprender en los próximos seis meses	21,7 %	30,4 %	25,6 %	27,2 %	26,5 %	26,9 %
Percibe que posee los conocimientos y habilidades para emprender	71,1 %	77,3 %	73,9 %	42,3 %	36,0 %	39,2 %
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	46,2 %	46,3 %	46,2 %	59,7 %	59,5 %	59,6 %
Percibe que conoce a otras personas que han emprendido recientemente	38,2 %	49,3 %	43,4 %	36,6 %	30,4 %	33,5 %

6.3. Percepción de la población aragonesa emprendedora sobre la dificultad de crear un negocio y sus expectativas de crecimiento

En la edición del informe de este año se añade un apartado sobre la percepción que tiene la población aragonesa emprendedora en relación a la dificultad de crear un negocio y sus expectativas de crecimiento. Esa dificultad o expectativas de crecimiento pueden ser difícilmente comparables entre individuos, por lo que el proyecto GEM mide esta cuestión comparando dichas percepciones con el año anterior, para ver cómo está siendo ese cambio y ver cuál es la tendencia.

La Tabla 6.4 presenta la percepción de la población sobre la dificultad de crear un negocio en 2022, diferenciando por la etapa de desarrollo del negocio. Así, se presenta el dato para los emprendedores en etapas incipientes (TEA, siguiendo la denominación del proyecto GEM) y para emprendedores consolidados. Existen cinco categorías de respuesta que van, de una forma gradual, desde aquellos que creen que en el año 2022 resulta mucho más fácil crear un negocio que el año anterior, hasta aquellos que ven que el proceso de creación de una empresa se ha complicado bastante. En primer lugar, vemos cómo ambos colectivos creen que la creación de un negocio está siendo más complicada en el año 2022 (hasta un 55,9 % de los emprendedores incipientes y un 52,4 % de los emprendedores consolidados lo piensan). En segundo lugar, podemos destacar que el patrón para emprendedores consolidados e incipientes resulta bastante parecido dado que las categorías más mencionadas son las que arrojan mayor dificultad para crear un negocio, seguida de aquella que muestra una dificultad similar, para terminar con aquellas que creen que en el año 2022 el proceso de creación de una empresa está siendo más fácil. Sin embargo, sí que parece que los emprendedores consolidados son algo más optimistas que los emprendedores incipientes dado que si vamos a las categorías de mayor facilidad para crear una empresa, se observa un porcentaje algo mayor (21,4 % los consolidados frente al 17 % de los emprendedores TEA).

Tabla 6.4 Percepción de la población aragonesa sobre la dificultad de crear un negocio en 2022 según el grado de madurez de la actividad económica

Dificultad de crear un negocio en comparación al año anterior	TEA	Consolidados
Mucho más fácil que hace un año	11,9 %	13,1 %
Algo más fácil que hace un año	5,1 %	8,3 %
Igual de dificultad	27,1 %	26,2 %
Algo más difícil que hace un año	35,6 %	25,0 %
Mucho más difícil que hace un año	20,3 %	27,4 %

Al igual que se ha realizado en el apartado anterior, la Tabla 6.5 presenta las diferencias por género en los emprendedores incipientes. Se observa cómo el patrón descrito anteriormente es parecido para los dos géneros, aunque en este caso los hombres son bastante más optimistas que las mujeres en relación a la facilidad de crear un negocio (25,1 % de hombres creen que es mucho o algo más fácil que hace un año mientras que ese porcentaje disminuye hasta el 7,4 % para las mujeres).

Tabla 6.5 Percepción de la población aragonesa sobre la dificultad de crear un negocio en 2022 por género (TEA)

Dificultad de crear un negocio en comparación al año anterior (TEA)	Total	Hombre	Mujer
Mucho más fácil que hace un año	11,9 %	18,8 %	3,7 %
Algo más fácil que hace un año	5,1 %	6,3 %	3,7 %
Igual de dificultad	27,1 %	21,9 %	33,3 %
Algo más difícil que hace un año	35,6 %	31,3 %	40,7 %
Mucho más difícil que hace un año	20,3 %	21,9 %	18,5 %

La otra percepción que se analiza en este apartado es la que valora los cambios en las expectativas de crecimiento de su negocio en 2022. De nuevo se puede apreciar cómo los emprendedores consideran que la situación es algo peor que hace un año para hacer crecer su negocio (48,2 % de los emprendedores incipientes y 38,6 % de los consolidados lo piensan). Por el contrario, son pocos los que tienen unas expectativas de crecimiento mayores (22,4 % de incipientes y 22,9 % de consolidados). Si comparamos ambos colectivos, los emprendedores incipientes vuelven de nuevo a ser algo más pesimistas.

Tabla 6.6 Percepción de la población aragonesa sobre las expectativas de crecimiento de su negocio en 2022 según el grado de madurez de la actividad económica

Expectativas de crecimiento de su negocio en comparación al año anterior	TEA	Consolidados
Mucho mayores	5,2 %	7,2 %
Algo mayores	17,2 %	15,7 %
Parecidas a hace un año	29,3 %	38,6 %
Algo menores	31,0 %	25,3 %
Mucho menores	17,2 %	13,3 %

En relación a la comparación por géneros, la Tabla 6.7 presenta la percepción de la población aragonesa involucrada en iniciativas emprendedoras (TEA) sobre las expectativas de crecimiento de su negocio por género. Como se puede apreciar, el comportamiento de hombre y mujeres es muy similar.

Tabla 6.7 Percepción de la población aragonesa sobre las expectativas de crecimiento de su negocio en 2022 por género (TEA)

Expectativas de crecimiento de su negocio en comparación al año anterior (TEA)	Total	Hombre	Mujer
Mucho mayores	5,2 %	9,7 %	0,0 %
Algo mayores	17,2 %	12,9 %	17,2 %
Parecidas a hace un año	29,3 %	29,0 %	29,3 %
Algo menores	31,0 %	32,3 %	29,6 %
Mucho menores	17,2 %	16,1 %	18,5 %

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

Una manera de valorar la magnitud de las percepciones relacionadas con la creación de una empresa es representar la situación relativa de Aragón con respecto a otras comunidades autónomas. La Figura 6.1 muestra dicha información. El color verde representa a Aragón y el rojo la media de España.

En lo relativo a la percepción de existencia de oportunidades de negocio, Aragón está en una buena situación (26,7 %), un par de puntos porcentuales por encima de la media española (24,7 %). Canarias marca el valor más alto de todas las regiones (29,7 %) seguido de comunidades como Andalucía, Islas Baleares, la Comunidad Valenciana o Madrid. En el lado opuesto encontramos a Castilla y León (17,5 %), seguido de Cantabria, La Rioja o Asturias.

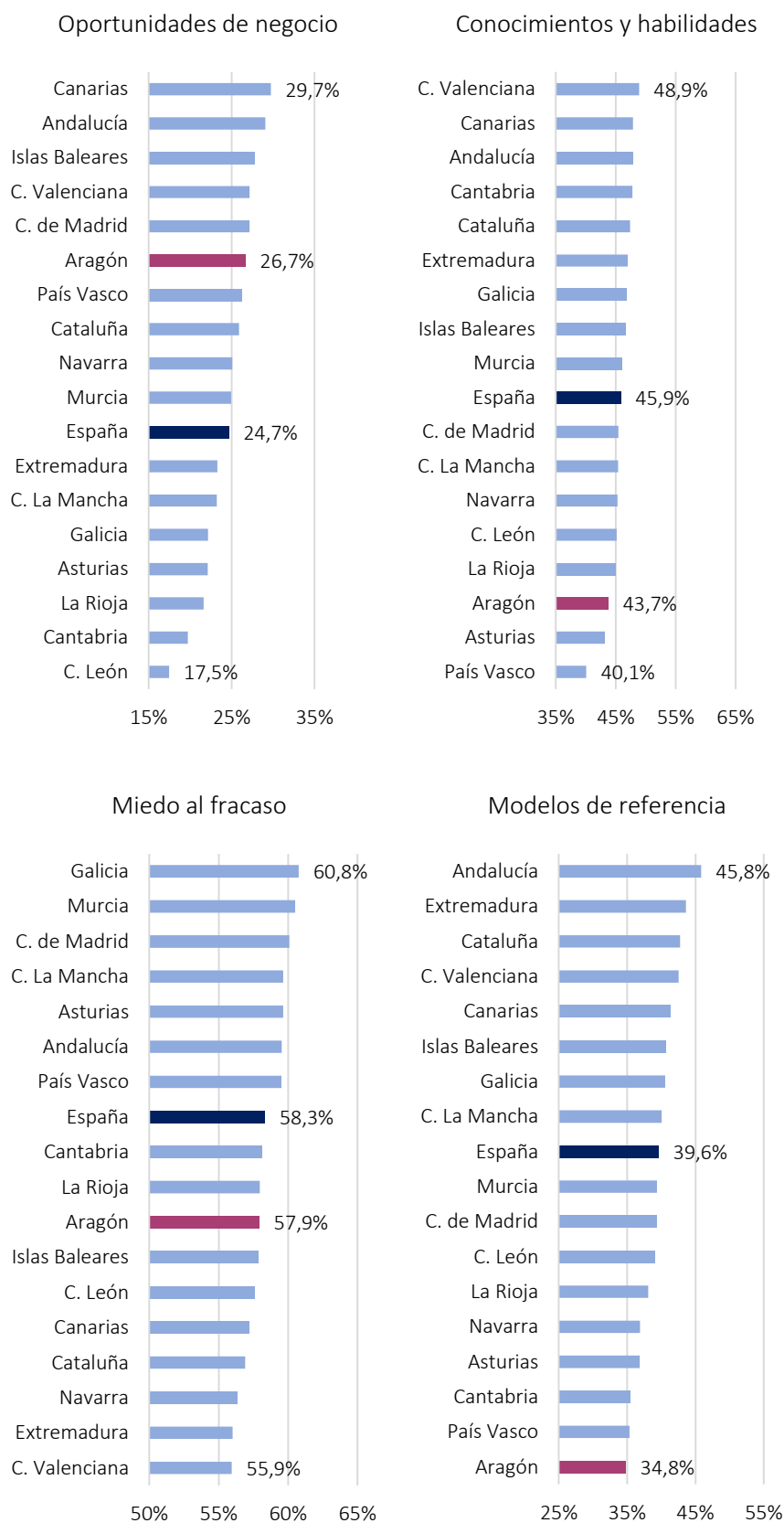
En lo que hace referencia a la percepción de tener los conocimientos y habilidades necesarias para emprender, Aragón se encuentra en la parte baja, con un 43,7 % de personas que responden afirmativamente a esta pregunta, mientras que la media española está en el 45,9 %. A la cabeza de este indicador se sitúa la Comunidad Valenciana con un 48,9 %, seguida de Canarias y Andalucía. En el lado opuesto encontramos al País Vasco con únicamente un 40,1 % de personas que perciben que tienen los conocimientos y habilidades necesarias para crear una empresa, seguida de Asturias y la propia Aragón.

En cuanto a la valoración de la población sobre el miedo al fracaso como obstáculo para emprender, Aragón se encuentra muy cerca de la media española (tiene un 57,9 % mientras que la media es un poco superior, con un 58,3 %). Las regiones con mayor miedo al fracaso (que recordemos que resulta perjudicial para la creación de una empresa) son Galicia (que marca el tope con un 60,8 %) seguida de Murcia y de Madrid. En la parte inferior, las regiones con menor miedo al fracaso son la Comunidad Valenciana con un 55,9 %, seguida de Extremadura y de Navarra.

Finalmente, en relación a los modelos de referencia (el porcentaje de personas que conocen a otras personas que están emprendiendo), Aragón marca el dato más bajo de todas las comunidades con un 34,8 %. La media nacional es considerablemente superior ya que se sitúa en el 39,6 %. Andalucía es, en este caso, la comunidad autónoma española con un dato más elevado, ya que el 45,8 % conoce a otros emprendedores, seguida de Extremadura, Cataluña o la Comunidad Valenciana.

Como valoración general a esta comparativa, podemos ver cómo Aragón puntúa mejor que la media española en la percepción de existencia de oportunidades de negocio, puntúa de manera similar a la media española en el miedo al fracaso, y tiene una posición más débil en la percepción de conocimientos y habilidades para emprender y en la existencia de modelos de referencia, donde está en el vagón de cola.

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



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.

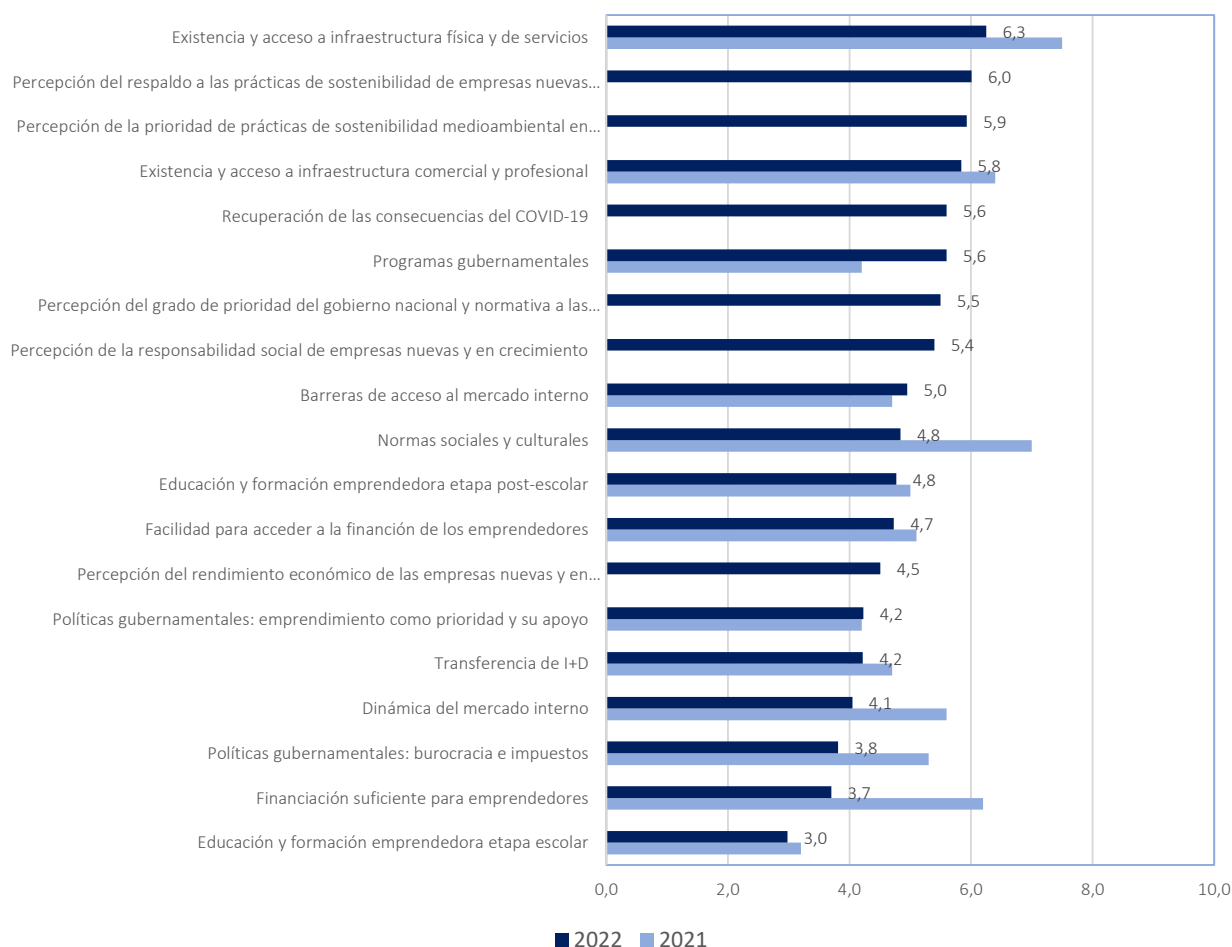
En los capítulos previos se ha analizado fundamentalmente la información obtenida a partir de las encuestas realizadas a la población adulta respecto al proceso de emprender. Este capítulo tiene como objetivo profundizar en las principales conclusiones que se obtienen de la información proporcionada por dicho grupo de expertos. En el año 2022, el equipo regional de Aragón ha contado con la participación de un total de 42 expertos, cada uno de los cuales, con independencia de su ámbito de especialización, ha expresado su opinión acerca de todos los factores analizados. Adicionalmente, también se les ha solicitado 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 en su entorno de influencia.

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

La Figura 7.1 muestra la valoración media que los expertos hacen de los factores del entorno que influyen en el proceso emprendedor. De los diecinueve factores evaluados, hay nueve que no superan el aprobado en la escala de 0 a 10 propuesta y algunos reciben valoraciones especialmente bajas. Es el caso de la educación y la formación emprendedora en la etapa escolar, el acceso a la financiación o la burocracia y carga impositiva asociada a la puesta en marcha de un nuevo negocio. En el lado positivo, destaca el acceso a las infraestructuras, tanto las de carácter físico y de servicios como las comerciales y profesionales, o la percepción que se tiene acerca de la importancia que reciben las prácticas relacionadas con la sostenibilidad. En todo caso, debe destacarse que prácticamente todos los factores considerados reciben valoraciones inferiores a las del año precedente. En relación con la educación y a la vista de los resultados que se derivan de estas percepciones, debe valorarse positivamente el

énfasis que se está poniendo por parte de ciertas empresas, organizaciones e instituciones educativas en los sistemas de formación dual apoyados por la ley de Formación Profesional, el RD 822 de Universidades, así como por la nueva ley de Universidades que fomenta la colaboración bilateral entre universidad, enseñanza secundaria de formación profesional de grado superior y formación dual. Cabe mencionar que hay cinco factores para los que no existen valores en 2021 al haberse incluido por primera vez en la encuesta de la edición 2022.

Figura 7.1 Valoración de los expertos: factores del entorno

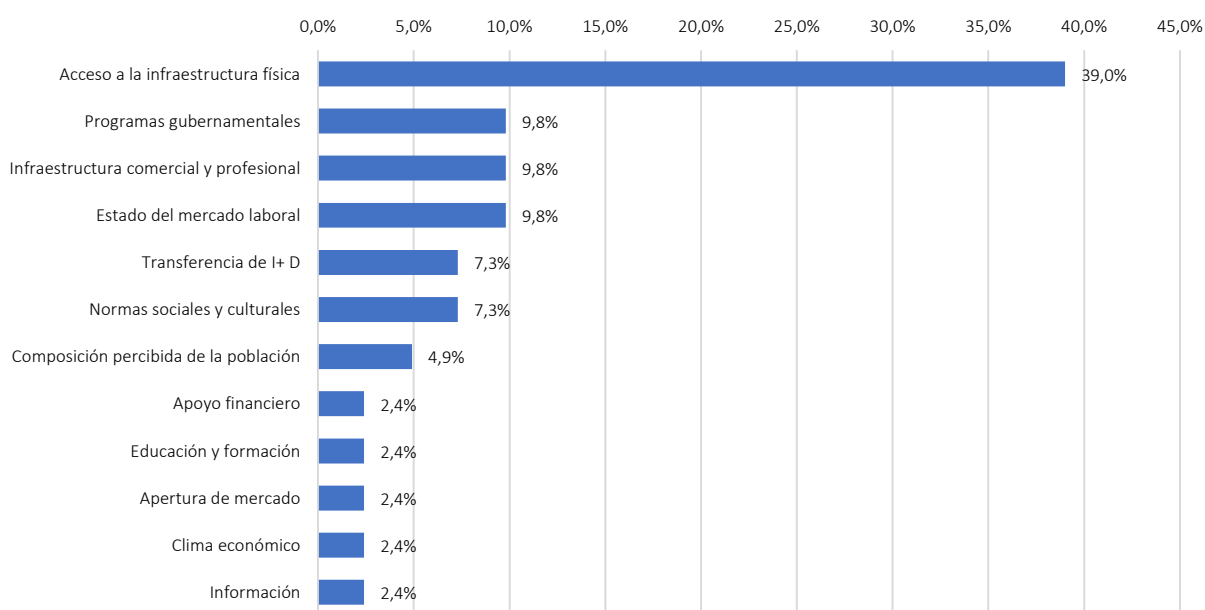


7.3. Análisis de los apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón

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 apoyos que actúan como impulsores de la actividad

empresarial, las recomendaciones para mejorar el contexto para emprender en Aragón, las medidas que perjudican dicha actividad y, por último, otros factores del entorno que afectan al emprendimiento. La Figura 7.2 muestra las valoraciones proporcionadas por los expertos en relación a su percepción de los apoyos a la actividad empresarial. En ella se pone de manifiesto que las principales fuentes de apoyo a la misma según los expertos son, en primer lugar, el acceso a las infraestructuras físicas, aspecto destacado por un 39 % de los encuestados. Le siguen, a notable distancia, los programas gubernamentales, las infraestructuras comerciales y profesionales y el estado del mercado laboral, factores todos ellos mencionados por casi el 10 % de los expertos, seguidos por la transferencia de I+D, y las normas sociales y culturales. Menor es el apoyo que reciben el resto de factores: la composición percibida de la población, el apoyo financiero, la educación y formación, la apertura de mercado, la apertura de mercado el clima económico y la información como soporte a la actividad empresarial.

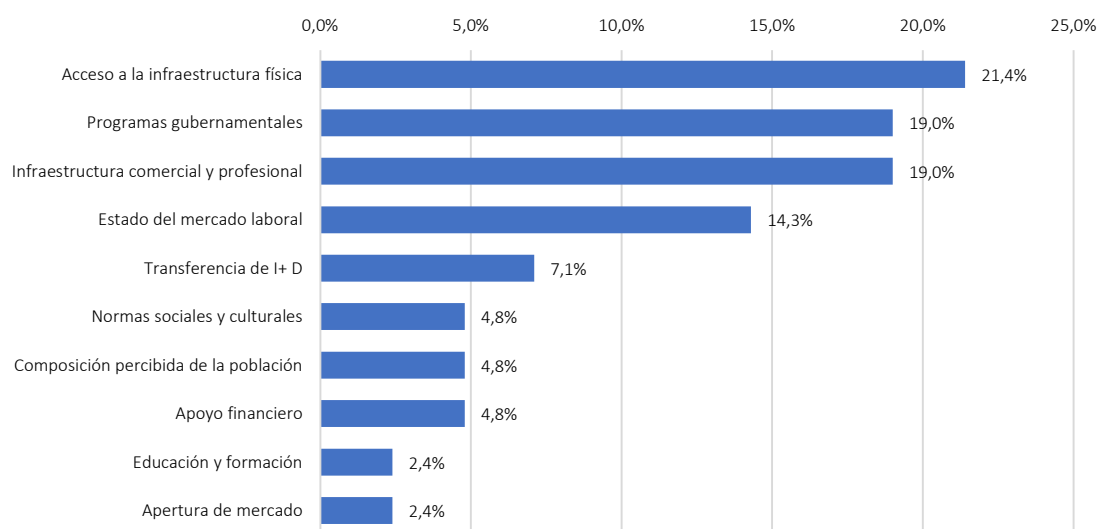
Figura 7.2 Percepción de los apoyos a la actividad empresarial en Aragón en 2022



Más allá de las cuestiones comentadas, los expertos entrevistados también contribuyen al informe GEM a través de preguntas abiertas relacionadas con las recomendaciones que plantean para mejorar el contexto para emprender en Aragón. La Figura 7.3 muestra las recomendaciones que se derivan de estas valoraciones. En este sentido la recomendación que recoge la más alta valoración es el acceso a las infraestructuras físicas (21,4 %), seguida por los programas gubernamentales y la

infraestructura comercial y profesional (19 %), así como el estado del mercado laboral (14,3 %). La transferencia de I+D es mencionada por el 7,1 % de los expertos, mientras el resto de factores recogidos en la Figura 7.3 reciben un apoyo menor.

Figura 7.3 Percepción de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón en 2022



De modo similar, la Figura 7.4 muestra la percepción que tienen los expertos acerca de las medidas que perjudican la actividad emprendedora en nuestra región. Las dos razones mencionadas con más frecuencia son el aumento impositivo, la disminución del pago por enfermedad, y la escasa o tardía ayuda gubernamental (29,4 %), así como la adopción de medidas incorrectas, ineficaces o inconsistentes (26,5 %). A continuación, los protocolos COVID (14,7 %), y la digitalización de las empresas (11,8 %). Menos importancia otorgan los expertos a factores como el clima económico, los programas gubernamentales, el estado del mercado laboral o los costes laborales de contratación y despido.

Figura 7.4 Medidas que perjudican la actividad emprendedora en Aragón en 2022



Por último, la Tabla 7.1 recoge otros factores del entorno mencionados por los expertos entrevistados en relación con los apoyos, recomendaciones y medidas que pueden afectar a la actividad emprendedora en el año 2022 en Aragón. Entre las principales medidas que apoyarían la actividad emprendedora, los expertos mencionan el apoyo a la digitalización o las mejoras en la financiación. Como recomendaciones, además de insistir en la digitalización, hacen referencia a la conveniencia de mejorar la educación emprendedora o el ecosistema emprendedor. Por último, entre los factores que perjudican el emprendimiento se destaca el exceso de burocracia e impuestos o la falta de ayudas.

Tabla 7.1 Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón

APOYOS
1. Apoyo a la digitalización
2. Mejora de la financiación
3. Impulso de los viveros empresariales y espacios de coworking
4. Ayudas y subvenciones

RECOMENDACIONES
1. Apoyo a la digitalización y la sostenibilidad
2. Mejora de la educación emprendedora
3. Difusión de la cultura emprendedora
4. Mejora del ecosistema emprendedor

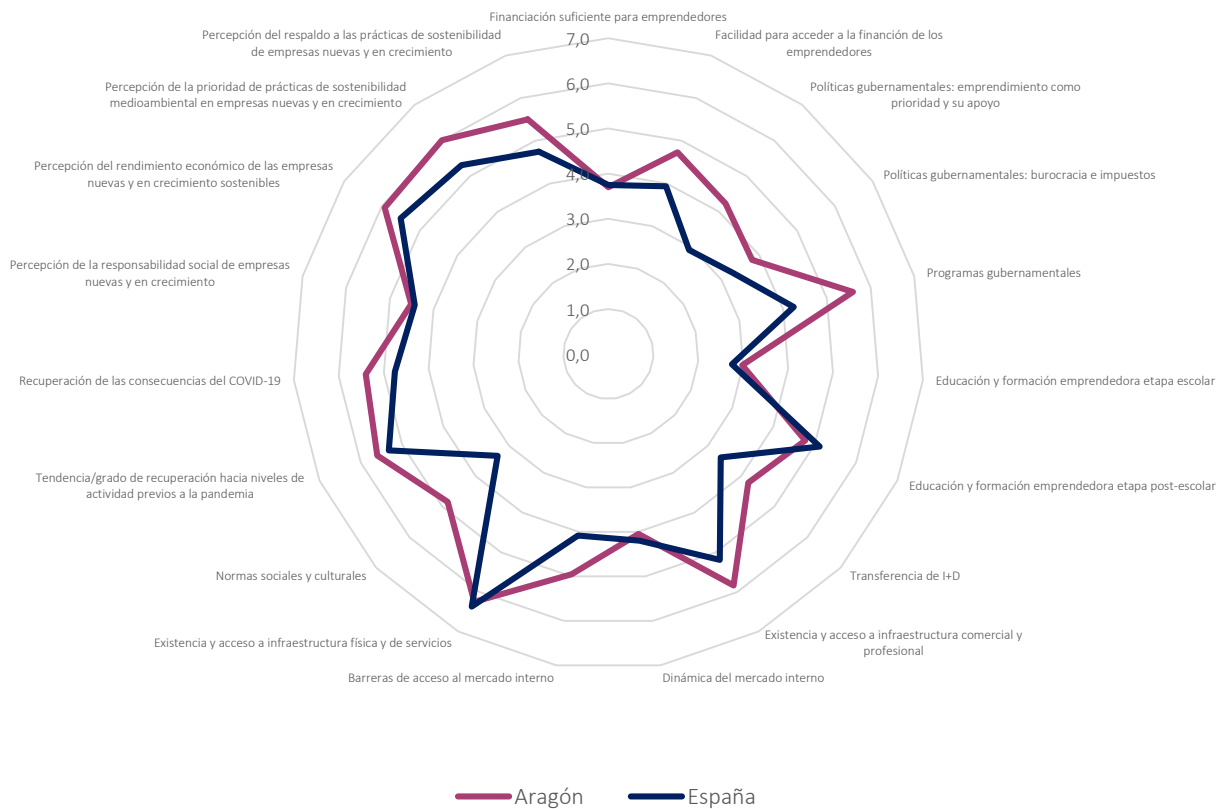
MEDIDAS QUE PERJUDICAN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
1. Excesiva burocracia
2. Falta de ayudas
3. Excesivos impuestos
4. Medidas muy restrictivas a raíz de la pandemia

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

La Figura 7.5 sintetiza la posición relativa de las valoraciones que hacen los expertos aragoneses en relación con sus homólogos en España. En ella se observa como Aragón presenta unos valores medios por encima del promedio nacional prácticamente en todos los factores considerados. En particular, se valoran claramente mejor que en otras comunidades los programas gubernamentales (casi un punto y medio por encima del promedio del país) y las políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, o las normas sociales y culturales. Aragón también se sitúa por encima de la media española en dimensiones como la transferencia de I+D, la existencia y acceso a infraestructuras comerciales y profesionales, las barreras de acceso al mercado interno,

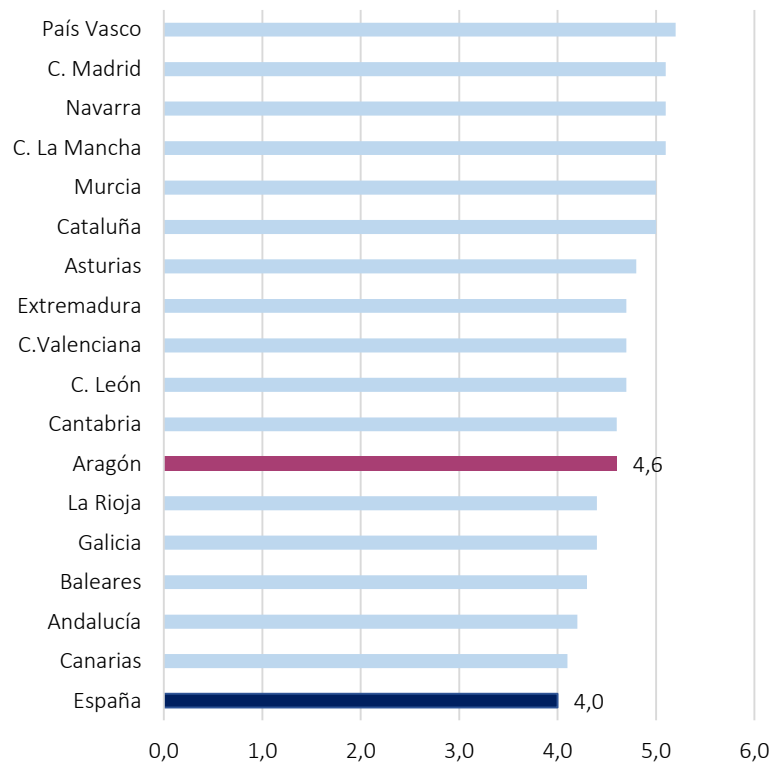
o la percepción de la prioridad de prácticas de sostenibilidad medioambiental en empresas nuevas y en crecimiento y la percepción del respaldo a las prácticas de sostenibilidad de empresas nuevas en crecimiento.

Figura 7.5 Posición de Aragón respecto a España en cuanto al promedio de los factores del entorno valorado por los expertos



Finalmente, la Figura 7.6 calcula un índice que se obtiene como promedio de los 19 indicadores a los que se hace referencia en la Figura 7.5 y que recibe la denominación de Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI). El índice NECI ofrece una comparación relativa de las condiciones del entorno para emprender de Aragón en el contexto del país. En este sentido, el ecosistema de emprendimiento aragonés se sitúa en el año 2022 en la segunda mitad de la tabla, pero por encima de la media nacional, siendo las comunidades mejor valoradas País Vasco, Madrid, Navarra y Castilla-La Mancha.

Figura 7.6 Comparativa regional del índice NECI 2022



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 15,3 % de la población de la provincia de Zaragoza reside en la actualidad en zonas rurales, frente al 39,6 % de Huesca y el 56,0 % de Teruel.

Tabla 8.1 Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2022)

Distribución de...	Zona	Huesca	Zaragoza	Teruel	Aragón
Municipios	Rural	96,5 %	95,0 %	98,7 %	96,6 %
	Urbana	3,5 %	5,0 %	1,3 %	3,4 %
Población	Rural	39,6 %	15,3 %	56,0 %	23,6 %
	Urbana	60,4 %	84,7 %	44,0 %	76,4 %

Fuente: Datos obtenidos a partir de la información facilitada por el INE (padrón a 1 de enero de 2022).

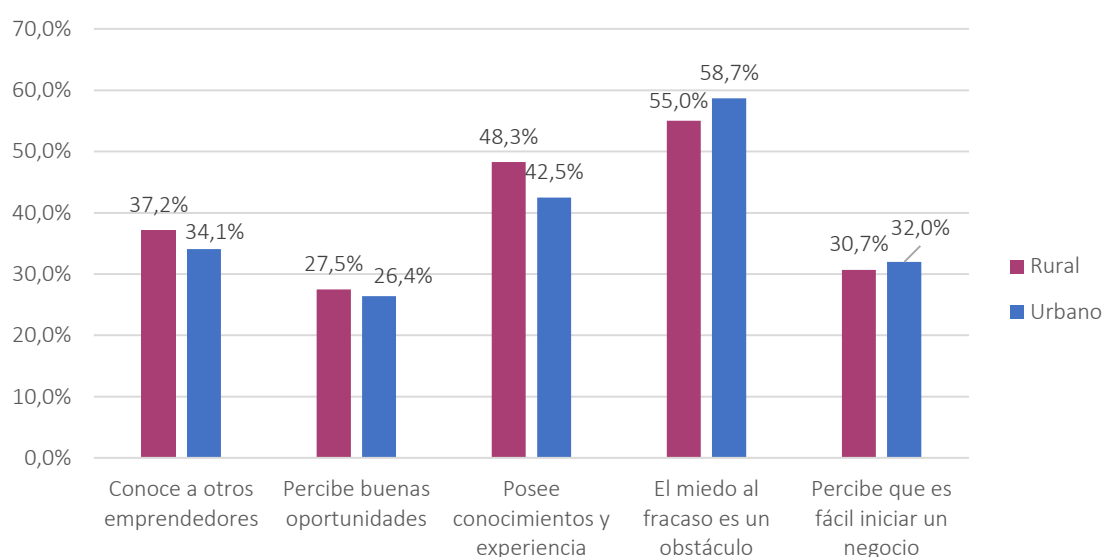
A la vista de la importancia de las zonas rurales, sobre todo en las provincias de Huesca y Teruel, el emprendimiento rural constituye uno de los mecanismos más importantes para evitar la despoblación en numerosas localidades siendo, además, una fuente de oportunidades en múltiples sectores de la economía. 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, como el Programa de Emprendimiento Rural Sostenible, el proyecto EREA (Programa de impulso a los ecosistemas de

emprendimiento y la economía social en el medio rural aragonés) y *start-up* 22 (Apoyo a jóvenes emprendedores rurales). En definitiva, el capítulo se aproxima y completa la información en relación con la actividad emprendedora en estos municipios. En primer lugar, se examinan los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras en la población rural y se comparan con las de las zonas urbanas. A continuación, se examinan las tasas de actividad emprendedora en los dos ámbitos.

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

La Figura 8.1 sintetiza la información referida a los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población rural y urbana en 2022. Los datos muestran cómo es en las zonas rurales donde se conocen más emprendedores (37,2 % frente al 34,1 % de las zonas urbanas), se percibe de forma más intensa que existen buenas oportunidades para emprender (27,5 % frente al 26,4 %) y donde se acumulan más conocimientos y experiencia útiles para emprender (48,3 % frente al 42,5 %). También es en el entorno rural donde el miedo al fracaso se percibe de forma más leve que en el entorno urbano. Sin embargo, es en el entorno urbano donde se percibe una mayor facilidad para iniciar un negocio (30,7 % frente al 32,0 %). A pesar de ello, las diferencias entre ambos entornos son escasas.

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



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

La Figura 8.2 muestra las tasas de actividad en las distintas etapas del proceso emprendedor (potencial, naciente, nuevo, consolidado y abandono) en los ámbitos rural y urbano. La población rural en este año 2022 muestra mayor nivel de actividad que la urbana (5,5 % frente al 4,9 %). En la misma línea, se observa cómo es mayor la involucración de la población rural en algunas de las etapas del proceso emprendedor (23,3 % frente al 17,4 % de la urbana), situación que se repite cuando se analiza la población involucrada en la parte activa del mismo: los emprendedores nacientes y nuevos y los empresarios consolidados suponen un 15,3 % de la población total frente al 11,4 % en las zonas urbanas. Sin embargo, la población involucrada en el proceso emprendedor ha disminuido notablemente en el entorno rural en relación con el año anterior, debido a la fuerte caída de la consolidación de empresas. En cambio, la población involucrada ha aumentado en el entorno urbano. En este último año se observa como la actividad consolidada es más alta en el entorno rural (9,8 % vs 6,5 %), reduciéndose significativamente la diferencia entre ambos ámbitos. La actividad potencial es de nuevo mayor en el entorno rural (8,0 % frente al 6,0 %), siendo también superiores los cierres efectivos mayores (1,9 % frente al 1,2 %). Al analizar la evolución respecto al periodo anterior, se observa un descenso en las actividades naciente y consolidada en el entorno rural; en el entorno urbano la tendencia es creciente en la actividad naciente, en la actividad nueva y en la consolidada.

En definitiva, el emprendimiento rural tiene una importante contribución social y económica en las zonas rurales, contribuyendo de esta forma al empleo y como consecuencia a paliar la despoblación. Durante el ejercicio 2022 la tasa emprendedora rural es algo más alta que la urbana y ambas han crecido respecto al pasado año 2021. Sin embargo, el emprendimiento consolidado ha descendido de forma considerable en las zonas rurales durante el ejercicio 2022. Respecto a valores, percepción y actitudes emprendedoras entre el entorno rural y urbano, la percepción que se tiene en relación a las dimensiones consideradas es más positiva en cuatro de los cinco ítems considerados en la zona rural, ya que el miedo al fracaso también es menor en este ámbito.

Figura 8.2 Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2022

RURAL	Potencial	Naciente	Nueva	Consolidada	Cierres efectivos
	8,0 % (6,6 %)	2,8 % (0,7 %)	2,7 % (3,6 %)	9,8 % (18,7 %)	
		TEA rural: 5,5 % (4,3 %)			
		Total población involucrada en la parte activa del proceso: 15,3 % (23,0 %)			
	Total población involucrada en el proceso emprendedor: 23,3 % (29,6 %)				
URBANO	Potencial	Naciente	Nueva	Consolidada	Cierres efectivos
	6,0 % (7,0 %)	2,4 % (2,0 %)	2,5 % (2,2 %)	6,5 % (4,6 %)	
		TEA urbano: 4,9 % (4,2 %)			
		Total población involucrada en la parte activa del proceso: 11,4 % (8,8 %)			
	Total población involucrada en el proceso emprendedor: 17,4 % (15,8 %)				

Nota: Entre paréntesis la información correspondiente a 2021

CAPÍTULO 9

DIGITALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ARAGÓN

9.1. Introducción

El futuro de la actividad empresarial parece marcado por dos claros vectores de cambio como son la digitalización y la sostenibilidad. Más allá de la necesidad que tienen muchos negocios de digitalizarse para poder competir eficazmente o de desarrollar su actividad de modo sostenible, ambos aspectos constituyen excelentes oportunidades en el ámbito del emprendimiento.

En esta línea y con el fin de reconocer la creciente importancia de la digitalización y la sostenibilidad, GEM España incorporó en la edición del año anterior algunas preguntas relacionadas con las mismas en la encuesta realizada a la población adulta del país.

En el caso de la comunidad de Aragón, y consciente de esta situación, su gobierno reconoce la importancia de la sostenibilidad y la digitalización. De hecho, ha actuado en sintonía con el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de la Economía de España mediante el Plan Aragón Puede. Un programa financiado con Fondos Next Generation EU, centrado en las siguientes áreas estratégicas: energías renovables y electromovilidad; logística, carreteras y transporte ferroviario; agroalimentación y economía circular; transformación digital y formación; nuevos modelos asistencial y sanitario; y rehabilitación de vivienda y regeneración urbana y rural.

Otro nicho de oportunidades puede estar en las *start-up* de inteligencia artificial y blockchain capaces de aportar a las grandes empresas herramientas y estrategias necesarias para adaptarse a los nuevos retos del mercado.

En este sentido, este capítulo analiza la respuesta ofrecida por los emprendedores aragoneses cuando se trata de analizar el grado de incorporación de las tecnologías digitales en los negocios, así como su sensibilidad hacia la sostenibilidad de los mismos.

El capítulo analiza las expectativas de adopción de las tecnologías digitales en la empresa aragonesa tanto por género como por nivel educativo. Asimismo, se evalúa la orientación hacia la sostenibilidad de nuestros emprendedores, especialmente en lo

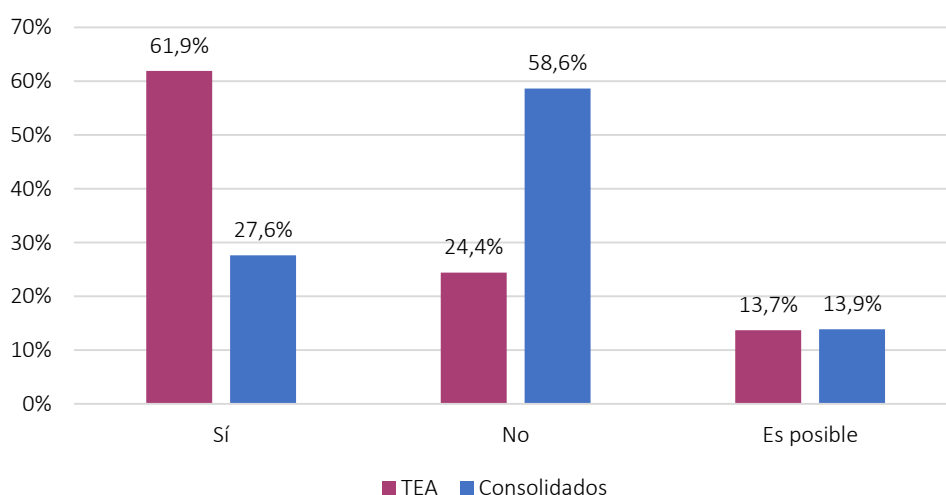
que hace referencia a las implicaciones sociales y medioambientales implícitas en las decisiones adoptadas por los mismos, así como a la concienciación con la permeabilidad de los objetivos de desarrollo sostenible en las iniciativas emprendedoras. Estas respuestas se analizan tanto para las iniciativas incipientes como para las consolidadas.

9.2. Adopción de tecnologías digitales

La Figura 9.1 muestra las expectativas de adopción de tecnologías digitales en iniciativas incipientes y consolidadas. Los datos muestran un incremento notable respecto al ejercicio 2021, un ejercicio que todavía estaba inmerso en los efectos inmediatos de la pandemia. En el ejercicio 2022, el 61,9 % de las iniciativas incipientes tiene previsto implementar tecnologías digitales, frente al 48,7 % de 2021. Un 24,4 % no tiene previsto hacerlo durante este ejercicio y un 13,7 % lo está considerando.

En las empresas consolidadas se observa un claro proceso de cambio ante sus expectativas de adopción respecto al ejercicio anterior. Así, un 27,6 % de las empresas encuestadas manifiestan que están dispuestas a adoptar tecnologías digitales mientras que un 58,6 % no lo considera; sin embargo, es un dato positivo si tenemos en cuenta que en el ejercicio 2021 era un 71,7 % el porcentaje de empresas que se negaba a considerar esta posibilidad. Finalmente, casi un 14 % de las empresas encuestadas lo están valorando, frente al 4,2 % del pasado ejercicio.

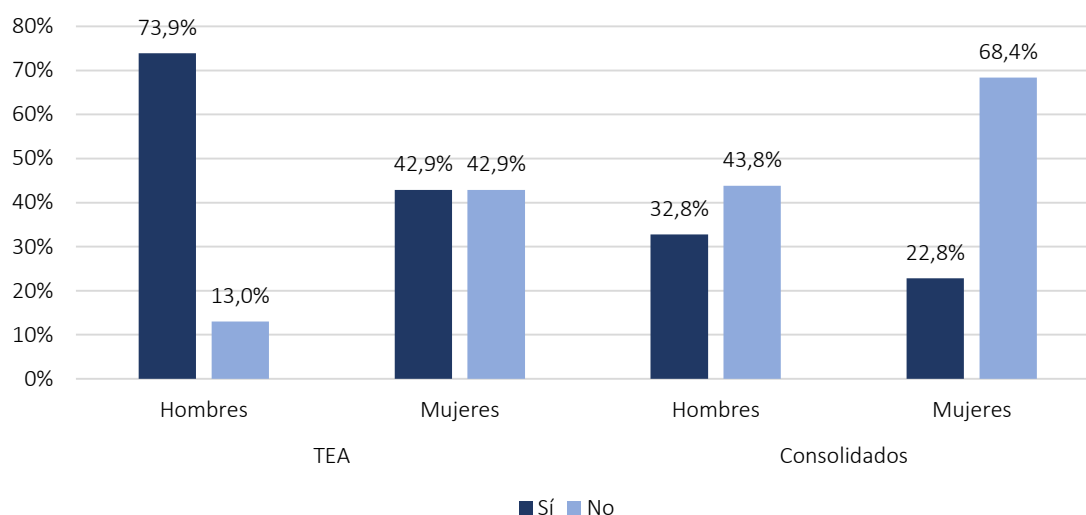
Figura 9.1 Expectativas de adopción de tecnologías digitales en iniciativas incipientes y consolidadas



La Figura 9.2 diferencia por género las expectativas de adopción de tecnologías digitales. Se observa que son los hombres, tanto en las empresas incipientes como en

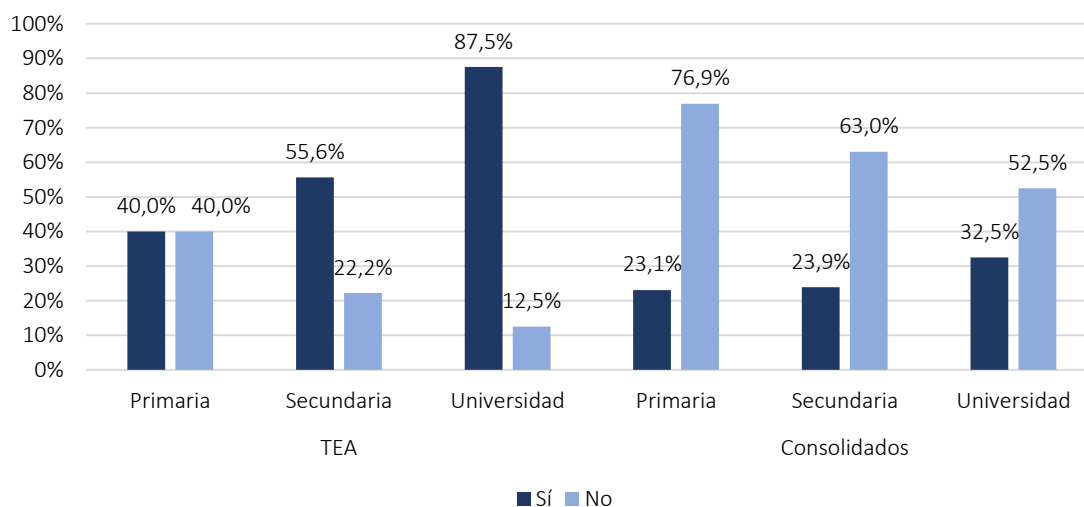
las consolidadas, los que muestran mayor intención de implantar tecnología digital en sus empresas, aunque con un claro énfasis en las empresas incipientes. Así, en las empresas nuevas los hombres muestran una predisposición más alta hacia la tecnología digital en un 73,9 % frente al 42,9 % de las mujeres. El mismo patrón se repite en las empresas consolidadas (32,8 % en los hombres, 22,8 % en las mujeres).

Figura 9.2 Expectativas de adopción de tecnologías digitales por género



El informe GEM también considera relevante analizar estas expectativas de adopción de tecnologías digitales según el nivel educativo. La Figura 9.3 muestra como tanto en las empresas incipientes como en las consolidadas son las personas con un nivel educativo universitario quienes muestran más disposición a adoptar tecnologías digitales. En las empresas incipientes, los datos señalan que un 87,5 % de los potenciales adoptantes de estas tecnologías tiene estudios universitarios, frente al 55,6 % de aquellas que han finalizado la secundaria o el 40 % que solo tienen estudios primarios. La misma pauta se repite cuando se trata de empresas consolidadas. Son aquellos emprendedores que han acabado sus estudios universitarios los que muestran una intención más alta a adoptar la tecnología digital: un 32,5 % frente al 23,9 % de los que poseen estudios de educación secundaria o al 23,1 % de los que tienen estudios de educación primaria.

Figura 9.3 Expectativas de adopción de tecnologías digitales por nivel educativo



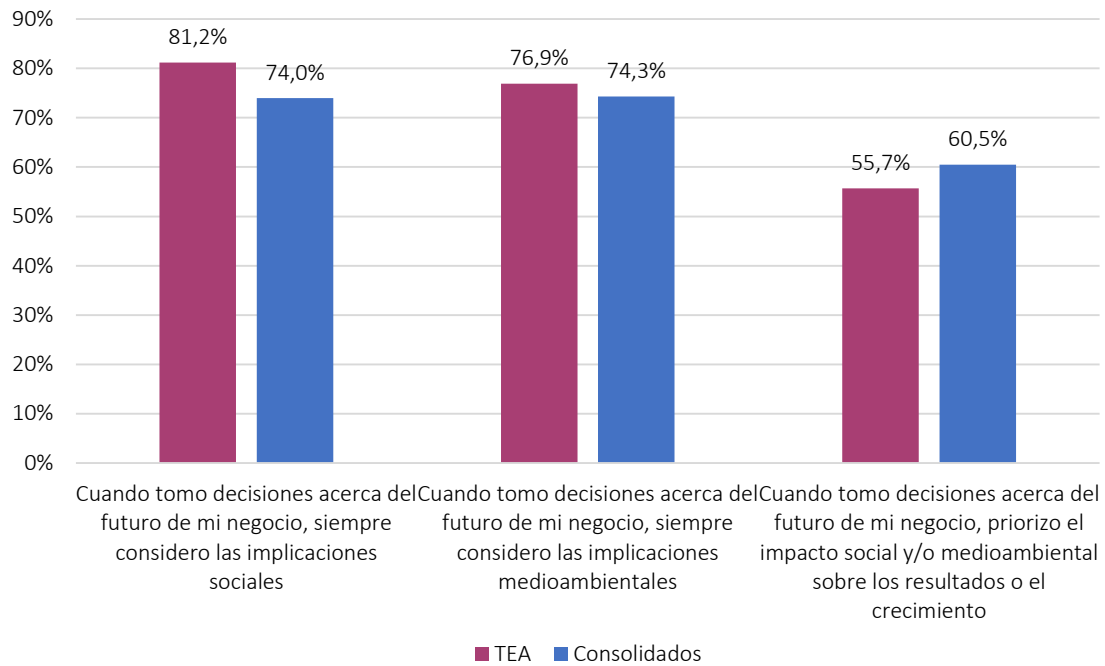
9.3. Sostenibilidad de los negocios

Para analizar la sostenibilidad de las iniciativas consolidadas e incipientes en Aragón se preguntó en relación a las implicaciones sociales y medioambientales, así como a la integración de los objetivos de desarrollo sostenible en las iniciativas empresariales.

La Figura 9.4 muestra hasta qué punto las implicaciones sociales y medioambientales están presentes en el futuro del negocio de estas iniciativas emprendedoras e incluso si se priorizan sobre los resultados o el crecimiento.

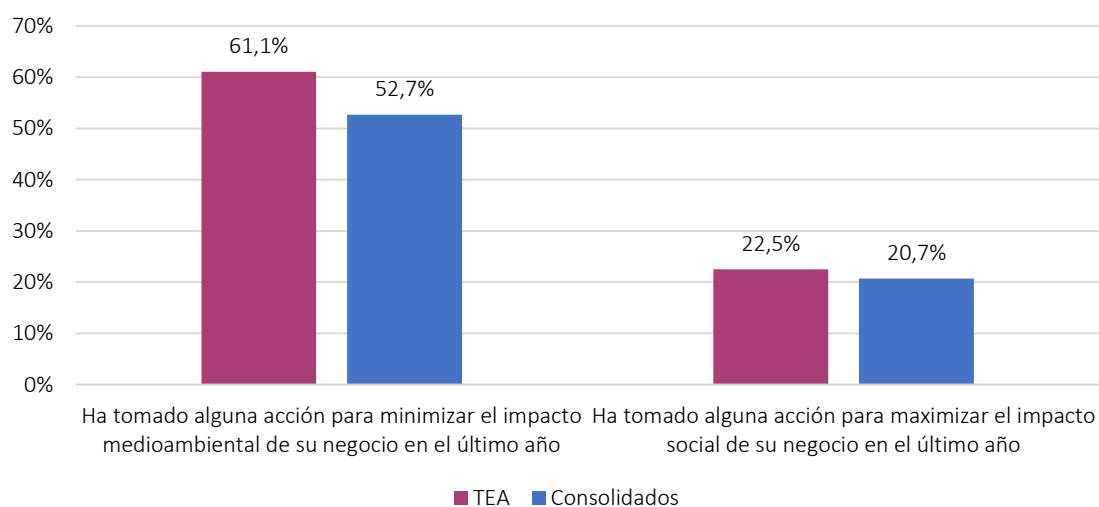
Se observa cómo son las iniciativas nuevas las que muestran más sensibilidad hacia la sostenibilidad de los negocios, mostrando un giro de tendencia respecto al ejercicio 2021. Cuando se trata de tomar decisiones acerca del futuro del negocio un 81,2 % dicen tener en consideración las implicaciones sociales, frente al 74 % de las consolidadas. Se observa el mismo comportamiento cuando se consideran implicaciones medioambientales (76,9 % de las incipientes vs 74,3 % de las consolidadas); sin embargo, cuando se trata de priorizar el impacto social y/o ambiental sobre los resultados o el crecimiento, son las empresas consolidadas las que tienen más en cuenta estas implicaciones (60,5 %, frente al 55,7 % de las incipientes)

Figura 9.4 Toma en consideración de las implicaciones sociales y medioambientales de las iniciativas incipientes y consolidadas



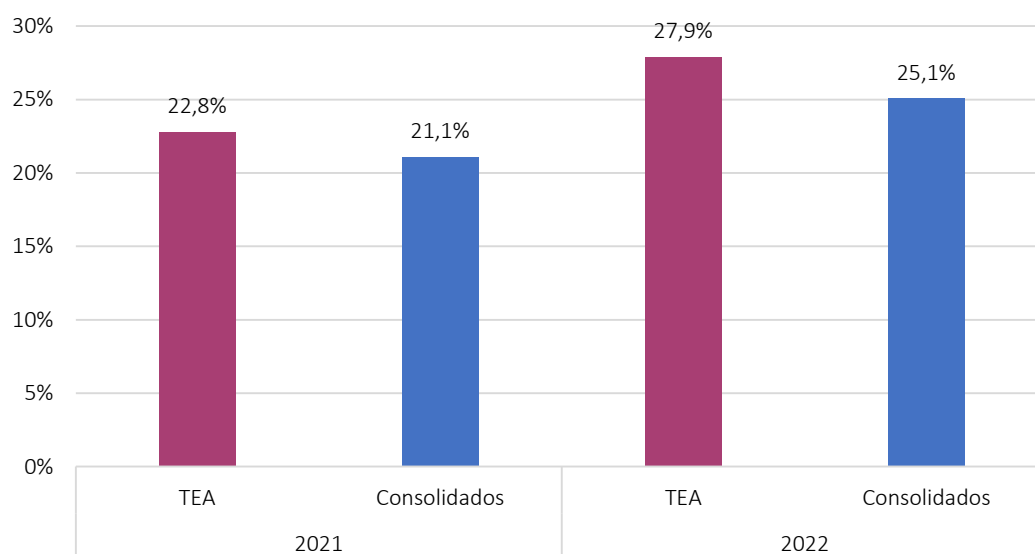
En cuanto a la adopción de acciones concretas, la Figura 9.5 muestra en qué porcentaje se han adoptado acciones por parte de las empresas incipientes, y consolidadas respecto al impacto medioambiental y social. Se puede observar cómo son las iniciativas incipientes las que se muestran más activas en el último año, especialmente cuando se trata de minimizar el impacto medioambiental del negocio (61,1 % vs 52,7 % de las consolidadas), tomando clara ventaja las nuevas empresas, dato que se afianza este ejercicio claramente respecto al 2021 (54,7 %). Sin embargo, la diferencia entre incipientes y consolidadas se recorta cuando se trata de acciones orientadas a la maximización del impacto social (22,5 % de las nuevas vs 20,7 % de las consolidadas).

Figura 9.5 Medidas adoptadas en relación a las implicaciones sociales y medioambientales de las iniciativas incipientes y consolidadas



Un aspecto que ha ido cobrando importancia durante los últimos años es el relativo a la implantación de los objetivos de desarrollo sostenible adoptados por Naciones Unidas. Los datos que ofrece la Figura 9.6 muestran cómo se va avanzando cuando se trata de tener en cuenta los objetivos de desarrollo sostenible en las iniciativas empresariales. Un 27,9 % de las empresas incipientes y un 25,1 % de las consolidadas muestran su grado de compromiso con dichos objetivos, frente al 22,8 % y 21,1 % respectivamente del ejercicio 2021. Se trata de un dato que, aunque seguramente insuficiente, muestra una tendencia positiva hacia la toma de conciencia del papel de los ODS en la actividad de nuestras empresas.

Figura 9.6 Consciencia de los 17 objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas de las iniciativas incipientes y consolidadas, comparativa 2021-2022



CONCLUSIONES

Este informe GEM Aragón 2022-2023 finaliza con una síntesis de las principales conclusiones que se derivan del mismo. La más importante es que el índice TEA, o proporción de personas residentes en la Comunidad Autónoma con edad comprendida entre 18 y 64 años que desarrolla una actividad empresarial incipiente (TEA) se sitúa en 2022 en el 5,0 %. Esta cifra implica un incremento de casi el 20 % en relación con el 4,2 % del año anterior, lo que supone una recuperación a niveles similares previos a la pandemia y constituye el valor más alto alcanzado en la última década. Al comparar este valor con el obtenido en el promedio del país, nuestra Comunidad se sitúa un punto por debajo de la media nacional, que alcanza el 6,0 %. Esta situación no es muy diferente a la observada en los años precedentes, donde la tasa de emprendimiento en España se sitúa tradicionalmente en torno a 1-1,5 puntos porcentuales por encima de la aragonesa.

Además del índice TEA, la información disponible permite distinguir entre iniciativas nacientes y nuevas. Las primeras ya han dado los primeros pasos en su proceso de puesta en marcha (a través, por ejemplo, de la redacción de un plan de negocio, de la elaboración de prototipos o del diseño de sus productos), pero todavía no han pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses. Las nuevas han superado ya esta fase, aunque no alcanzan los 42 meses de edad. En relación con las iniciativas nacientes, un 2,5 % de la población de la comunidad forma parte en 2022 de este grupo, mientras que el emprendimiento nuevo implica también al 2,5 % de la población. Esto significa que, mientras que la proporción de emprendedores nuevos se mantiene en las mismas cifras que en el ejercicio precedente, el emprendimiento naciente experimenta un fuerte incremento. Una comparación de estos valores con los que se observan en el promedio del país señala que el emprendimiento nuevo es similar en Aragón (2,5 % vs 2,8 %), mientras que estamos por debajo en el emprendimiento naciente (3,2 % en España).

Si bien es cierto que el principal interés en GEM es la evaluación del emprendimiento en sus etapas iniciales, el observatorio también recopila información sobre las empresas de mayor antigüedad (lo que se denomina emprendimiento consolidado). En este sentido, un 7,2 % de la población aragonesa gestionó durante 2022 un negocio propio de estas características, porcentaje algo superior al 7,0 % del promedio nacional.

Si se combinan los datos relativos al emprendimiento incipiente con el número de personas que, en promedio, participan en cada una de las iniciativas (1,66) y con los datos de población residente en la Comunidad, podemos concluir que, en el momento de realización del trabajo de campo, había en Aragón casi 41.000 emprendedores incipientes. Si consideramos además los cerca de 59.000 que participan en iniciativas ya consolidadas, el número total de aragoneses propietarios de una actividad empresarial se acercaba a los 100.000, cifra similar a la de 2021 (98.000) y en línea con la observada en los años previos.

Por último, dentro del proceso emprendedor, también debe destacarse que la tasa de abandono de las empresas constituidas en Aragón es inferior a la de otras comunidades, de manera que solo un 1,7 % de los aragoneses declara haber abandonado su actividad en los últimos doce meses, cifra claramente inferior a la media nacional (2,5 %).

En definitiva, podemos concluir que, aunque el nivel de emprendimiento incipiente en Aragón es inferior al de otras comunidades, el emprendimiento consolidado se sitúa ligeramente por encima y también es inferior el porcentaje de empresas que cesan su actividad. Esto hace que al considerar las tres dimensiones conjuntamente, podamos afirmar que la actividad emprendedora en la comunidad no varía, en lo sustancial, de la observada en el promedio del país.

GEM también estudia la intención emprendedora, entendida como el porcentaje de la población que prevé crear su propia empresa en los próximos tres años (emprendimiento potencial). Se trata de una estimación que permite aproximar las expectativas de evolución futura en la tasa de emprendimiento, aunque en las circunstancias actuales, donde el grado de incertidumbre es especialmente elevado, es recomendable analizar con cautela este indicador. De hecho, el emprendimiento potencial, que alcanza al 6,5 % de la población dentro de la franja de edad considerada, se reduce en comparación con el observado en 2021, aunque se mantiene por encima de la media de los seis últimos años.

Más allá de cuantificar la proporción de iniciativas emprendedoras dentro de la población, el proyecto GEM también informa sobre los motivos por los cuales los emprendedores ponen en marcha su empresa. En concreto, se identifican cuatro posibles motivos: marcar una diferencia en el mundo, crear riqueza, continuar con la tradición familiar o, simplemente, sobrevivir en un contexto difícil, donde las opciones de encontrar un trabajo por cuenta ajena son escasas. La razón que se menciona con más frecuencia es la supervivencia, motivo esgrimido por el 77,7 % de los

emprendedores entrevistados y que apenas difiere del observado el año anterior (78,3 %). A gran distancia, marcar una diferencia en el mundo y crear riqueza son mencionados por aproximadamente uno de cada tres entrevistados, mientras que continuar la tradición familiar es el motivo argumentado por algo más del 18 % de la población aragonesa.

El informe también identifica los grandes sectores de actividad en los que actúan las nuevas empresas. En este sentido, la mayoría de las iniciativas se dedican a actividades relacionadas con el consumo (restauración, comercio o servicios personales, por ejemplo) o a prestar servicios a empresas, ya que ambos grupos aglutinan casi cuatro de cada cinco empresas de nueva creación. El sector transformador, que incluye la fabricación y el transporte, representa el 15 % del total, mientras que se dedican al sector extractivo el 6,6 % de los nuevos emprendedores. Se trata, en todos los casos, de porcentajes similares a los obtenidos el año anterior.

Si comparamos estas cifras con las que se observan en el emprendimiento consolidado, podemos constatar cómo el porcentaje de empresas cuyas actividades se orientan al consumo es muy similar, mientras que disminuyen en algo más de 10 puntos las que prestan servicios a otras empresas y disminuye el peso de los sectores transformador y extractivo (22,9 % y 12,4 % respectivamente).

Otro aspecto que puede resultar de interés es el que hace referencia al número de propietarios implicados en la creación de cada una de las nuevas empresas. Como viene siendo habitual en estos últimos años, la mayoría de las iniciativas tienen un tamaño modesto y en su creación participan únicamente uno o dos emprendedores, lo que supone una media de 1,66 personas por iniciativa, cifra casi idéntica a la de 2021. Por lo que respecta al nivel de empleo que se deriva de las mismas, el grupo más frecuente es el de aquellas empresas que crean entre 1 y 5 puestos de trabajo (el 60,6 % del total), mientras que este año son menos frecuentes las empresas que únicamente emplean al propio promotor (28,3 % en 2022, en torno al 50 % los años anteriores). Por otra parte, algo más del 11 % de las nuevas empresas emplean al menos a seis trabajadores, aunque el número de empresas grandes (aquellas que emplean al menos 20 trabajadores) es muy reducido.

Por su parte, y en relación con las expectativas de crecimiento, continua la tendencia observada en 2021, de manera que el 81 % de las nuevas empresas prevé contar con al menos un empleado en un horizonte de cinco años, mientras que las expectativas para casi el 17 % son las de dar empleo al menos a seis personas. No obstante, el porcentaje de nuevos negocios que prevé alcanzar cierta dimensión (al

menos 20 empleados) continúa siendo bajo (2,1 %) y se reducen, en este caso, las positivas expectativas que se pusieron de manifiesto en 2021.

En relación con el grado de desarrollo tecnológico de las nuevas iniciativas, otra de las dimensiones analizadas en el informe, nueve de cada diez desarrollan su actividad en sectores de baja intensidad tecnológica, mientras que el 6,7 % lo hacen en sectores de tecnología media y el 3,3 % restante en sectores de alta tecnología. Los entrevistados tampoco se muestran demasiado innovadores cuando se les pregunta por el grado de innovación que suponen los productos y procesos que lanzan al mercado: casi el 73 % señala que no lo son en absoluto. Algo más del 18 % entiende que el producto o servicio es innovador en el ámbito del área en la que reside el emprendedor, para el 5 % es innovador dentro de su país y solo un 3,4 % entiende que es verdaderamente innovador (nuevo para el mundo). Estos porcentajes son muy similares cuando se les pregunta acerca del grado de innovación de proceso de sus nuevos negocios. En cuanto a la intensidad exportadora de estas empresas, la mayoría (79,8 %) limita su alcance al mercado nacional. Algo más del 13 % exporta entre el 1 % y el 25 % de su producción, mientras que casi el 7 % exportan más del 25 %.

Una vez evaluado el ritmo de creación de nuevas empresas y analizadas algunas de sus principales características, el informe trata de describir el perfil socioeconómico del emprendedor aragonés. Como aspectos más destacables, cabe mencionar, por ejemplo, que continúa descendiendo la edad media de estos emprendedores, hasta situarse ligeramente por debajo de los 40 años, algo inferior a la de los años previos (hasta la fecha había oscilado en el entorno de los 41-42 años). También disminuye la edad media del emprendedor potencial, que se sitúa en 35,7 años, mientras que la del consolidado es, lógicamente, superior (52,2 años). En cuanto a la existencia de diferencias entre hombres y mujeres, estas, al igual que viene ocurriendo desde hace algunos años, son escasas. Con independencia de que en un período concreto la tasa de emprendimiento de uno u otro sexo esté un par de décimas por encima o por debajo (este año la de los hombres es ligeramente superior), un análisis con perspectiva de los datos pone de manifiesto que las diferencias entre hombres y mujeres son escasamente significativas. Sí que son relevantes, sin embargo, las diferencias en las tasas de emprendimiento según el nivel de estudios de los individuos afectados. Al igual que viene ocurriendo en estos últimos años, hay una relación directa entre formación y emprendimiento, de manera que las tasas más altas se observan en los titulados superiores y, especialmente, en los emprendedores con títulos de máster o doctorado.

Un aspecto novedoso en el estudio de este año es que la renta apenas resulta determinante a la hora de poner en marcha un nuevo negocio. Mientras que en los años precedentes los individuos situados en el tercio superior de renta casi triplicaban la tasa de emprendimiento en relación con aquellos con rentas medias y bajas, este año las diferencias entre los distintos grupos son mucho más reducidas. A pesar de ello, la disponibilidad de recursos continúa siendo todavía un factor importante a la hora de emprender, a pesar de que el volumen de negocios que se utiliza para poner en marcha una nueva empresa es, por lo general, reducido. Así la inversión mediana apenas alcanza los 18.000 euros, en línea con el año anterior (la media, menos representativa al verse más condicionada por los valores extremos, es de 48.000 euros) y la inversión más frecuente (moda) es de 10.000 euros, si bien es cierto que las diferencias entre unas iniciativas y otras son importantes. En cuanto al origen de los fondos utilizados, los ahorros personales suponen, en promedio, dos de cada tres euros comprometidos. También es habitual recurrir a los bancos (algo más de la mitad de los recursos empleados en el caso de emprendedores que han hecho uso de esta fuente), mientras que amigos u otras fuentes de financiación como el crowdfunding resulta menos frecuente y aún mucho menos habitual el recurso a los inversores informales (*business angels*): solo un 3,8 % de la población aragonesa acude a ellos, aunque es cierto que esta cifra va aumentando poco a poco con el paso de los años (ha crecido un 35 % en tan solo dos años).

Por último, mencionar dentro de este bloque sociodemográfico que los jóvenes emprenden más que los adultos, de manera que la TEA en los primeros es del 6,3 %, mientras que en los adultos es casi dos puntos porcentuales inferior (4,5 %). Además, también es muy superior el porcentaje de entrevistados jóvenes que espera poner en marcha su negocio en un futuro próximo (12,3 %, frente al 4,2 % de los adultos).

Un aspecto que caracteriza a nuestra comunidad y que la diferencia de otras regiones en nuestro país es el elevado porcentaje de población residente en núcleos rurales (un 56 % en Teruel, casi el 40 % en Huesca). Por ello, es importante caracterizar el emprendimiento que se lleva a cabo en el ámbito rural con el fin de evaluar si sus características son similares al que se desarrolla en entornos más urbanos. En relación con los valores, percepciones y actitudes emprendedoras, los residentes rurales consideran con más frecuencia que tienen los conocimientos y experiencia necesarios para crear su propia empresa, conocen con mayor frecuencia a otros emprendedores y perciben mejores oportunidades de negocio. También es algo más bajo el porcentaje de emprendedores rurales que dice tener miedo al fracaso. Por el contrario, en el ámbito

urbano se siente con mayor frecuencia que resulta más sencillo poner en marcha una empresa.

Por lo que respecta a las diferencias en las tasas de emprendimiento entre ambos entornos, los residentes en el medio rural son más emprendedores (TEA del 5,5 %, 4,9 % en las ciudades). También es mayor el emprendimiento potencial (8,0 % frente al 6,0 %) y el consolidado (algo más de tres puntos superior).

Una dimensión que tiene cada vez más importancia en la sociedad y que GEM incorporó por primera vez en su edición del pasado año, hace referencia al grado de digitalización y sostenibilidad de la actividad emprendedora. En este sentido, las expectativas de adopción de tecnologías digitales han aumentado en este último año, de manera que casi el 62 % de las empresas aragonesas de reciente creación tiene prevista la implantación de tecnologías digitales (o lo ha hecho ya), frente al 48 % de 2021, porcentaje que se reduce al 27,6 % en las empresas consolidadas. Sorprenden las grandes diferencias entre hombres y mujeres, de manera que mientras casi el 74 % de los emprendedores incipientes masculinos tiene en su mente hacerlo, solo un 43 % de las mujeres responde afirmativamente a esta cuestión. Aunque las diferencias no son tan acusadas en el emprendimiento consolidado, el grado de digitalización del emprendimiento masculino es también claramente superior (32,8 % vs 22,8 %). Del mismo modo, también es reseñable que el nivel de digitalización aumenta con el nivel educativo del entrevistado.

Con respecto a la sostenibilidad, una gran mayoría de los nuevos emprendedores tiene en cuenta al tomar sus decisiones tanto las implicaciones sociales de las mismas (81,2 %) como las implicaciones medioambientales (76,9 %) e incluso una buena parte de los mismos ha adoptado medidas específicas en esta dirección, en particular en lo que respecta a la dimensión medioambiental. Más sorprendente resulta, sin embargo, que no son muchos los nuevos emprendedores conscientes de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. En concreto, apenas uno de cada cuatro responde afirmativamente a esta cuestión.

El observatorio GEM también estudia las percepciones expresadas por la sociedad aragonesa en relación con el emprendimiento. Es importante tener en cuenta que la puesta en marcha de un nuevo negocio es un proceso complejo y necesita, en todo caso, de la existencia de buenas oportunidades que justifiquen el esfuerzo y el riesgo que debe asumirse. En este sentido, uno de los motivos que más condiciona la creación de nuevos negocios es la identificación de buenas oportunidades para emprender, la posesión de los conocimientos y habilidades suficientes para hacerlo o la posición que

adopte el potencial emprendedor ante el fracaso. En relación con la primera de estas dimensiones, en torno a uno de cada cuatro aragoneses (26,7 %) percibe que existen buenas oportunidades para emprender en su entorno, algo menos de la mitad (43,7 %) considera que posee los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, proporción que, lógicamente, es mucho más elevada dentro del colectivo de los emprendedores (73,9 %). El miedo al fracaso es un obstáculo importante para el 57,9 % de la población, sobre todo para el colectivo no emprendedor (59,6 % en este grupo, 46,2 % en los emprendedores).

Tal como se ha señalado en el documento, el informe GEM utiliza como principal fuente de información el resultado obtenido a partir de una encuesta realizada a 1.200 ciudadanos residentes en la Comunidad. No obstante, el estudio también hace uso de información más detallada proporcionada por un reducido número de expertos (43), seleccionados en función de su experiencia y competencia en determinados ámbitos. Estos expertos expresan su opinión acerca de las condiciones del entorno en el que se lleva a cabo la actividad empresarial. Como viene sucediendo tradicionalmente, los resultados que se derivan de su valoración no son especialmente positivos, al no alcanzar con frecuencia el umbral de cinco puntos en una escala de 0 a 10. En concreto, y como viene siendo habitual a lo largo de los años, las dimensiones peor valoradas son la educación y formación emprendedora en la etapa escolar, la existencia de financiación suficiente o la excesiva burocracia que rodea al proceso de constitución de una empresa. Por el contrario, las dimensiones mejor percibidas son la existencia y acceso a infraestructuras, tanto físicas y de servicios como comerciales y profesionales, la percepción relativa a las prácticas vinculadas con la sostenibilidad o las políticas gubernamentales (programas de ayuda).

Para concluir, señalar que este informe GEM Aragón 2022-2023, 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 Aragón Emprende, 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 ARIES, Aragón, Impulso de Empresas (<https://pyme.aragon.es/aries/>), promovido desde la Dirección General de Industria y

PYMES 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 más de veinte años de vigencia del programa se han atendido más de 15.000 propuestas, aproximadamente un tercio de las cuales se han convertido en nuevas empresas. Y lo que es más importante, una buena parte de los proyectos descartados se han desestimado sin llegar a ponerse en marcha, normalmente por entender que la propuesta no resultaba viable. Si pensamos solo en términos de indicadores como el TEA, este tipo de iniciativas tiene un efecto negativo en la tasa de emprendimiento, al desanimar a algunos emprendedores a poner en marcha su proyecto, lo que en último término redundaría en un menor valor del indicador. Sin embargo, un menor número de empresas creadas podría verse compensado por la mayor calidad de las mismas, con la consiguiente reducción en el número de abandonos y un mayor volumen de emprendimiento consolidado.

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

Otro aspecto a tener en cuenta es que promover el emprendimiento debe llevar asociado el apoyo de estas iniciativas, no solo en la fase de constitución o creación, sino también en los primeros años de vida de la empresa, con el fin de favorecer su consolidación y, en la medida de lo posible, su crecimiento. Aunque el índice TEA es

algo más bajo en Aragón, la información recogida en este documento ha puesto de manifiesto que la tasa de abandonos ha sido tradicionalmente inferior, mientras que la supervivencia de las empresas aragonesas suele ser más elevada. Es importante destacar que la mayoría de las empresas creadas a través del Programa ARIES lo han sido en pequeños núcleos de población (del total de proyectos puestos en marcha, más de la mitad se han desarrollado en la provincia de Huesca y algo más de la cuarta parte en Teruel, mientras que Zaragoza apenas representa el 20 % del total), con el consiguiente efecto positivo desde el punto de vista del emprendimiento rural, aspecto que, según se ha puesto de manifiesto en este informe, resulta de especial relevancia para la Comunidad. Si a los proyectos de emprendimiento en el ámbito rural que supone el programa ARIES le añadimos los proyectos de emprendedores puestos en marcha a través del Servicio de Creación de Empresas y Emprendimiento del Instituto Aragonés de Fomento (PAE), la configuración de las tasas de emprendimiento por provincias queda prácticamente idéntica a la distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia que aparece reflejada en el informe GEM.

Un análisis realizado a finales de 2019 (y que es continuación de otros estudios equivalentes llevados a cabo en 2014 y 2016, con similares resultados) sobre la tasa de supervivencia de las empresas creadas a través de los Punto de Asesoramiento al Emprendedor (PAE) del Instituto Aragonés de Fomento, muestra que las iniciativas que han recibido el apoyo de estos servicios aumentan sustancialmente sus opciones de supervivencia. En concreto, un 79,3 % de las empresas que recibieron el apoyo de estos servicios en 2013 continuaban activas cinco años después. Este porcentaje es 35 puntos porcentuales superior al que se deriva de la observación de las cifras de supervivencia media a cinco años de las empresas en España, y que alcanza el 44,1 %, según se desprende de los datos del DIRCE (INE). Las tasas de supervivencia de las empresas constituidas más recientemente no son muy diferentes: casi el 80 % de las empresas que se crearon en 2014 y 2015 dentro de este programa permanecían activas en 2018 (la media nacional se sitúa en torno al 50 %) y casi el 90 % de las creadas en 2016 (64 % en España). Es cierto que, al tratarse de programas específicos y que cubren un número reducido de empresas, estos datos no pueden generalizarse de forma directa, pero también lo es que la evidencia empírica parece apuntar que un adecuado asesoramiento y seguimiento de las nuevas empresas aumenta de forma importante sus opciones de supervivencia.

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, debe valorarse muy positivamente el interés mostrado por el Gobierno de Aragón, a través de su Departamento de Economía, Empleo e Industria, 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 Aragón Emprende, 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 de Zaragoza, Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio, Universidad de Zaragoza, Universidad San Jorge, Fundación Caja Inmaculada, Fundación Ibercaja, Instituto Aragonés de la Juventud, Instituto Aragonés de la Mujer, Fundación de Innovación y Transferencia Agroalimentaria de Aragón, Fundación Caja Rural de Aragón Bantierra, UPTA Aragón, Ayuntamiento de Zaragoza, Red Aragonesa de Desarrollo Rural, Instituto Tecnológico de Aragón, Asociación Aragonesa de Mujeres Empresarias y Profesionales, Cepyme Aragón y Cepyme Zaragoza.

Gracias a su enfoque, ha conseguido aunar las políticas destinadas al fomento de la actividad del colectivo emprendedor a nivel regional, posicionándose como el canal único del emprendimiento aragonés, desarrollando iniciativas como el Concurso IDEA, la Semana del Emprendimiento en Aragón, el portal único de emprendimiento <https://www.emprenderenaragon.es/>, la Red Aragonesa de Centros de Emprendimiento (Red ARCE), la Cátedra Emprender de la Universidad de Zaragoza, el Premio Caixa Emprendedor XXI, el Encuentro de Emprendimiento, Economía y Sociedad UIMP, así como en otras actuaciones en las que participa la Fundación.

En consecuencia, el Gobierno de Aragón, a través de iniciativas como la Fundación Aragón Emprende, 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.

De hecho, tanto el Instituto Aragonés de Fomento como la propia Fundación Aragón Emprende desempeñan un papel relevante en algunas leyes relacionadas con esta materia. Es el caso, por ejemplo, de la Ley 7/2019, de 29 de marzo, de apoyo y fomento del emprendimiento y del trabajo autónomo en Aragón y que tiene como objeto la promoción del cambio, la renovación y el impulso del modelo productivo aragonés basado en el emprendimiento y trabajo autónomo, con el fin de contribuir al desarrollo socioeconómico de Aragón. Esta ley establece algunos sectores prioritarios de actuación, así como instrumentos financieros para el desarrollo del emprendimiento y el trabajo autónomo, facilita los trámites administrativos, además de proporcionar asesoramiento, formación y acompañamiento a cualquier persona emprendedora que quiera poner en marcha una idea para que su proyecto se consolide, crezca y genere nuevos empleos de calidad. También debe hacerse referencia a la Ley 13/2023, de 30 de marzo sobre dinamización del medio rural de Aragón, en la que se reconoce que Aragón necesita de una legislación que potencie las vías de actuación en torno al medio rural para su dinamización o revitalización y en la que, entre otros aspectos, el capítulo II incide en la importancia del fomento de la cultura emprendedora en el ámbito rural.

RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2022-2023

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM España) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Yago Atrio Lema y Mahsa Samsami (Equipo Dirección Técnica GEM España) Isidro de Pablo López, José Ruiz Navarro y María Saiz (Comité de dirección del Observatorio) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Carmen Camelo Ordaz José Manuel Sánchez Vázquez Juan Pablo Diáñez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Junta de Andalucía. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades.
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) José Céspedes Lorente Juan García García	Universidad de Almería Diputación de Almería
Cádiz	Universidad de Cádiz	Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Virués Vega Juan Pablo Diáñez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Universidad de Cádiz IEDT, Diputación de Cádiz

Córdoba	Universidad Loyola Andalucía	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Emilio Morales Fernández Joaquín García-Tapial Mercedes Pérez Millán	Universidad Loyola Andalucía
Granada	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bójica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo	Universidad de Granada
Jaén	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortíz (Coordinadora) Elia García Martí José García Vico Lucas Antonio Cañas Lozano Manuel Carlos Vallejo Martos María Gutiérrez Salcedo Raquel Barreda Tarrazona Julio Vena Oya María de la Paz Horno Bueno	Universidad de Jaén
Málaga	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez	Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra de Emprendimiento Sostenible Promalaga
Sevilla	Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aída del Cubo Ana M ^a Domínguez Quintero José Fernández Serrano Juan Alberto Hueso Arrabal Inmaculada Jaén Figueroa Ana Perez Luño Elena Sousa	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)

Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director GEM-Aragón) Consuelo González Gil (Co-Directora GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maícas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Aragón Emprende Cátedra Emrender Departamento de Economía, Empleo e Industria del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Manuel González Díaz (Director GEM- Asturias) Vanesa Solís Rodríguez Marta Fernández Barcala Susana López Bayón Irene Martínez López Matías Mayor Fernández	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella Francina Orfila Sintés César Llorente López Joan Garau Vadell M. Vanessa Díaz Moriana	Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears
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 Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Ana Isabel Lemes Hernández	Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora Técnico GEM-Cantabria)	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Igualdad, Cultura y Deporte

		Elsa Diez Busto Carlos López Gutiérrez Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz Francisco Manuel Somohano Rodríguez	Santander Universidades
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Enric Genescà Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Teresa Obis	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Directora Técnica GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M ^º Ruiz Palomo	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León Cátedra de Finanzas Sostenibles UPSA-Mapfre	Nuria González Álvarez (Directora GEM-Castilla y León) Daniel Alonso Martínez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Luis Gregorio Holguin Galarón Laura Magdalena Miguel Alberto Matellán Pinilla Luis Alberto Rivas Herrero	Universidad de León Universidad Pontificia de Salamanca

Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) José Aguado Romero Juan Miguel Alcántara Pilar Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma de Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Adriana Pérez Encinas Miguel Angoitia Grijalba Yolanda Bueno Hernández	Fundación para el Conocimiento Madri+d Comunidad de Madrid Universidad Autónoma de Madrid
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) 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	Universidad Miguel Hernández de Elche Generalitat Valenciana. Consellería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo Air Nostrum Aligrupo Catral Garden Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Escuela de Empresarios (EDEM) Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia

<p>Extremadura</p>	<p>Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura</p>	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) Mari Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Antonio Fernández Portillo (Responsable de datos) J. Carlos Díaz Casero Manuel Almodóvar González María Calzado Barbero Nuria Ramos Vecino Roberto Alejandro Hernández Renner</p>	<p>Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature</p>
<p>Galicia</p>	<p>Universidade de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)</p>	<p>Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López Emilio Ruzo Sanmartín David Rodeiro Pazos Marta Portela Maseda Jacobó Feás Vázquez Nuria Calvo Babío Lucía Rey Ares Esther Barros Campello Alberto Vaquero García Pilar Piñeiro García Guillermo Andrés Zapata Huamaní Yago Atrio Lema Mahsa Samsami</p> <p>Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández</p> <p>José Manuel Maceira Blanco M^a del Mar Barreiro Mariño</p>	<p>Universidade de Santiago de Compostela (USC) Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia) Universidade da Coruña Universidade de Vigo</p>

<p>La Rioja</p>	<p>Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja</p>	<p>Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Dominguez Ortega (Coordinador Técnico GEM Rioja) Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja) Andrés Morales José Eduardo Rodríguez Osés Lara Mata</p>	<p>Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) Day ONE Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA JIG Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas</p>
<p>Melilla</p>	<p>Universidad de Granada</p>	<p>María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Ana María Bojica Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo Rocío Llamas Sánchez Juan Antonio Marmolejo Martín</p>	<p>Universidad de Granada</p>
<p>Murcia</p>	<p>Universidad de Murcia</p>	<p>Alicia Rubio Bañón (Co-Directora GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín Joaquín Longinos Marin Rives José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Nuria Nevers Esteban Lloret Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid</p>	<p>Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Caixabank Fundación CajaMurcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia</p>

Navarra	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE</p> <p>Universidad de La Rioja</p> <p>King's College London (UK)</p>	<p>Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra)</p> <p>Raquel Orcos Sánchez</p> <p>Víctor Martín Sánchez</p>	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE</p> <p>Gobierno de Navarra - CEIN</p>
País Vasco	<p>Universidad del País Vasco UPV/EHU</p> <p>Deusto Business School</p> <p>Mondragón Unibertsitatea</p> <p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>	<p>María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)</p> <p>Aimar Basañez Zulueta</p> <p>David Urbano</p> <p>Iñaki Peña</p> <p>Jon Hoyos</p> <p>Nerea González</p> <p>Rebeca Martín Diez</p> <p>Valery Chistov</p> <p>Alaitz Zabala Zarauz</p>	<p>Universidad del País Vasco</p> <p>Universidad de Deusto</p> <p>Mondragon Unibertsitatea</p> <p>Grupo Spri Taldea</p> <p>Gobierno Vasco. Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras</p> <p>Diputación foral de Bizkaia</p> <p>Diputación foral de Guipúzcoa</p> <p>Diputación foral de Álava</p> <p>FESIDE</p> <p>Observatorio Vasco de Emprendimiento</p>
Trabajo de campo GEM España	<p>Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)</p>	<p>Josep Ribó (Director gerente)</p> <p>Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)</p>	<p>Observatorio del Emprendimiento de España_ RED GEM España</p>