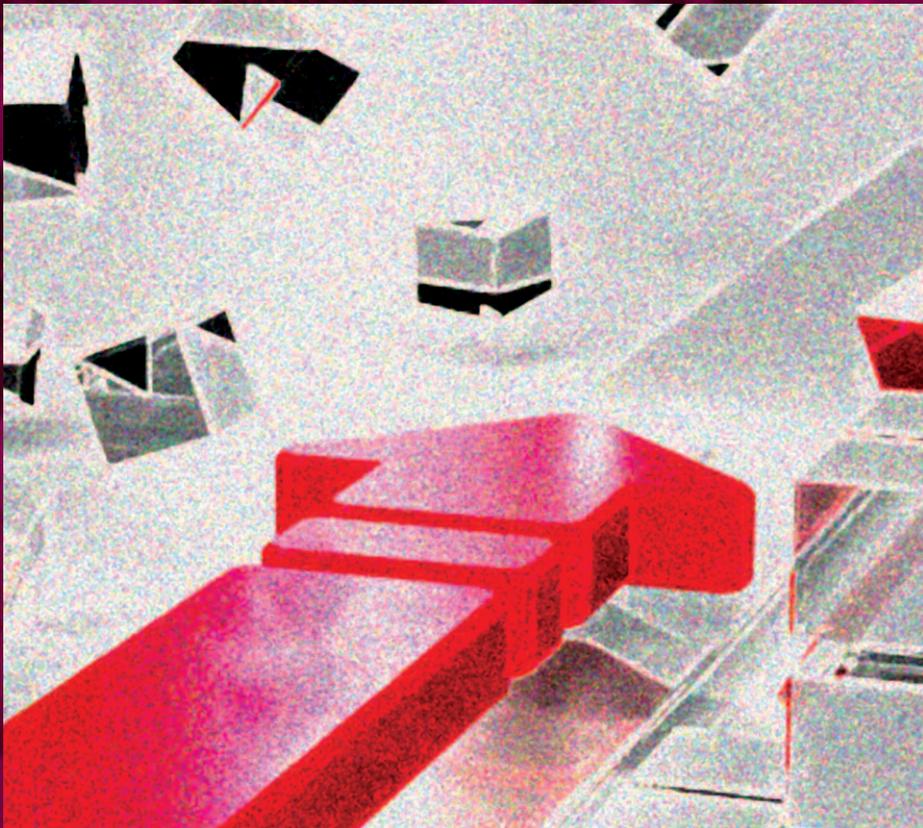




# GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2014 ARAGÓN



**DIRECCIÓN DEL PROYECTO:**

**Lucio Fuentelsaz**

Universidad de Zaragoza.  
Grupo de investigación Generés

**EQUIPO INVESTIGADOR:**

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



# GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2014 ARAGÓN

Realizan



**Universidad  
Zaragoza**



Patrocinan



Departamento de Economía,  
Industria y Empleo



## EQUIPO REGIONAL

## GEM-ARAGÓN

INSTITUCIÓN

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

MIEMBROS

Lucio Fuentelsaz Lamata  
(Director GEM-Aragón)

Cristina Bernad Morcate

Elisabet Garrido Martínez

Jaime Gómez Villascuerna

Consuelo González Gil

Juan P. Maicas López

Raquel Ortega Lapiedra

Sergio Palomas Doña

PATROCINADORES

Gobierno de Aragón.

Departamento de Economía, Industria  
y Trabajo

Fundación Emprender en Aragón

Edita: Universidad de Zaragoza

Depósito legal:

Imprime: INO Reproducciones

## RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2014

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

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

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

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
<b>Comunidad Autónoma de Madrid</b>	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)	Isidro de Pablo López <i>(Director GEM-Comunidad de Madrid)</i> Begoña Santos Urda	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)
	Universidad Autónoma de Madrid	Esperanza Valdés Lías Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Universidad Autónoma de Madrid
<b>Murcia</b>	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón <i>(Directores GEM-Murcia)</i> Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
<b>Navarra</b>	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart <i>(Director GEM-Navarra)</i> Martín Larraza Kintana	Universidad Pública de Navarra
	Universitat Autònoma de Barcelona	Raquel Orcos Sánchez Victor Martín Sánchez	Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa
<b>País Vasco</b>	Deusto Business School	Maribel Guerrero <i>(Directora GEM-País Vasco)</i> Iñaki Peña José L. González-Pernía	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad del País Vasco	María Saiz Jon Hoyos	
	Mondragón Unibertsitatea	Nerea González	
	Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano	

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

# EQUIPO GEM ESPAÑA 2014

## GEM España



## GEM Andalucía



Andalucía Emprénd. Fundación Pública Andaluza  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



## GEM Aragón



## GEM Canarias



## GEM Cantabria



## GEM Castilla la Mancha



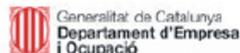
## GEM Castilla y León



## GEM Catalunya



Àrea de Desenvolupament Econòmic Local



## GEM Comunidad Valenciana



## GEM Extremadura



## GEM Galicia



## GEM Com. de Madrid



## GEM Ciudad de Madrid



## GEM Murcia



## GEM Navarra



Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa  
UPNA/Caixa Bank (CLEE)

## GEM País Vasco



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

El proyecto GEM Aragón 2014.....	19
I. Introducción .....	19
II. Modelo teórico GEM .....	19
III. El proceso emprendedor según el proyecto GEM .....	22
IV. Metodología .....	23
V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2013-2014.....	26

### CAPÍTULO 1

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

### CAPÍTULO 2

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

### CAPÍTULO 3

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

3.4. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras aragonesas .....	74
3.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas y de las empresas consolidadas .....	76
3.6. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado .....	77
3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón.....	82
3.8. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	83
3.9. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas .....	85
3.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	86
3.11. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas .....	88

## CAPÍTULO 4

Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés.....	91
4.1. Introducción .....	93
4.2. Sexo .....	93
4.3. Edad.....	94
4.4. Nivel de estudios.....	95
4.5. Posesión de formación específica para emprender.....	96
4.6. Nivel de renta anual.....	97
4.7. Tamaño del hogar (hábitat).....	98
4.8. Situación laboral.....	98
4.9. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2014 .....	99

## CAPÍTULO 5

La financiación del proceso emprendedor en Aragón.....	101
5.1. Introducción .....	103
5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una start up .....	104
5.3. El papel del inversor informal en Aragón y en el entorno GEM.....	105
5.4. Distribución y perfil de los inversores privados en negocios ajenos .....	106

## CAPÍTULO 6

### Actitudes, motivación y capacidad para emprender

en la población aragonesa .....	109
6.1. Introducción .....	111
6.2. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón .....	112
6.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender .....	113
6.4. Posicionamiento de Aragón en el plano nacional e internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender .....	115
6.5. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender .....	119

## CAPÍTULO 7

### Análisis general del entorno en el que se desarrolla

la actividad emprendedora .....	121
7.1. Introducción .....	123
7.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora .....	123
7.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Aragón .....	126
7.4. Situación de Aragón respecto a su grupo económico en cuanto a las principales condiciones del entorno .....	131

## CAPÍTULO 8

### Actividad emprendedora en las zonas rurales

8.1. Introducción .....	135
8.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana .....	136
8.3. Principales indicadores del proceso emprendedor en el ámbito rural y en el urbano .....	138
8.4. A modo de conclusión .....	139

CAPÍTULO 9	
El proceso emprendedor de los jóvenes .....	141
9.1. Introducción .....	143
9.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven .....	144
9.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón.....	145
9.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes.....	147
CONCLUSIONES .....	149

## ÍNDICE DE FIGURAS

0.1.	Contexto institucional y relación con el emprendimiento .....	21
0.2.	El proceso emprendedor según el proyecto GEM .....	22
1.1.	Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2008-2014. Evolución .....	33
1.2.	Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2008-2014. Evolución (%).....	36
1.3.	Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2008-2014 .....	38
1.4.	Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2008-2014 .....	39
1.5.	Evolución de la tasa de actividades consolidadas y abandonadas con respecto al TEA, 2008-2014 .....	40
1.6.	Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población entre 18 y 64 años .....	41
1.7.	Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas .....	42
1.8.	Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE .....	43
1.9.	Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2014 clasificados en función de su grupo económico .....	44
1.10.	Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas ..	45
1.11.	Actividad empresarial consolidada en la OCDE .....	46
1.12.	Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2014, clasificados en función de su grupo económico .....	47
1.13.	Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas .....	48
1.14.	Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE .....	49
1.15.	Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2014 clasificados en función de su grupo económico .....	50
1.16.	Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española .....	52
1.17.	Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE .....	53
1.18.	Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2014 clasificados en función de su grupo económico .....	54
2.1.	Motivación principal para las iniciativas emprendedoras .....	58

2.2	Evolución de la distribución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación .....	59
2.3.	Motivos para emprender: comparación regiones españolas.....	60
2.4.	Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones españolas .....	61
2.5.	Motivos para emprender: comparación OCDE .....	62
2.6.	Necesidad como motivo para emprender: comparación OCDE ..	63
2.7.	Motivos para emprender: comparación conjunto países GEM ...	64
2.8.	Necesidad como motivo para emprender: comparación conjunto países GEM.....	65
2.9.	Evolución de la distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender .....	66
3.1.	Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2008-2014) ....	72
3.2.	Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2008-2014) .....	73
3.3	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal .....	76
3.4.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados y su evolución temporal .....	77
3.5.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados esperado a cinco años vista .....	78
3.6.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el tramo de empleados esperado a cinco años vista .....	79
3.7.	Comparación de la expectativa de alto crecimiento en Aragón en relación con el resto de regiones españolas .....	80
3.8.	Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con los países de la UE .....	80
3.9.	Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con los países del proyecto GEM .....	81
3.10.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal.....	82
3.11.	Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal.....	83
3.12.	Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal .....	84

3.13. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal .....	84
3.14. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal.....	85
3.15. Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal.....	86
3.16. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal.....	87
3.17. Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora y su evolución temporal.....	87
3.18. Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal.....	88
3.19. Distribución de las empresas en fase consolidada según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal.....	89
5.1. Importancia del inversor informal: regiones españolas .....	105
5.2. Importancia del inversor informal: países OCDE .....	106
5.3. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión .....	108
6.1. Comparación regional del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región .....	112
6.2. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que ve buenas oportunidades (Aragón y países de la OCDE) ...	113
6.3. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera tiene buenos conocimientos, habilidades y experiencia para emprender.....	115
6.4. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera tiene buenos conocimientos, habilidades y experiencia para emprender, países de la OCDE .....	116
6.5. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que emprender proporciona un buen estatus social.....	117
6.6. Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que emprender proporciona un buen estatus social, países de la OCDE .....	117

6.7.	Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que los medios de comunicación dan buena cobertura al emprendimiento .....	118
6.8.	Comparación del porcentaje de población entre 18-64 años que considera que los medios de comunicación dan buena cobertura al emprendimiento, países de la OCDE .....	118
6.9.	Percepciones, valores y aptitudes de los aragoneses respecto al resto de España y de países GEM de la Unión Europea.....	119
7.1.	Valoración de los expertos: factores del entorno .....	124
7.2.	Posición de Aragón respecto a España y resto de los países GEM de su mismo grupo económico en cuanto al promedio de los factores del entorno valorado por los expertos .....	131
8.1.	Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana .....	136
8.2.	Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas.....	137
8.3.	Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor .....	138
8.4.	Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia..	139
9.1.	Evolución de la tasa de desempleo en menores de 25 años en Aragón por sexo .....	143
9.2.	Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven y adulta .....	145
9.3.	Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2008-2014).....	146

## ÍNDICE DE TABLAS

0.1. Distribución de los expertos por áreas de interés.....	24
0.2. Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón .....	25
0.3. Distribución de las entrevistas por sexo, edad, ámbito y provincia.....	25
1.1. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en Aragón, 2014 .....	32
1.2. Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2014 .....	34
1.3. Estimación del número de emprendedores incipientes.....	34
1.4. Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2008-2014 en función de la fase en la que se hallan.....	36
1.5. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2014 y su comparación con el período 2008-2014 .....	37
1.6. Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a Julio de 2014 y su comparación con el período 2008-2014 .....	38
1.7. Estimación del número de emprendedores potenciales en 2014 y comparación con el período 2008-2014 .....	51
2.1. Iniciativas emprendedoras según clase y motivación .....	59
3.1. Registro empresarial .....	72
3.2. Número de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas .....	75
4.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor .	94
4.2. Evolución del TEA femenino y masculino en Aragón (2008-2014).....	94
4.3. Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años) .....	95
4.4. Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (%).....	95
4.5. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%) .....	96
4.6. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%) .....	97
4.7. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (%).....	98
4.8. Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (media) .....	98
4.9. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor (%) ....	99
4.10. Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2014.....	100

5.1.	Características y distribución del capital semilla en 2014.....	104
6.1.	Entorno social: la motivación para emprender en la población aragonesa (porcentaje de respuestas afirmativas, 2014).....	114
7.1.	Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno .....	126
7.2.	Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en Aragón según la valoración de los expertos consultados .....	127
7.3.	Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora en Aragón, según la valoración de los expertos consultados ...	128
7.4.	Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor ....	129
7.5.	Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón .....	130
8.1.	Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2014) .....	135
9.1.	Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor .....	146
9.2.	Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2014 .....	147

# EL PROYECTO GEM ARAGON 2014

## I. Introducción

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

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

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

## II. El modelo teórico GEM

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

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

- 1) La elaboración de un **índice de actividad emprendedora**, distinguiendo entre el desarrollo de iniciativas empresariales (iniciativas en fase embrionaria, entendidas como aquellas que se están poniendo en marcha y que aún no han pagado salarios ni generado beneficios) y las nuevas empresas (iniciativas que se hallan en fase de consolidación, con menos de 42 meses de actividad).
- 2) El **análisis de los indicadores relacionados con la actividad emprendedora** (nivel de inversión requerida, tipo de financiación empleada, motivo por el que se decide crear la empresa, sector de actividad, expectativas de retorno de la inversión, creación de empleo, etc.).
- 3) Determinación de un **perfil del emprendedor**, así como un análisis de los **factores** que caracterizan el entorno que le rodea. Por este motivo, se ofrece en primer lugar un análisis de las variables socio-demográficas que caracterizan a los individuos que protagonizan el fenómeno emprendedor en los distintos países o regiones. Además, se ofrece un análisis de las políticas e infraestructuras de cada Comunidad o país relacionadas con la creación de empresas, tales como su posicionamiento con respecto a las políticas de formación, el acceso a la financiación, la transferencia de tecnología y conocimiento, las normas sociales y culturales, las políticas y programas gubernamentales, entre otros aspectos.
- 4) Incorporación de **variables que reflejan la preocupación política y social sobre determinados aspectos relacionados con la creación de empresas**, tales como la incidencia de la participación femenina en el fenómeno emprendedor, la importancia de la actividad emprendedora en las zonas rurales o el emprendimiento corporativo. Las encuestas a la población adulta y a los expertos de cada país, que se utilizan como principal fuente de información del proyecto, se renuevan parcialmente todos los años y siempre se preparan para recoger evidencias sobre los temas más actuales relacionados con la creación empresarial.

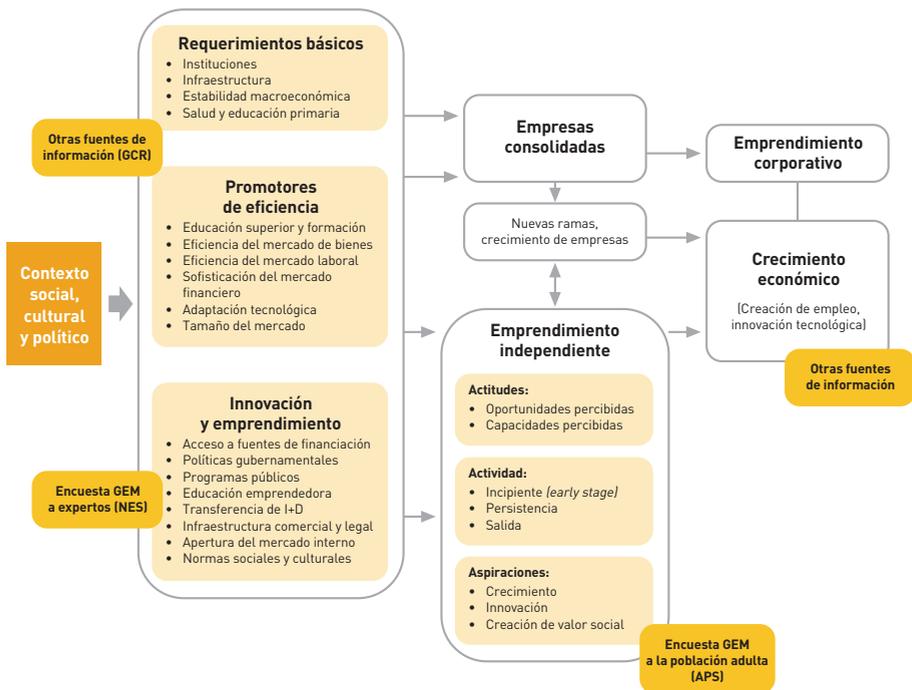
Con el fin de cumplir con los anteriores objetivos de información, el observatorio GEM desarrolla su actividad en base a los fundamentos del modelo teórico recogido en la Figura 0.1 y que se ha ido perfeccionando en los últimos años en el seno del Consorcio. En dicho modelo se integran aspectos vinculados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

<sup>1</sup> Schwab, Klaus [2012]. *The Global Competitiveness Report 2012-2013*. Geneva: World Economic Forum.

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

Figura 0.1.

### Contexto institucional y relación con el emprendimiento



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

### III. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM

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

Figura 0.2.

#### El proceso emprendedor según el proyecto GEM



Fuente: Informe Nacional GEM 2014

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

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

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

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

## IV. Metodología

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

- **Variables secundarias (VS)**, recopiladas en los organismos más prestigiosos en temas relacionados con la demografía, desarrollo económico, mercado laboral, innovación, competitividad y cuantas variables se consideran relevantes para establecer relaciones de causalidad y de otro tipo con las variables propias del proyecto. La recopilación trata siempre de buscar los datos más actualizados junto con las series temporales necesarias.
- **Encuesta a los expertos en el entorno para emprender (NES)**. Sirve para valorar el estado de las principales variables que influyen en el proceso emprendedor y que pueden condicionar su magnitud y características. Cada región selecciona una muestra representativa de expertos en financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales. La encuesta se realiza entre los meses de mayo y junio. En el presente informe se utilizan las opiniones de 45 expertos. La Tabla 0.1 muestra la distribución de estos expertos entre las distintas áreas de interés identificadas.

<sup>2</sup> GEM Aragón 2014 utiliza como única fuente de datos poblacionales de la Comunidad el INE.

**Tabla 0.1.**

<b>Distribución de expertos por área de interés</b>	
Apoyo financiero	5
Políticas gubernamentales	5
Programas gubernamentales	7
Educación y formación emprendedora	3
Transferencia de I+D	5
Infraestructura comercial y profesional	6
Apertura del mercado interno	6
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	4
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>

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

En el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón se han realizado un total de 2.000 encuestas en la edición de 2014, con las características que se describen en la Tabla 0.2.

**Tabla 0.2.**

<b>Ficha técnica de la investigación empírica en Aragón</b>	
Universo	Población residente en Aragón de 18 a 64 años
Población objetivo	840.483 personas
Muestra	2.000 personas
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural).  En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio.  Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcionales a la población de la Comunidad Autónoma.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral a priori (+/-) <sup>(1)</sup>	± 2,19%
Nivel de confianza	95,0%
Periodo encuestación	Junio-Julio 2014
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Codificación y base de datos	Instituto Opinòmetre

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

**Tabla 0.3.**

Provincia	Sexo		Edad					Ámbito		Total
	Hombres	Mujeres	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano	
Huesca	178	165	31	74	73	93	72	141	202	343
Teruel	111	102	23	44	44	56	46	119	94	213
Zaragoza	732	712	134	307	391	342	270	253	1.191	1.444
<b>Total</b>	<b>1.021</b>	<b>979</b>	<b>188</b>	<b>425</b>	<b>508</b>	<b>491</b>	<b>388</b>	<b>513</b>	<b>1.487</b>	<b>2.000</b>

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 2014, que recoge aspectos tales como la magnitud de las partes que integran el proceso emprendedor, el perfil del emprendedor, la motivación para emprender, las actitudes de la población ante el emprendimiento, las características de las iniciativas emprendedoras, la financiación del

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

Además de toda la información anterior, que forma la base para la elaboración de este informe, el lector interesado puede hallar información complementaria en los informes regionales que publican anualmente los equipos regionales y el equipo nacional de la red GEM España ([www.gem-spain.com/](http://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](http://www.gemconsortium.org)

## V. Score Cards o Cuadros Sintéticos e Indicadores, 2013-2014

En este apartado se resumen los indicadores más relevantes que se describen a lo largo del informe. Para facilitar la comparación e interpretación de estos indicadores, se recogen tanto los de Aragón como los del conjunto del país, y se muestran los de 2012 y 2013.

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

	Aragón		España	
	2013	2014	2013	2014
TEA, tasa de iniciativas de hasta 42 meses sobre población 18-64 años				
TEA total	4,2%	4,67%	5,2%	5,5%
<b>Distribución del TEA, tomado como 100%</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
TEA por necesidad	29,8%	34,2%	29,2%	29,8%
TEA por oportunidad	64,3%	60,4%	66,8%	66,1%
TEA por otro motivo	6,0%	5,4%	4,0%	4,2%
TEA del sector extractivo	7,2%	6,6%	3,5%	4,5%
TEA del sector transformador	15,2%	17,3%	14,9%	15,1%
TEA del sector de servicios a empresas	27,4%	20,7%	28,0%	28,7%
TEA del sector orientado al consumo	49,8%	55,4%	53,6%	51,8%
TEA sin empleados	47,8%	47,4%	52,2%	54,7%
TEA de 1-5 empleados	41,2%	41,8%	39,6%	37,1%
TEA de 6-19 empleados	11,0%	7,3%	5,1%	6,5%
TEA de 20 y más empleados	0,0%	3,5%	3,1%	1,7%
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	13,1%	15,9%	14,7%	14,7%
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	26,2%	11,4%	11,2%	10,7%
TEA iniciativas que utilizan tecnología de menos de un año	8,3%	10,5%	12,0%	11,6%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	29,8%	31,4%	27,2%	32,4%
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	3,6%	1,0%	0,1%	0,1%

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

	Aragón		España	
	2013	2014	2013	2014
<b>Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población</b>				
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	28,2%		30,8%	35,7%
Percibe buenas oportunidades para emprender	14,4%		16,0%	22,6%
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	47,1%		48,4%	48,1%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	50,2%		47,7%	46,5%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	7,8%		9,3%	8%
Ha actuado como inversor informal o <i>Business Angel</i>	2,3%		3,2%	3,7%
<b>Valoración media de expertos de las condiciones de entorno (entre 1 y 5)</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Financiación para emprendedores	2,25	2,14	1,79	2,14
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,59	2,61	2,34	2,50
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,25	2,37	2,01	2,40
Programas gubernamentales	3,03	3,07	3,05	2,88
Educación y formación emprendedora en etapa escolar	1,91	1,84	1,37	1,84
Educación y formación emprendedora en etapa post escolar	2,73	2,69	2,25	2,61
Transferencia de I+D	2,78	2,55	2,19	2,45
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,24	3,09	2,53	3,03
Dinámica del mercado interno	2,94	2,64	2,14	2,87
Barreras de acceso al mercado interno (de menos a más favorable)	2,62	2,58	2,28	2,47
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,92	3,74	3,91	3,64
Normas sociales y culturales	2,41	2,67	2,11	2,64
Apoyo al emprendimiento femenino	3,24		2,91	
Apoyo al emprendimiento con alto potencial de crecimiento	3,11		2,72	
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	3,30		2,86	
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,58		3,97	
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	2,87		2,61	





**CAPÍTULO I**  
**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA**  
**Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ARAGÓN**



## 1.1. Introducción

El capítulo inicial del informe GEM Aragón 2014 se centra en el estudio de la propensión a la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma. El análisis de esta dimensión resulta importante para entender la dinámica emprendedora, principalmente por dos motivos. En primer lugar, y tomando como referencia una lógica temporal, analizar esta variable a lo largo de los siete años que lleva desarrollándose el proyecto nos permite observar la evolución en el tiempo del comportamiento emprendedor de la sociedad aragonesa. Al mismo tiempo, nos faculta para analizar la efectividad de las medidas adoptadas desde los diferentes órganos reguladores y valorar el impacto de los factores adversos que han presidido el escenario económico durante este periodo. En segundo lugar, adoptando una perspectiva transversal, el estudio permite comparar la situación de la Comunidad con las demás regiones españolas, así como con los demás países que participan en el proyecto GEM. Esta posibilidad de establecer puntos de comparación con otras comunidades autónomas y con otros países confiere un valor añadido a este tipo de iniciativas.

El primer paso dentro del capítulo consiste en ofrecer información precisa sobre la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés), que se define como el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) que declara estar involucrada en una actividad emprendedora. La TEA se descompone en iniciativas nacientes y nuevas. Por **iniciativas nacientes** entendemos aquellas actividades que tienen como objetivo poner en marcha un negocio que aún se encuentra en fase de organización y formalización. En la práctica, esto incluye las iniciativas en las que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que todavía no ha pagado salarios ni obtenido beneficios por un periodo superior a los tres meses. Por **iniciativas nuevas** se entienden aquellas que ya se han formalizado y que están en fase de consolidación. Se considera que esta fase se extiende hasta que la empresa alcanza los 42 meses de actividad económica.

Un dato en el que también debemos detenernos en este capítulo es la supervivencia de estas iniciativas en fase de establecimiento y consolidación. En estas primeras etapas, la fragilidad de las empresas es mayor, lo que se traduce en que su tasa de supervivencia es inferior a la que se observa en el caso de empresas ya establecidas. Por este motivo, el informe también analiza el abandono de iniciativas emprede-

doras y las causas de este. Finalmente, se utiliza la serie histórica de datos y la situación de otras regiones y países que participan en el proyecto GEM para analizar la evolución de estos indicadores, así como la posición de Aragón en el contexto de la actividad emprendedora que se desarrolla a nivel nacional e internacional.

## 1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa aragonesa

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

La Tabla 1.1 muestra que la TEA para Aragón durante 2014 fue del 4,67%. Si descomponemos este dato por tipo de iniciativa, se observa que aquellas denominadas *nacientes* representan más de la mitad de actividades emprendedoras, con un 2,68% de población adulta involucrada, mientras que las *nuevas*, por su parte, aglutinan al 1,99% de la población adulta aragonesa.

Tabla 1.1.

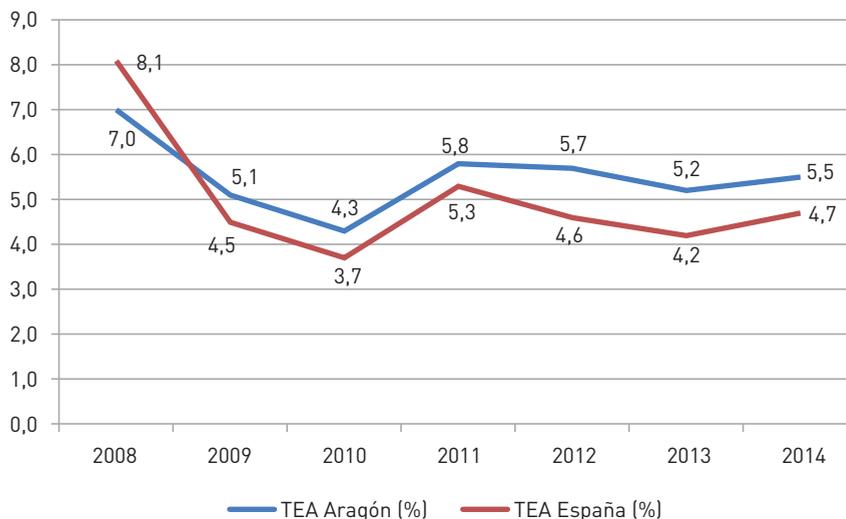
### Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2014. Descomposición

<b>TEA ARAGÓN 2014</b> (% sobre la población entre 18 y 64 años) 4,67%	% de iniciativas nacientes 2,68%
	% de iniciativas nuevas 1,99%

La Figura 1.1 muestra la evolución de la TEA desde 2008 y su comparación con el dato para España. Salvo en 2008, año en el que la celebración de la Exposición Internacional de Zaragoza pudo suponer un aumento notable en la creación de empresas, el TEA de Aragón se sitúa en toda la serie algo por debajo de la media nacional. La senda que dibuja el TEA en nuestra Comunidad es muy similar a la que se observa en el conjunto de España: fuerte disminución entre 2008 y 2010, coincidiendo

Figura 1.1.

Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2008-2014. Evolución



con el periodo más acusado de la crisis económica, una mejoría ostensible en 2011, una leve disminución en 2012 y 2013 y un repunte para el último año. Es importante notar que Aragón recupera presencia relativa en el último periodo. Así, mientras que en 2012 y en 2013 el TEA se encontraba a una distancia en el entorno de un punto respecto a la media nacional, en 2014 esta distancia se ha reducido ligeramente.

Con la información que se desprende del análisis anterior es posible estimar el número de iniciativas emprendedoras existentes en Aragón en el año 2014. Para ello, tomamos como dato la población con edad comprendida entre los 18 y los 64 años a 1 de enero de 2014 (842.790) y los porcentajes indicados anteriormente en relación a iniciativas *nacientes* y *nuevas*. Teniendo en cuenta el error estadístico que se deriva de la captación de datos para el informe mediante encuestas, se estima que el número de iniciativas *nacientes* oscilaría entre 16.585 y 28.470, mientras que el número de iniciativas *nuevas* se situaría entre 11.582 y 21.856. Considerando de forma conjunta ambos tipos de iniciativas, se estima que el número de iniciativas emprendedoras en Aragón se encuentra muy próximo a 40.000. La comparación de estas cifras con las obtenidas el año anterior pone de manifiesto un repunte tanto en las iniciativas *nacientes* como en las *nuevas*, que se estima en torno a las 5000 respecto al ejercicio anterior. La Tabla 1.2 muestra un estado resumen de esta información.

**Tabla 1.2.**

<b>Actividad emprendedora incipiente: número de iniciativas 2014</b>					
Ejercicio	Tipo de iniciativas	Estimación puntual (2014)	Estimación puntual (2013)	Estimación por intervalo	
				Extremo inferior	Extremo superior
2014	Nacientes	22.528	21.660	16.585	28.470
	Nuevas	16.719	13.990	11.582	21.856
	<b>TOTAL</b>	<b>39.426</b>	<b>35.650</b>	<b>31.484</b>	<b>47.009</b>

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

La Tabla 1.2 ofrecía el número de iniciativas emprendedoras dentro de cada categoría. Sin embargo, también resulta de interés el número de emprendedores que participan en dichas actividades. Ambas cifras difieren, ya que una iniciativa involucra frecuentemente a varios emprendedores. Particularmente, el número medio de propietarios de cada iniciativa en 2014 es aproximadamente de 1,7, lo que confirma el aumento en esta cifra que se observa en los últimos años (en el capítulo 4 se profundiza en este aspecto). La Tabla 1.3 proporciona los datos sobre número de emprendedores incipientes.

**Tabla 1.3.**

<b>Estimación del número de emprendedores incipientes</b>			
	2014	2013	Variación
Emprendedores nacientes	37.318	45.702	-18,3%
Emprendedores nuevos	30.215	22.133	+36,5%
<b>Total emprendedores incipientes</b>	<b>67.533</b>	<b>67.835</b>	<b>-0.4%</b>

En 2014 en torno a 67.500 personas eran propietarias de una actividad con menos de 3 años y medio de antigüedad, lo que supone una cifra casi idéntica a la observada el año anterior. Cabe señalar, como aclara-

ción, que un individuo deja de considerarse emprendedor cuando abandona su actividad, o cuando esta supera los 42 meses, computándose a partir de ese momento como iniciativa consolidada. En cuanto al tipo de emprendedores, algo más de la mitad de los propietarios lo son de iniciativas *nacientes*, mientras que el resto lo son de iniciativas *nuevas*. Comparando con el año anterior, el número de emprendedores *nacientes* experimenta un notable retroceso en 2014. Por el contrario, el de emprendedores *nuevos* aumenta sustancialmente. En cuanto a la distribución por número de propietarios, el 61% de iniciativas emprendedoras tenía un propietario, el 21,1% tenía dos, el 12,7% tres y el 5,3% restante tenía cuatro propietarios o más. Si analizamos estos datos desglosando por tipo de iniciativa, en el caso de las *nacientes*, el 59,7% tenía un único propietario, el 22,1% dos propietarios, el 12,8% tres y el 5,4% cuatro o más. En el caso de las *nuevas* los porcentajes son del 63,5%, 19,2%, 12,3% y 5% respectivamente.

La actividad emprendedora aragonesa en 2014, medida sobre la población con edad comprendida entre los 18 y los 64 años, ha experimentado un ligero repunte con respecto a 2013. El índice de actividad emprendedora ha pasado del 4,2% al 4,7%. El número de iniciativas *nacientes* ha aumentado aproximadamente en 1.000 en relación al periodo anterior, mientras que el número de iniciativas *nuevas* ha experimentado un aumento sustancial y próximo a 3.000. En términos de personas involucradas en actividades emprendedoras, las cifras en 2014 y en 2013 son muy similares, debido a la ligera reducción observada en el número medio de individuos involucrados en cada iniciativa.

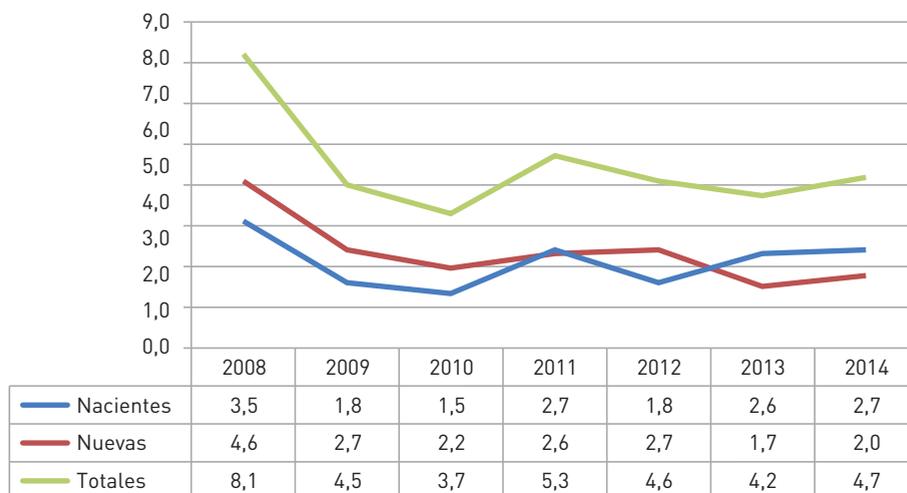
La tasa de actividad emprendedora se ha visto ligeramente incrementada producto del repunte de las iniciativas *nuevas* y del mantenimiento de las *nacientes*

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

Si ponemos nuestro foco de atención en la evolución del TEA para Aragón en los últimos siete años, periodo en el que se ha realizado el informe GEM en nuestra Comunidad, y obviamos el dato correspondiente a 2008, que es sustancialmente mayor al del resto de la serie (8,1%), observamos que para el resto del periodo el TEA ha fluctuado entre el 3,7% y 5,3%. Tras el descenso de este indicador hasta el año 2010, en el año 2011 se atisba cierta recuperación, con un aumento en la tasa de actividad emprendedora propiciado fundamentalmente por el fuerte aumento de iniciativas *nacientes*. En los siguientes años el TEA ha mostrado una ligera tendencia descendente, que se invierte en el 2014 producto del incremento en las iniciativas *nuevas*.

Figura 1.2.

Tasa de Actividades Emprendedoras (TEA) 2008-2014. Evolución (%)



La Tabla 1.4 presenta un estado resumen de la evolución, desde el año 2008 hasta el 2014, del número de iniciativas *nacientes* y *nuevas*, así como del conjunto de iniciativas emprendedoras. Hasta 2011 la evolución es similar para ambas: reducción entre 2008 y 2010 y aparente recuperación en 2011. Sin embargo, en 2012 y en 2013 la evolución de ambos tipos de iniciativas se separa. En el caso del año 2012, se produce un incremento de las iniciativas *nuevas*, acompañado de una reducción de las *nacientes*. El patrón en 2013 es el opuesto: el número de iniciativas *nacientes* aumenta notablemente, mientras que se observa una acusada reducción en el número de iniciativas *nuevas*. En 2014 tanto ini-

Tabla 1.4.

Comparación del número estimado de iniciativas emprendedoras de los años 2008-2014, en función de la fase en la que se hallan

Fase	Estimaciones puntuales						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Naciente	28.272	15.223	12.983	22.476	15.771	21.660	22.528
Nueva	37.157	22.835	19.041	21.643	23.313	13.990	16.719
TOTAL (0-42 meses)	65.429	38.058	32.024	44.119	39.084	35.556	39.426
Fase	Variaciones porcentuales						
	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	
Naciente	-46,2%	-14,7%	+73,1%	-29,8%	+37,3%	+4,0%	
Nueva	-38,5%	-16,6%	+13,7%	+7,7%	-40,0%	+19,5%	
TOTAL (0-42 meses)	-41,8%	-15,9%	+37,8%	-11,4%	-9,0%	+10,9%	

ciativas *nuevas* como *nacientes* vuelven a alinearse y a presentar una senda alcista, lo que resulta en el incremento del total de iniciativas incipientes respecto al año anterior.

## 1.4. Dinámica empresarial en la población activa aragonesa

Este informe ofrece también información sobre las actividades que han superado los tres años y medio de actividad y a las que en terminología GEM se denomina *consolidadas*. En el caso de Aragón, en 2014 un 7,8% de los individuos encuestados declara estar involucrado en una iniciativa *consolidada*. 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 65.762.

La Tabla 1.5 muestra también la evolución del porcentaje de adultos involucrados en iniciativas *consolidadas* y el número total de estas en el horizonte temporal 2008-2014. Hasta 2011 se observa un aumento sostenido en el número de este tipo de iniciativas. Sin embargo, esta senda se rompe en 2012, cuando se observa un acusado descenso, tendencia que se mantiene hasta el año 2014.

Tabla 1.5.

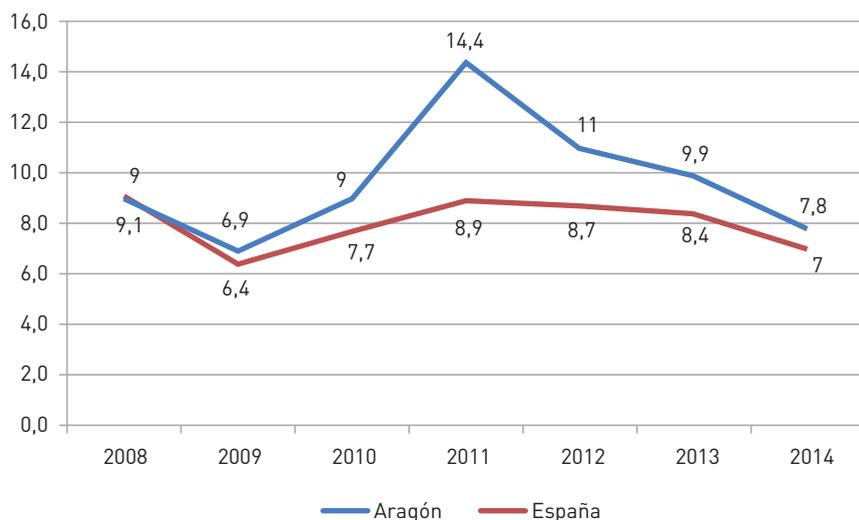
**Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Aragón en julio de 2014 y su comparación con el período 2008-2014**

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

La Figura 1.3 compara los datos para Aragón y España en relación al porcentaje de adultos involucrados en iniciativas *consolidadas*. En el conjunto de la serie, esta dimensión siempre ha mostrado valores superiores en Aragón que en el resto de España. La diferencia máxima se observa en 2011, cuando el dato de Aragón era 5,5 puntos superior. En 2014 las cifras tienden a igualarse, aunque la comunidad sigue encontrándose por encima de la media nacional. Del análisis de la serie, para la que ya se dispone de un número de observaciones razonable, sí que parece desprenderse la idea de que, con carácter general, Aragón es una región más emprendedora, ya que la proporción de empresas *consolidadas* es superior al promedio del país.

**Figura 1.3.**

**Tasa de actividades consolidadas en Aragón y España. 2008-2014**



Un dato que resulta interesante analizar de forma complementaria a la consolidación de actividades es su abandono. En 2014, un 1,4% declaró haber abandonado una actividad el año anterior (Tabla 1.6). Este porcentaje indica, si lo traducimos en números absolutos, que se abandonan en torno a 12.000 iniciativas emprendedoras. Es preciso notar que las cifras son prácticamente idénticas a las observadas para los dos últimos periodos, lo que indica cierta estabilización.

**Tabla 1.6.**

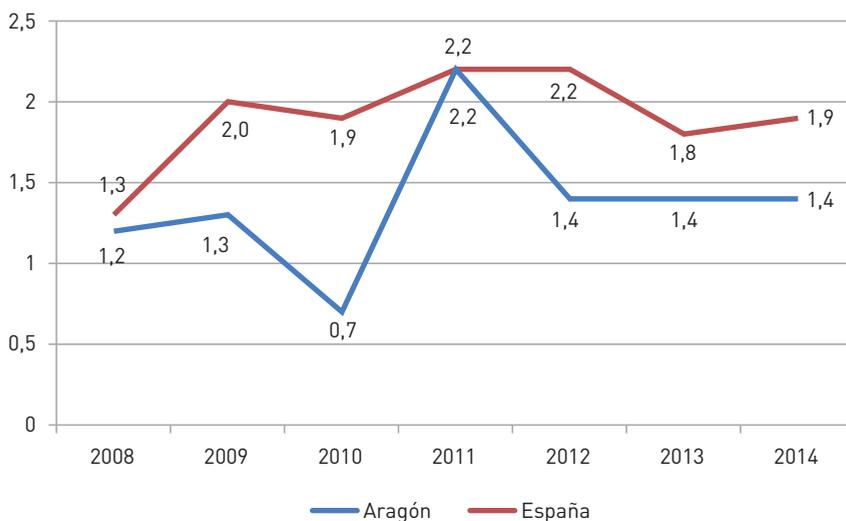
**Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Aragón los doce meses previos a Julio de 2014 y su comparación con el período 2008-2014**

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

Cuando ponemos la tasa de abandono en un contexto nacional, en Aragón se observa una cifra inferior a la media del conjunto del país (Figura 1.4). Para 2014, el dato está 0,5 puntos por debajo (1,4% frente a 1,9%). Esta tendencia se mantiene razonablemente estable para todo el periodo analizado excepto para 2011, año en el que España y Aragón igualaron sus tasas de abandono.

**Figura 1.4.**

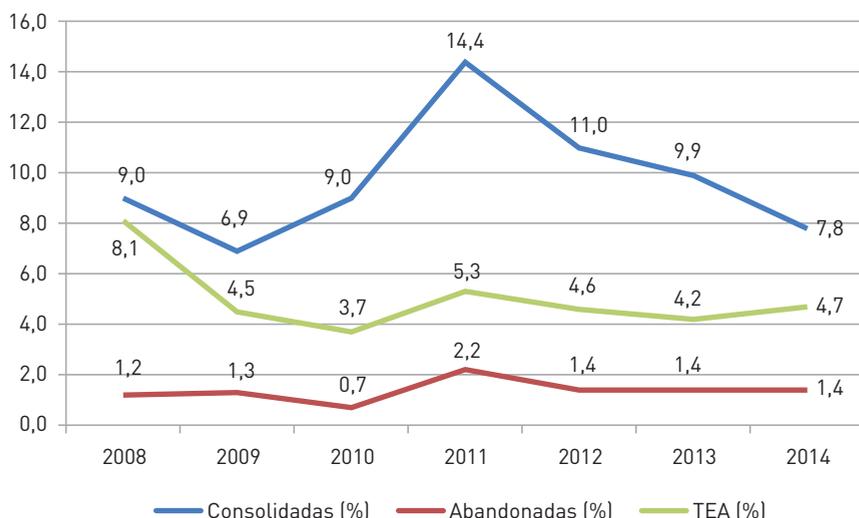
**Tasa de actividades abandonadas en Aragón y España. 2008-2014**



A título de resumen, la Figura 1.5 muestra la evolución de la tasa de emprendimiento, la tasa de consolidación y la tasa de abandono. El patrón general, como era esperable, es que la tasa de iniciativas *consolidadas* supera a la de emprendimiento, mientras que la tasa de abandono se mantiene en niveles relativamente bajos.

Figura 1.5.

**Evolución de la tasa de actividades consolidadas y abandonadas con respecto al TEA. 2008-2014**

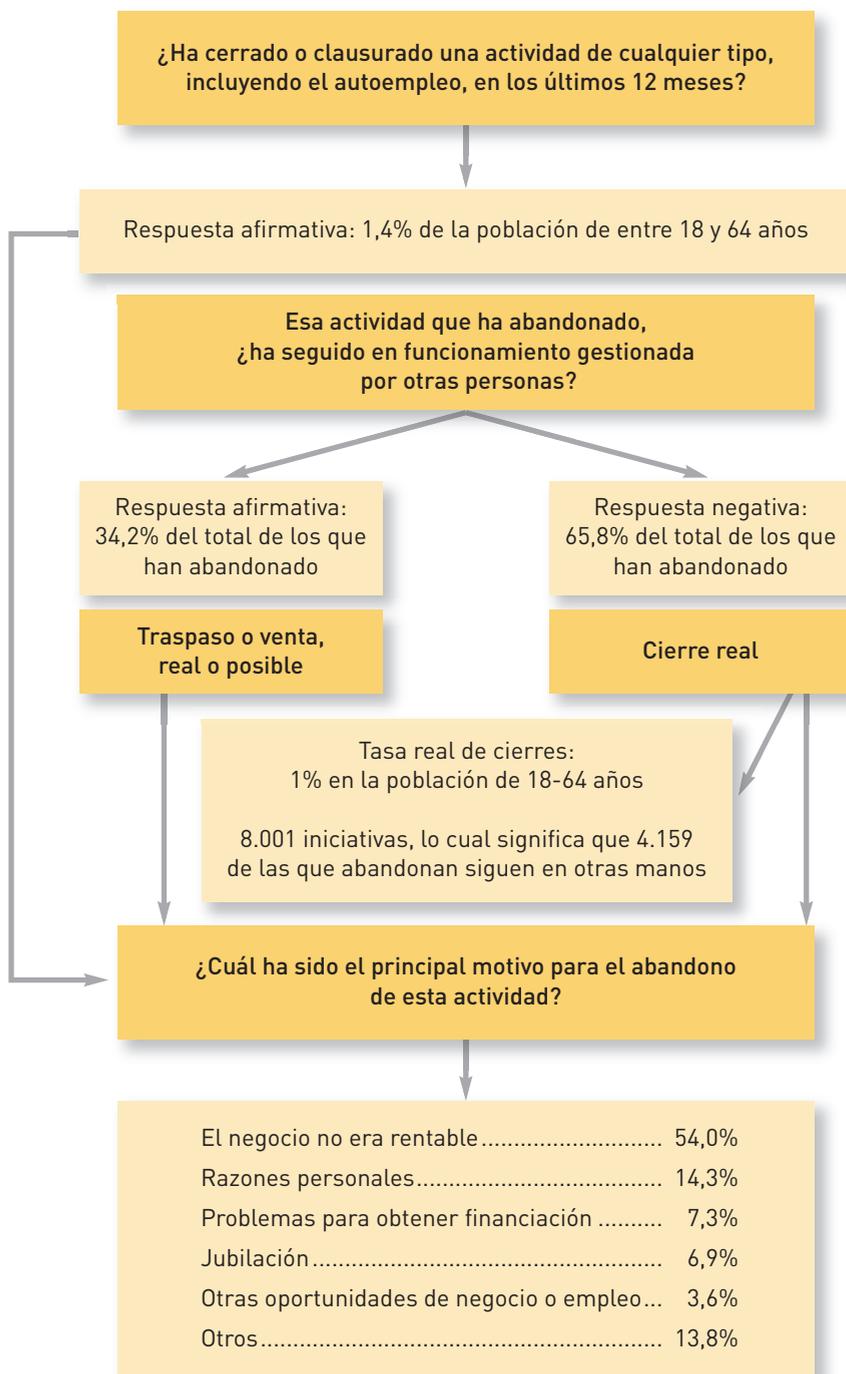


Llegados a este punto conviene señalar que no todas las actividades abandonadas por un empresario desaparecen, sino que pueden continuar, aunque lo sean en manos de otros propietarios. La Figura 1.6 nos ofrece una aproximación al porcentaje de actividades que han sido abandonadas de forma definitiva y a aquellas que siguen en funcionamiento. En 2014 solo el 65,8% de iniciativas abandonadas cerró definitivamente, continuando el 34,2% 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%. En términos absolutos esto implica que de las 12.160 iniciativas abandonadas en 2014, 8.001 supusieron un cese real de actividades, mientras que las 4.159 restantes continuaron bajo una nueva dirección. En el conjunto del país, la tasa de abandono efectivo en 2014 es también algo superior a la aragonesa y asciende hasta el 1,3%.

Los motivos por los que puede abandonarse una iniciativa son diversos, con implicaciones que pueden resultar claramente distintas. Así, el abandono por jubilación o por oportunidad de venta tiene implicaciones muy diferentes al abandono por falta de rentabilidad. La Figura 1.6 ofrece algunos detalles sobre el abandono y sus causas. El motivo principal para abandonar la actividad es no alcanzar un nivel de rentabilidad satisfactorio (54,0%), lo que podría asimilarse al fracaso de la misma. El segundo motivo son las denominadas razones personales (14,3%), seguido por los problemas para encontrar financiación (7,3% de los abandonos) y la oportunidad de encontrar empleo o iniciar una actividad diferente (3,6%).

Figura 1.6.

**Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población en con edad entre 18 y 64 años (2014)**



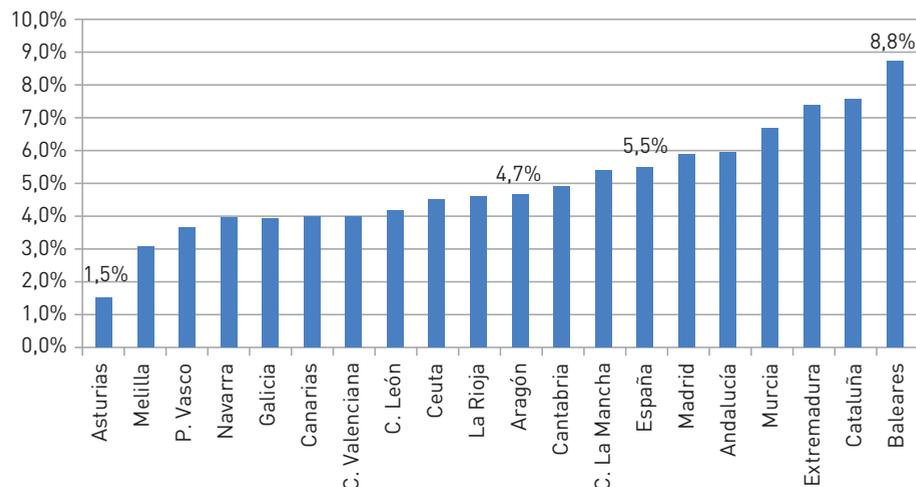
## 1.5. Actividad emprendedora en el contexto regional e internacional

En los apartados precedentes se ha presentado una comparación de los distintos indicadores de la actividad emprendedora española a lo largo de los siete años en los que se ha llevado a cabo el proyecto en Aragón. A continuación tratamos de completar esta información, situando estos indicadores en contexto nacional e internacional. Particularmente, se comparan los datos de Aragón con los de otras regiones españolas y con los demás países que participan en el proyecto GEM internacional.

La Figura 1.7 compara el TEA de Aragón con la del resto de regiones españolas, así como para el promedio del país. En el gráfico se observa que el TEA de Aragón (4,7%) se encuentra relativamente próximo, aunque por debajo, a la media nacional (5,5%). Comparado con las demás regiones, Aragón ocupa una posición intermedia. En el extremo superior destacan Baleares (8,8%), Cataluña (7,5%) o Extremadura (7,4%) también en posiciones sobresalientes, mientras que en el extremo inferior se sitúa Asturias (1,5%) que presenta un guarismo anormalmente bajo.

Figura 1.7.

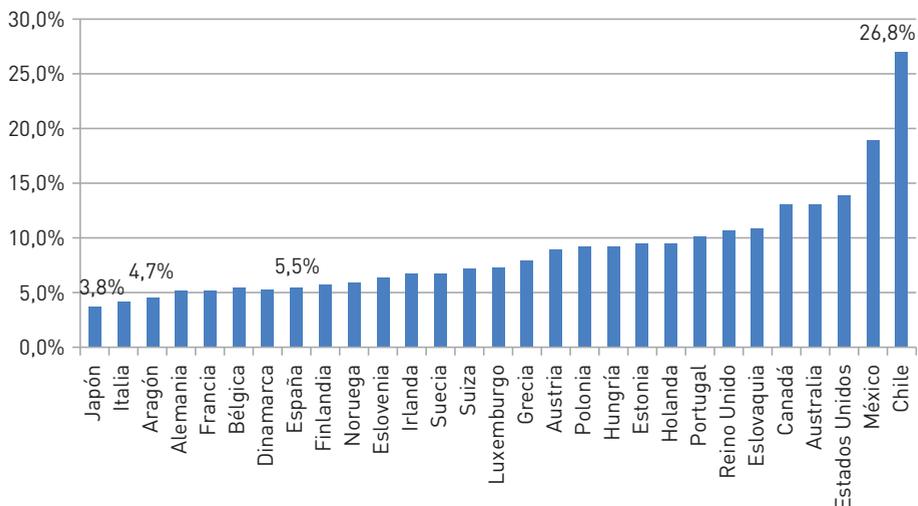
### Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en las regiones españolas



Si tomamos como elemento de comparación los países de la OCDE que participan en el proyecto GEM (Figura 1.8.), se observa que Aragón se sitúa al nivel de los países que presentan un menor TEA, por delante solo de Japón (3,8%) e Italia (4,4%) y muy próximo a Alemania (5,3%) y a Francia (5,3%). Es importante notar que en esta comparación existe una gran dispersión entre los extremos, como muestran los elevados valores de Chile (26,8%) o México (19%).

Figura 1.8.

### Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la OCDE



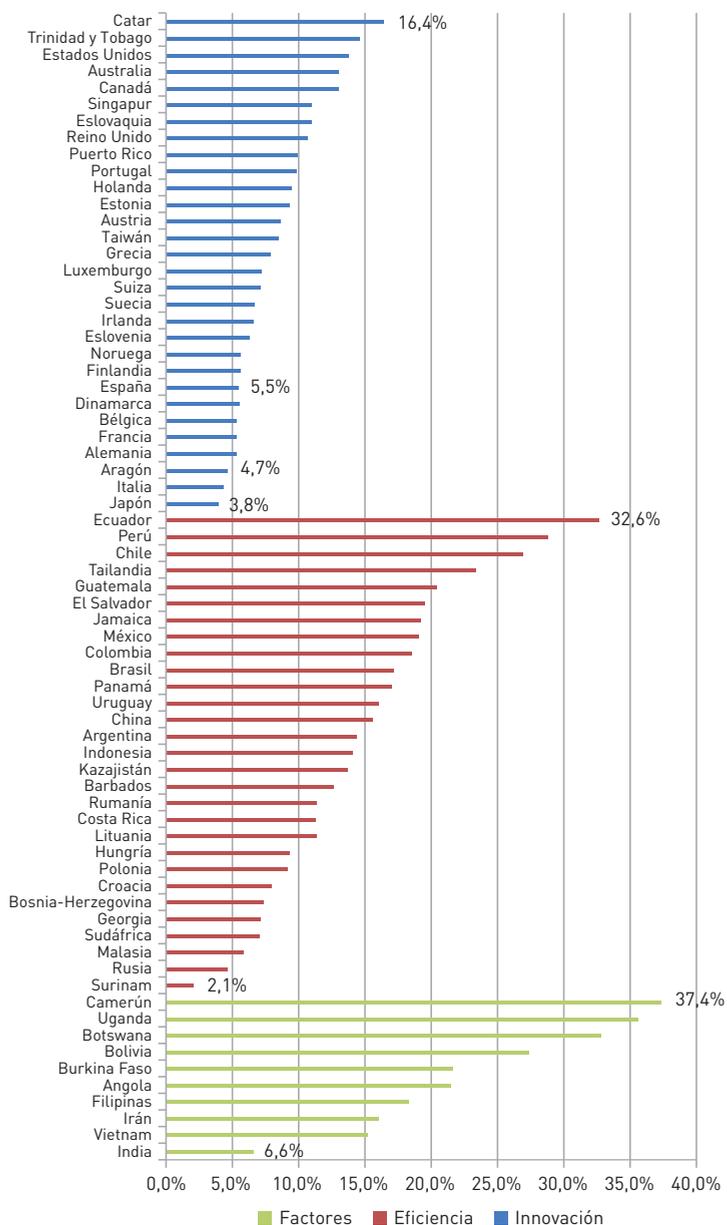
La Figura 1.9 es la última que establece comparaciones en términos de iniciativas emprendedoras. Antes de comenzar con el análisis de esta figura es preciso realizar una aclaración de naturaleza metodológica, que permitirá una mejor interpretación de la misma. El informe GEM proporciona los resultados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

Los países en vías de desarrollo (i.e., economías impulsadas por los factores de producción) suelen tener valores del TEA más elevados. Esto se debe, entre otros factores, al predominio de actividades cuyo origen está en la necesidad, a diferencia de países más desarrollados (i.e., economías impulsadas por la innovación) donde predomina más la oportunidad. Así, destacan los elevados valores de Camerún o Uganda, con un 37,4% y un 35,5% respectivamente de población adulta involucrada en iniciativas emprendedoras.

<sup>3</sup> Un análisis más detallado de esta clasificación puede verse en el informe GEM España 2014.

Figura 1.9.

**Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2014 clasificados en función de su grupo económico**



El segundo grupo de países, economías impulsadas por la eficiencia, presenta en conjunto valores para el TEA ligeramente por debajo de los valores medios ofrecidos por el grupo anterior, pero todavía superiores

a los de los países más desarrollados. Destaca aquí Ecuador (32,6%), seguido de Perú (28,8%) y Chile (26,8%). Finalmente, entre los países desarrollados, destacan Catar, Trinidad y Tobago y Estados Unidos, con valores por encima del 13%. Aragón, que se ubicaría en este grupo, ocupa un puesto rezagado de la clasificación, aunque por delante de economías como la de Japón y en guarismos muy similares a los presentados por Francia, Bélgica o Alemania.

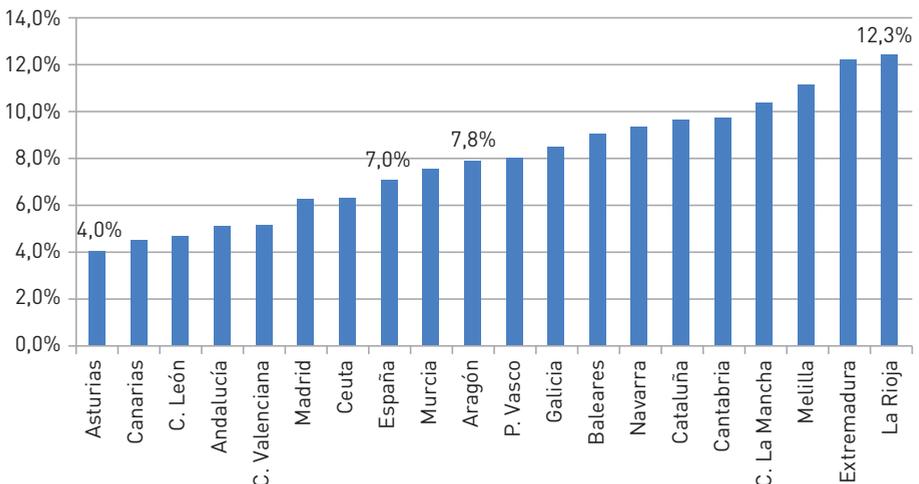
## 1.6. Dinámica empresarial en el contexto regional e internacional

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

La Figura 1.10 compara la tasa de iniciativas *consolidadas* en las regiones españolas. En el gráfico se observa que Aragón se sitúa en la undécima posición, superando la tasa promedio a nivel nacional de iniciativas *consolidados* (7,0%). Los valores ofrecidos por nuestra Comunidad se separan de los mostrados por las comunidades que ocupan los últimos lugares de esta clasificación: Asturias (4%), Canarias (4,5%) y Castilla y León (4,6%). En el extremo opuesto, destacan La Rioja y Extremadura, con valores de 12,3% y 12,2% respectivamente.

Figura 1.10.

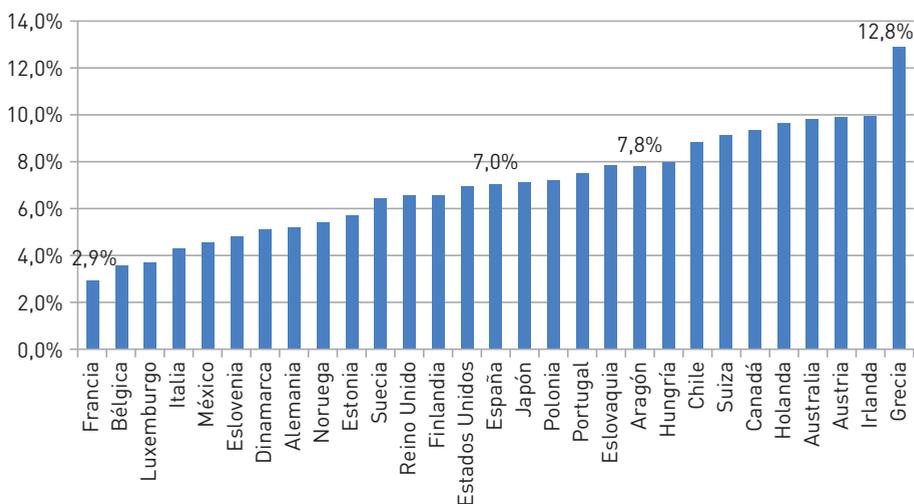
### Actividad empresarial consolidada en las regiones españolas



Cuando el punto de comparación son los países de la OCDE que participan en el proyecto GEM (Figura 1.11), observamos que Aragón ocupa la décima posición. Destacan en las primeras posiciones Grecia (12,8%) e Irlanda y Austria (9,9%). Esta posición de privilegio de nuestra Comunidad forma parte de una tendencia constante a lo largo de los últimos años cuando de iniciativas *consolidadas* hablamos. Los países con menor tasa de actividades *consolidadas* dentro del marco de la OCDE son Luxemburgo, Bélgica y Francia, que muestran cifras por debajo del 4%.

**Figura 1.11.**

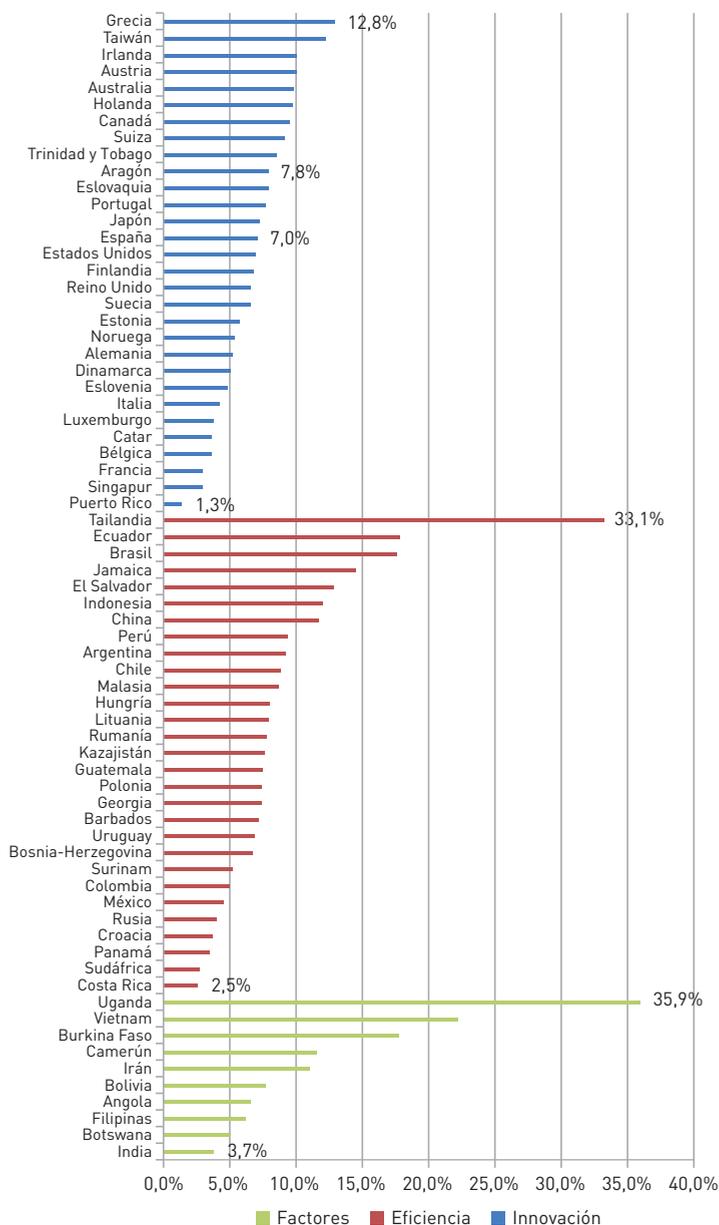
**Actividad empresarial consolidada en la OCDE**



Finalmente, al comparar con el conjunto de países participantes en el proyecto GEM, Aragón ocupa la décima posición entre las economías más desarrolladas, y la vigésimo octava al comparar con el conjunto total de países (Figura 1.12). A la cabeza de iniciativas *consolidadas* entre los países desarrollados se encuentra Grecia. Entre los países cuya economía se basa en la eficiencia destaca Tailandia (33,1%), mientras que Uganda lo hace entre las economías basadas en los factores productivos (35,9%). En la cola de los tres grupos sobresalen Puerto Rico (1,3%), Costa Rica (2,5%) e India (3,7%).

Figura 1.12.

**Actividad empresarial consolidada en los países participantes GEM 2014, clasificados en función de su grupo económico**



Este apartado finaliza con el análisis del porcentaje de adultos que han abandonado una iniciativa en el último año. Como se ha discutido anteriormente, no todos los abandonos suponen el cese definitivo de la ac-

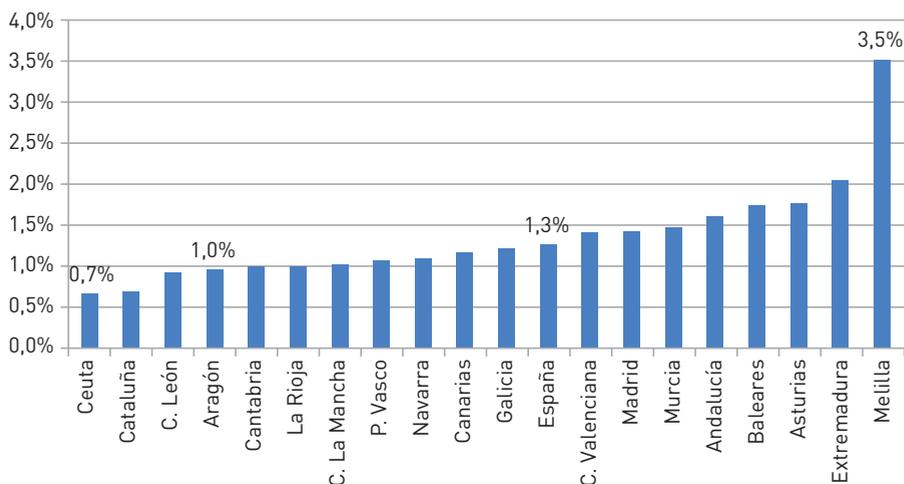
tividad. Una parte importante de ellos se produce debido al traspaso de la actividad a otro propietario o grupo de propietarios. En consecuencia, en este apartado comparamos lo que hemos denominado anteriormente como tasa de cierre efectivo. A modo de ejemplo, en el caso de Aragón se considera el 1% de ceses efectivos y no el 1,4% de abandonos.

En la Figura 1.13 se observa que la tasa de ceses efectivos en Aragón se sitúa en el tercio inferior, tres décimas por encima del nivel más bajo (Ceuta y Cataluña, las dos con un valor de 0,7%). Además, la Comunidad se encuentra por debajo de la media nacional (1,3%) y queda a una distancia considerable de los mayores valores entre las regiones españolas: Melilla (3,5%) y Extremadura (2%).

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 un poco más baja que en otras regiones, al considerar conjuntamente las tres dimensiones Aragón se encuentra en una posición algo más favorable que otras comunidades de nuestro entorno.

**Figura 1.13.**

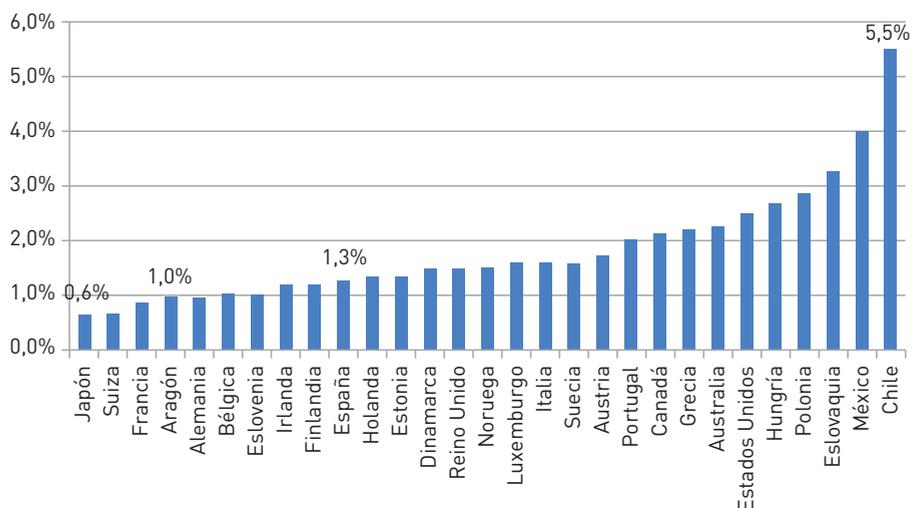
**Porcentaje de actividades abandonadas en las regiones españolas**



Si nos remitimos a la comparación entre el conjunto de los países pertenecientes a la OCDE que puede observarse en la Figura 1.14, las mayores tasas de cese efectivo se dan en Chile (5,5%), México (4,0%) y Eslovaquia (3,3%), posiciones que han venido ocupando sistemáticamente en los últimos años en esta clasificación. Aragón, por el contrario, se encuentra en el extremo inferior, sólo superada por Francia, Suiza y Japón. Con carácter general, se observa que esta clasificación es muy persistente, presentando cambios poco significativos con el transcurso del tiempo.

**Figura 1.14.**

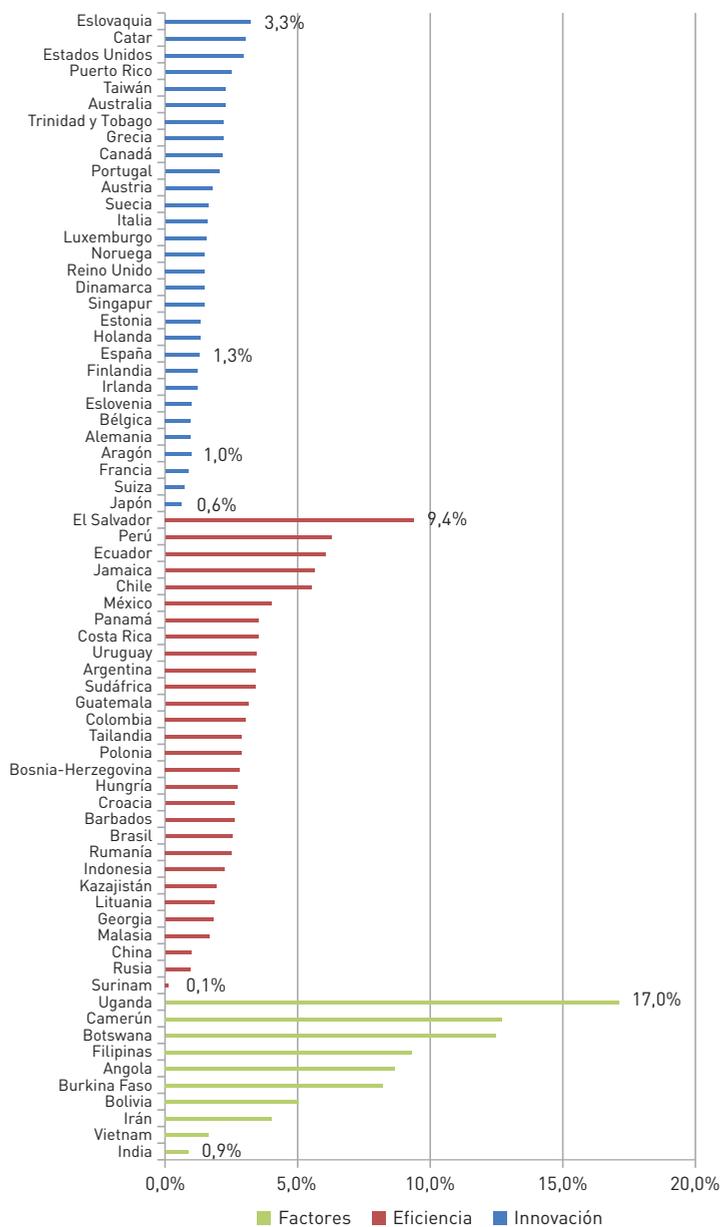
**Porcentaje de actividades abandonadas en la OCDE**



Finalmente, vuelve a realizarse una comparación para el conjunto de países del proyecto GEM (Figura 1.15). De entre todos, solo Surinam (0,1%) presenta valores por debajo del 0,5%. Japón y Suiza le acompañan con un 0,6%. Aragón ocupa una vez más posiciones de privilegio en esta clasificación. Entre las economías más desarrolladas Aragón se sitúa en cuarta posición, lejos de los valores de Eslovaquia (3,3%) y Catar (3%). Entre las economías basadas en la eficiencia destacan El Salvador como valor alto (9,4%) y Surinam como valor bajo (0,1%). Finalmente, entre las economías basadas en factores productivos, el mayor y menor valor corresponden a Uganda (17,0%) y la India (0,9%), respectivamente.

Figura 1.15.

Porcentaje de abandono de actividades en la población de los países GEM 2014, clasificados en función de su grupo económico



## 1.7. Potencial emprendedor

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

La Tabla 1.7 resume el potencial emprendedor registrado para Aragón en el horizonte temporal 2008-2014. Así, en 2014 un 6,0% de la población adulta declara tener intención de iniciar una actividad a corto o medio plazo. Este valor se encuentra ligeramente por debajo del observado en el periodo anterior (7,8%). En todo caso, puede observarse que a lo largo de estos siete años la tasa de potencial emprendedor ha fluctuado notablemente, con un valor mínimo del 3,8% en 2009 y un máximo de 11,6% en 2012. Cabe destacar la volatilidad de este indicador, presumiblemente muy sensible a variaciones en el ambiente económico percibido. En sintonía con esta idea, debe recordarse la fecha de realización de la encuesta, entre mayo y julio de 2014, donde las expectativas sobre el crecimiento y evolución de la economía eran menos alentadoras que las que se han ido presentando en los meses posteriores. Este hecho puede hacer augurar un repunte de esta categoría en el informe del año siguiente.

Si aplicamos el porcentaje de emprendedores potenciales sobre el total de la población adulta aragonesa, y bajo los mismos supuestos estadísticos que en el resto del capítulo, se puede estimar que el número de personas que planean iniciar una actividad económica en los próximos tres años se sitúa ligeramente por encima de los 50.000.

**Tabla 1.7.**

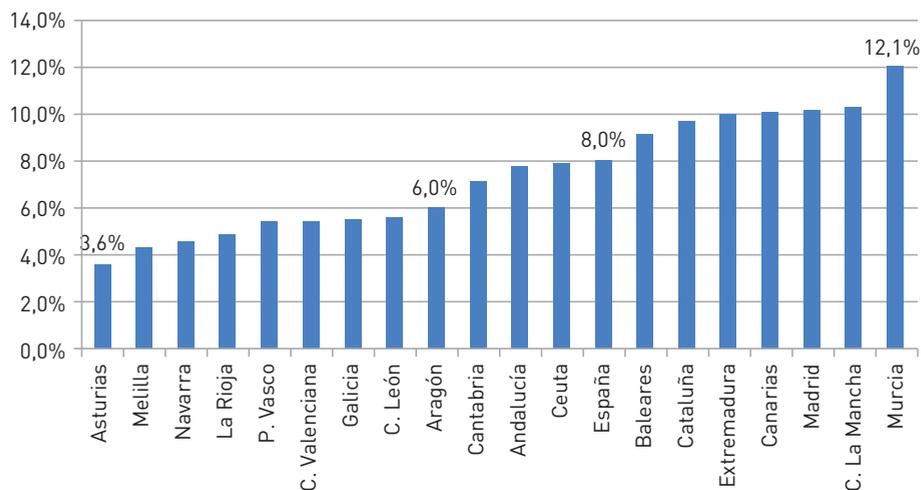
**Estimación del número de emprendedores potenciales en 2014 y comparación con el período 2008-2014**

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

La Figura 1.16 nos permite comparar el potencial emprendedor de las diferentes regiones españolas. La tasa de emprendimiento potencial sitúa a la comunidad dos puntos por debajo de la media nacional (8%). En esta clasificación, Murcia y Castilla La Mancha se sitúan en las primeras posiciones con un potencial emprendedor del 12,1% y 10,2% respectivamente. En el extremo opuesto se encuentran Asturias, Melilla, Navarra o La Rioja con valores por debajo del 5%.

**Figura 1.16.**

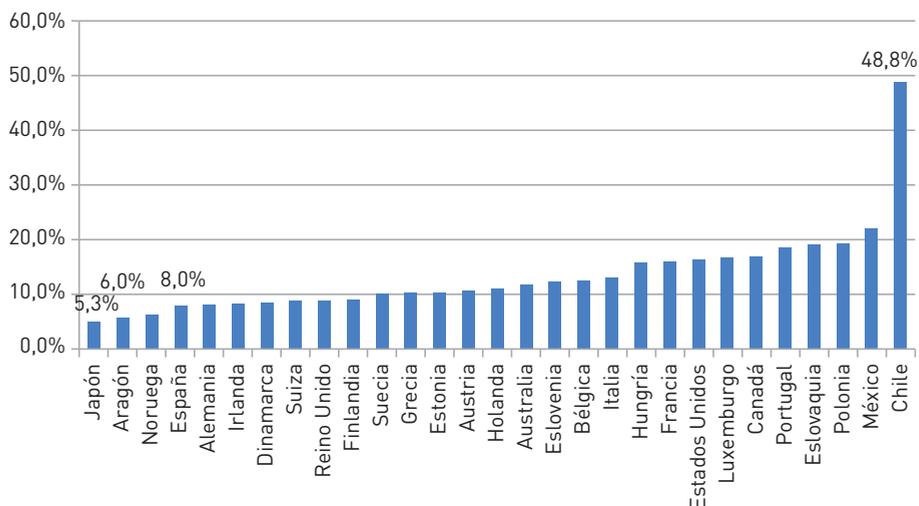
**Porcentaje de emprendedores potenciales en la población española**



La Figura 1.17 realiza una comparación entre los diferentes países miembros de la OCDE que participan en el proyecto GEM. La tasa de potencial emprendedor de Aragón sitúa a la comunidad en las últimas posiciones del bloque de países de la OCDE que presentan valores más modestos, junto a Japón (5,3%) o Noruega (6,2%). En el extremo superior destacan Chile y México, con tasas superiores al 22% (en el caso de Chile un 48,8%).

Figura 1.17.

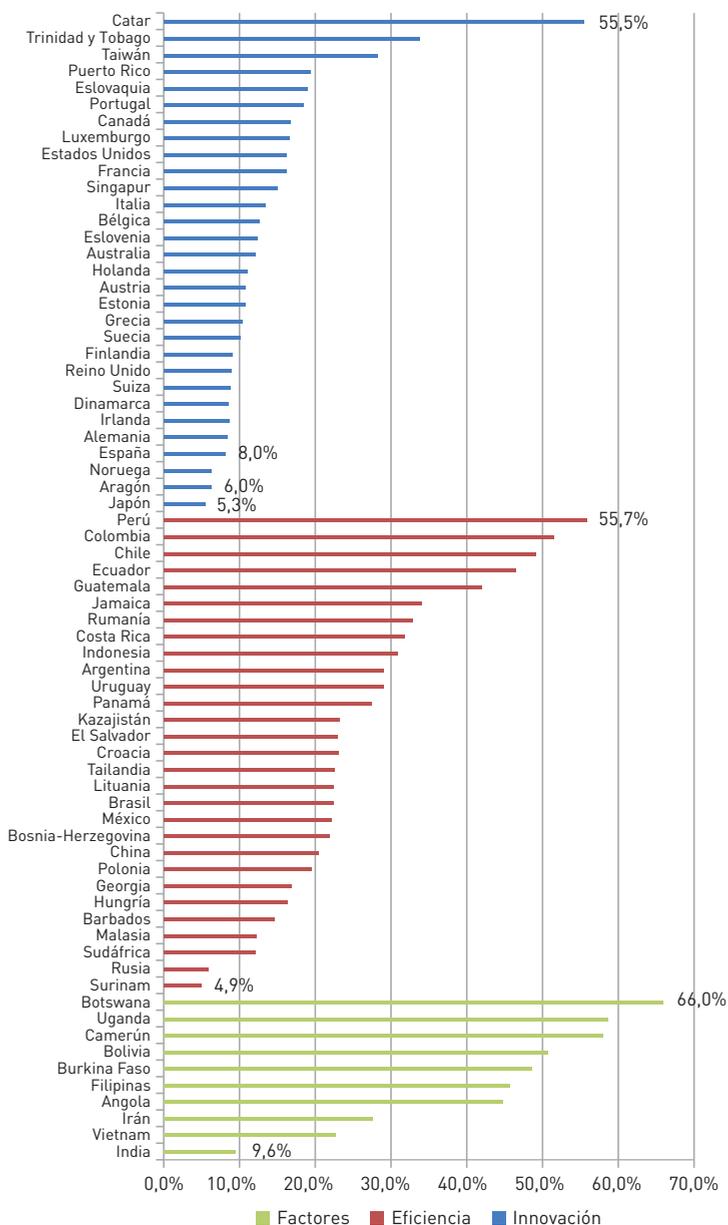
Porcentaje de emprendedores potenciales en la OCDE



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

Figura 1.18.

**Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de los países GEM 2014, clasificados en función de su grupo económico**





**CAPÍTULO 2**

**TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR**



## 2.1. Introducción

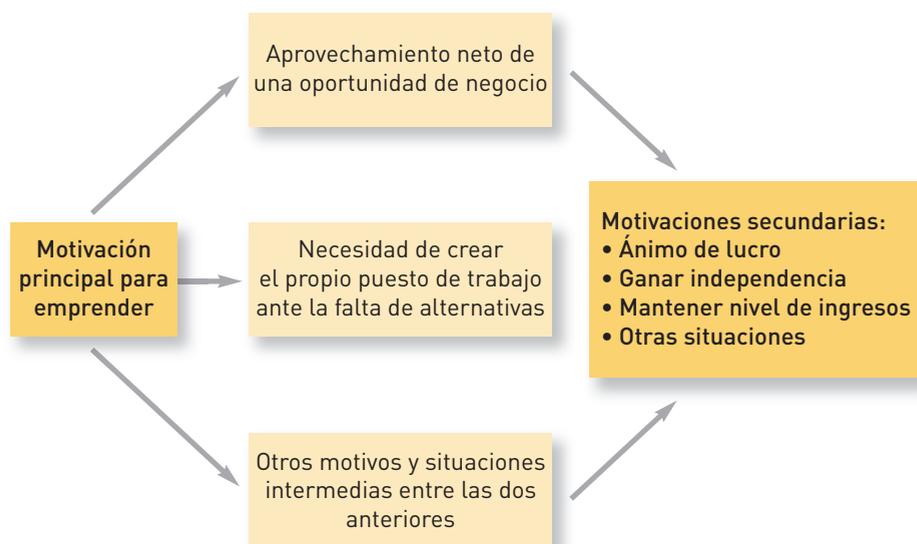
El capítulo 1 ha tratado de proporcionar una imagen general del comportamiento emprendedor en la Comunidad Autónoma de Aragón a través de indicadores como la intención de comenzar una actividad, las actividades en proceso de desarrollo y consolidación, las actividades ya consolidadas y el abandono de actividades. La principal conclusión que se puede extraer de ese primer capítulo es que, aunque la tasa de emprendimiento en Aragón se sitúa ligeramente por debajo de la media nacional para 2014, sí que existe una alta persistencia de las iniciativas emprendedoras en nuestra Comunidad, que se manifiesta a través de un elevado nivel de consolidación y un reducido nivel de abandono efectivo.

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

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

Figura 2.1.

### Motivación principal para las iniciativas emprendedoras



## 2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

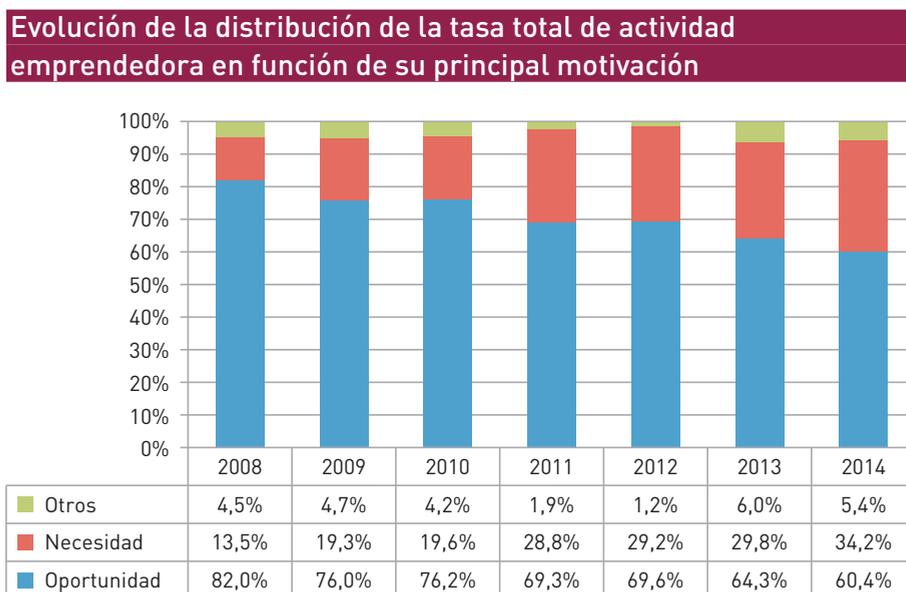
En la Tabla 2.1 se muestra la descomposición de las iniciativas emprendedoras según su motivación, tanto para el conjunto de iniciativas emprendedoras como para las iniciativas nacientes o nuevas por separado. Para el conjunto de iniciativas emprendedoras se observa un patrón similar al de años anteriores, esto es, los emprendedores que aseguran verse motivados por la detección de una oportunidad total o parcial prácticamente doblan a los emprendedores que tratan exclusivamente de satisfacer una necesidad (60,4% frente a 34,2%). Respecto al año 2013, las cifras muestran una ligera reducción del emprendimiento por oportunidad (64,3% en 2013) y un ligero aumento del emprendimiento por necesidad (29,8% en 2013). Un análisis que puede resultar de interés pasa por centrarnos en las iniciativas nacientes y nuevas por separado, lo que nos permite observar algunas diferencias. Por ejemplo, en el caso de los emprendedores nacientes, un 53,3% indica que su motivación responde a la detección de una oportunidad (total o parcial), frente a un 39,1% que aseguran emprender por necesidad. En el caso de los emprendedores nuevos, sigue predominando la oportunidad total o parcial (68,3% de casos), pero la necesidad tiene una menor importancia relativa que en el caso de los emprendedores nacientes, siendo la principal motivación en el 29,2% de los casos.

Tabla 2.1.

Iniciativas emprendedoras según clase y motivación						
Motivo de su creación	Naciente		Nueva		TEA	
	Sobre población adulta	Sobre Nacientes	Sobre población adulta	Sobre Nuevas	Sobre población adulta	Sobre TEA
Oportunidad pura	0,8%	31,2%	0,9%	46,4%	1,8%	38,1%
Oportunidad en parte	0,6%	22,1%	0,4%	21,9%	1,0%	22,3%
Necesidad	1,0%	39,1%	0,6%	29,2%	1,6%	34,2%
Otros motivos	0,2%	7,5%	0,1%	2,6%	0,3%	5,4%
Total	2,7%	100,0%	2,0%	100,0%	4,7%	100,0%

La Figura 2.2 muestra la evolución de la motivación para emprender en el horizonte 2008-2014. Como se ha indicado, la detección de una oportunidad ha sido en 2014 la motivación fundamental para algo más del 60% de los emprendedores. Sin embargo, la figura muestra una tendencia creciente en la necesidad como motivación para emprender y la reducción paulatina del emprendimiento por oportunidad. Así, entre 2008 y 2014 el emprendimiento por oportunidad ha caído del 82,0% al 60,4% de las iniciativas, mientras que la necesidad ha experimentado un fuerte ascenso, pasando del 13,5% al 34,2% de los casos. Estas cifras parecen consistentes con la evolución de la economía en los últimos

Figura 2.2.



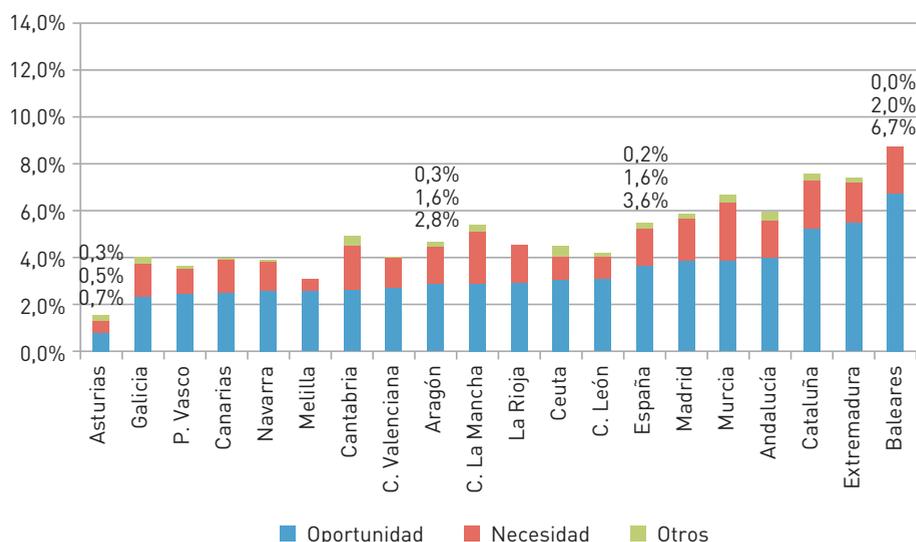
años y, en concreto, con la existencia de una tasa de desempleo alta que, en algunos casos, ha obligado a la puesta en marcha de actividades emprendedoras ante la falta de otro tipo de oportunidades.

### 2.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional e internacional

En la Figura 2.3 se compara la motivación para el emprendimiento de Aragón con la del resto de regiones españolas dividiendo el TEA en tres grupos: TEA por oportunidad, TEA por necesidad y TEA por otros motivos. En la figura, las regiones se ordenan en función de su TEA por oportunidad de menor a mayor. Aragón, con un 2,8%, se sitúa en la zona media del grupo de regiones en términos de la población adulta involucrada en actividades emprendedoras resultantes de la detección de una oportunidad, aunque más próximo a los valores rezagados de la clasificación que a los que ocupan las primeras posiciones. En los extremos se encuentran Asturias, donde sólo un 0,7% de la población declara haber iniciado una actividad al haber detectado una oportunidad y Baleares, donde este porcentaje es del 6,7%. Si comparamos la posición de Aragón en 2014 con la de 2013, se observa un ligero avance desde la posición decimotercera hasta la undécima. En cuanto a los otros dos grupos de la descomposición, las cifras de la Comunidad no distan en demasía de la media nacional, especialmente en lo que se refiere al TEA por necesidad, que presenta los mismos valores.

Figura 2.3.

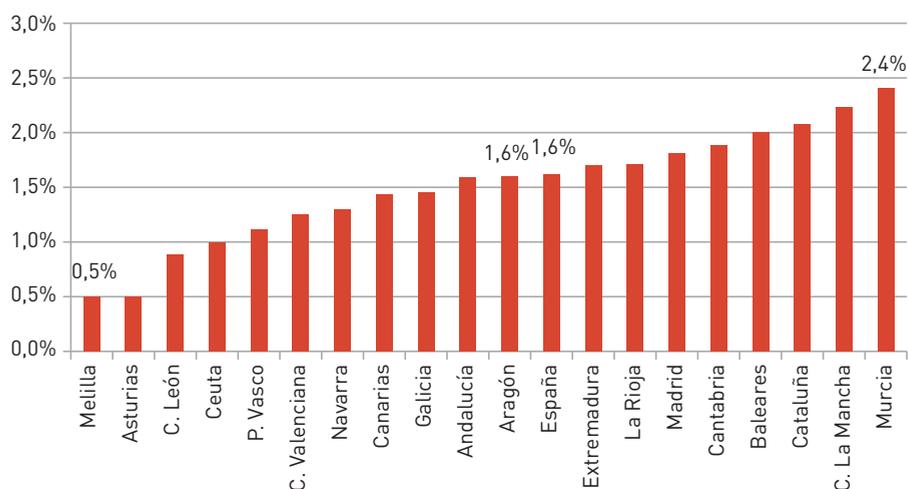
#### Motivos para emprender: comparación regiones españolas



La Figura 2.4 completa la comparación entre regiones españolas en el análisis de las motivaciones para emprender. En este caso, la ordenación responde al TEA por necesidad. Aragón ocupa de nuevo una posición intermedia, con un 1,6% de adultos implicados en iniciativas emprendedoras motivadas por una necesidad. Este valor es el mismo que el que corresponde a la media nacional. En los extremos, nos encontramos con Melilla que ofrece el valor más bajo entre las regiones españolas (0,5%) y Murcia, que con un 2,4% representa el máximo en esta clasificación.

**Figura 2.4.**

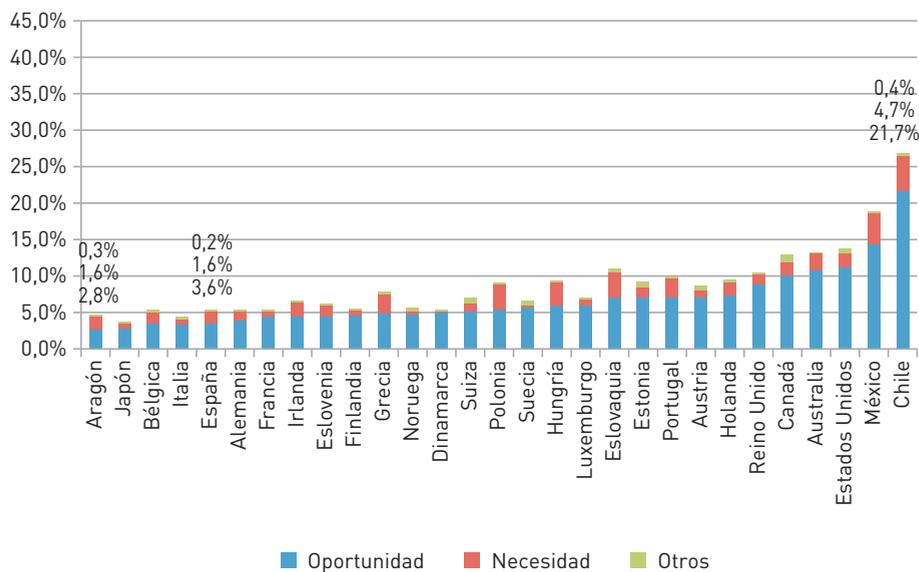
**Necesidad como motivo para emprender: comparación regiones**



En la Figura 2.5 se inician las comparaciones a nivel internacional. En primer lugar, se compara la composición del TEA por oportunidad de Aragón con el resto de países del proyecto GEM que pertenecen a la OCDE, nuevamente ordenado en función del TEA por oportunidad. Al igual que ocurría en el TEA acumulado (es decir, sin distinguir motivo), en el caso del TEA por oportunidad Aragón se sitúa en los últimos puestos, con guarismos muy similares a los que presenta, por ejemplo, Japón. Cabe destacar, por una parte, que el valor para Aragón, aun siendo más bajo, no dista en exceso del de la gran mayoría de países representados en la Figura 2.5. Por otra parte, la ordenación por TEA por oportunidad está muy correlacionada con la que surge de ordenar los países por el TEA sin distinguir motivos. Así, la baja posición de Aragón resulta no tanto de un porcentaje bajo de iniciativas resultantes de la detección de una oportunidad, como por el hecho de que el TEA global es bajo para el periodo analizado.

Figura 2.5.

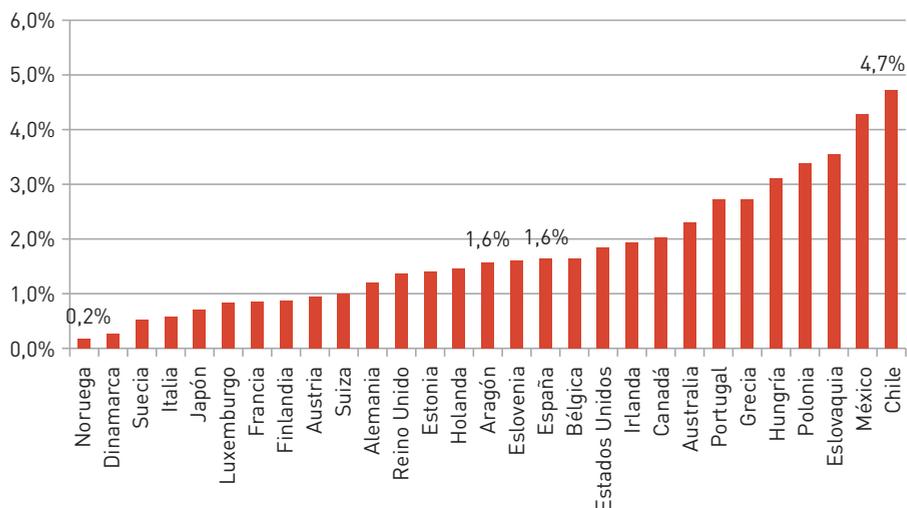
Motivos para emprender: comparación OCDE



Como en el caso de la comparación interregional, analizamos también la ordenación que resulta del TEA por necesidad. La Figura 2.6 nos muestra este análisis. Como viene siendo habitual en los últimos años, Aragón ocupa una posición intermedia. Por la parte baja de este ranking destacan Noruega y Dinamarca (0,2% y 0,3% respectivamente), mientras que entre los países con mayor TEA por necesidad sobresalen Chile (4,7%), México (4,3%) y Eslovaquia (3,6%).

Figura 2.6.

Necesidad como motivo para emprender: comparación OCDE



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

Entre los países desarrollados, Aragón ocupa una posición rezagada en el TEA por oportunidad (Figura 2.7). A nivel global destaca Uganda, con un 28,7%. Por otra parte, si comparamos a Aragón con el resto de países GEM en función del TEA por necesidad (Figura 2.8), la Comunidad continúa ocupando una posición intermedia entre los países más desarrollados.

Figura 2.7.

Motivos para emprender: comparación conjunto países GEM

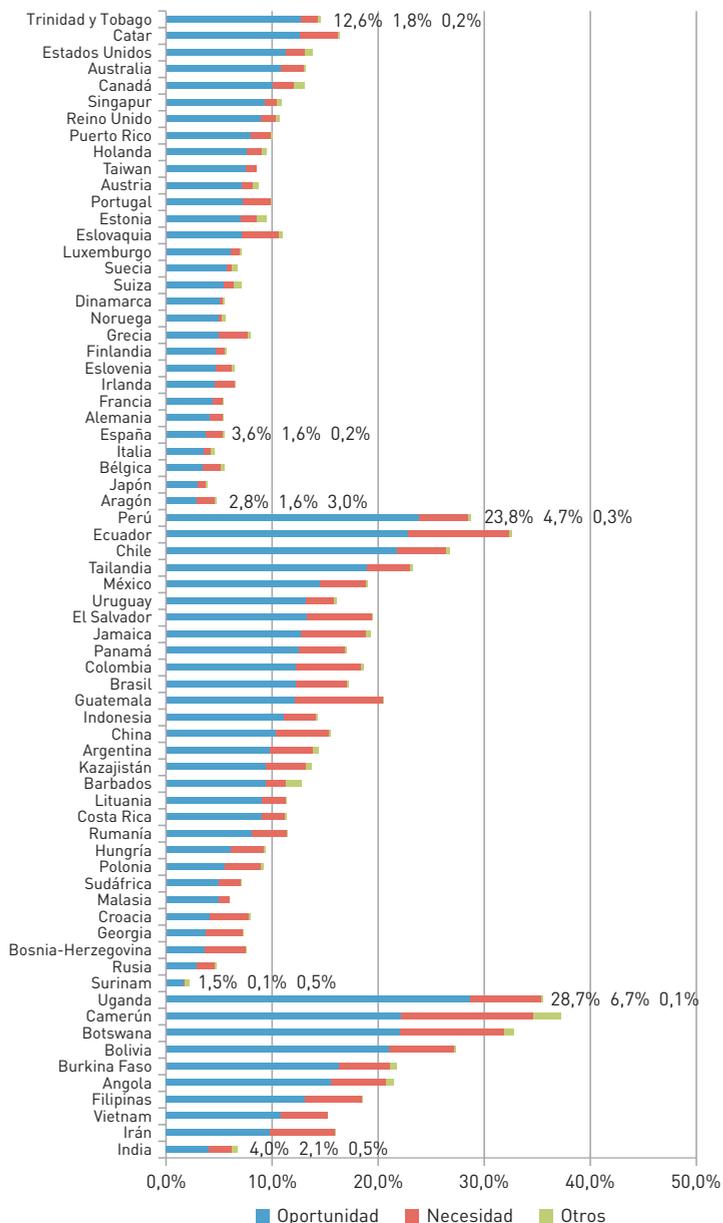
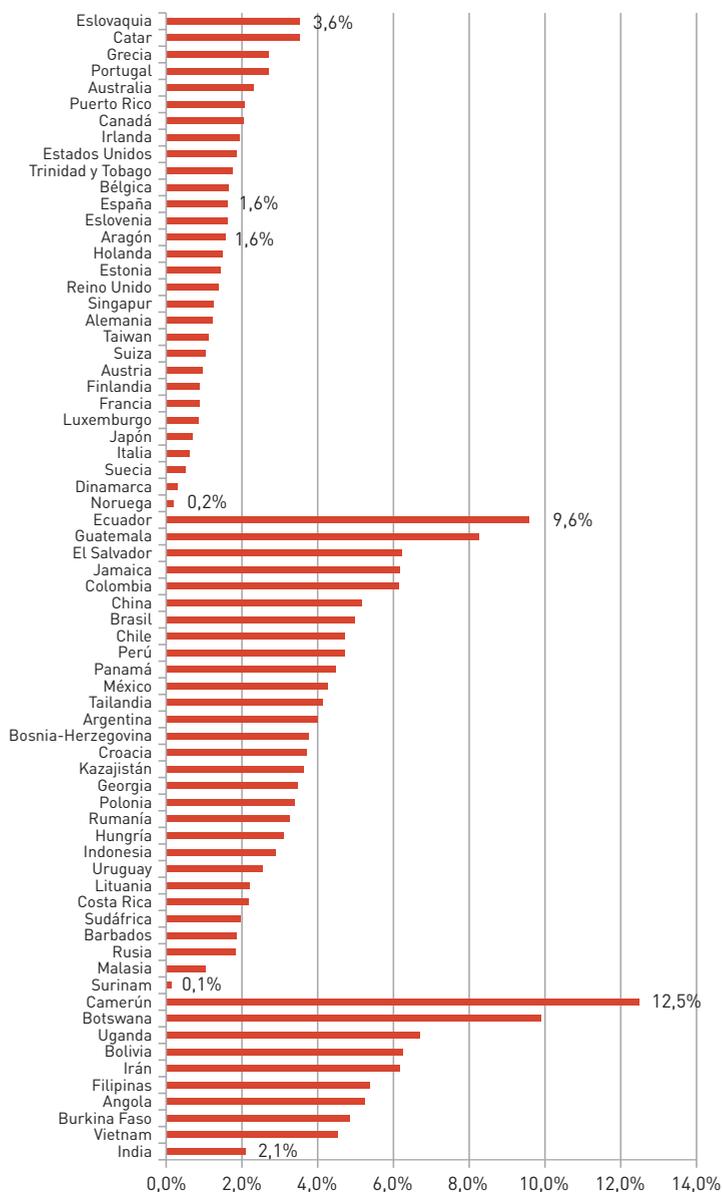


Figura 2.8.

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

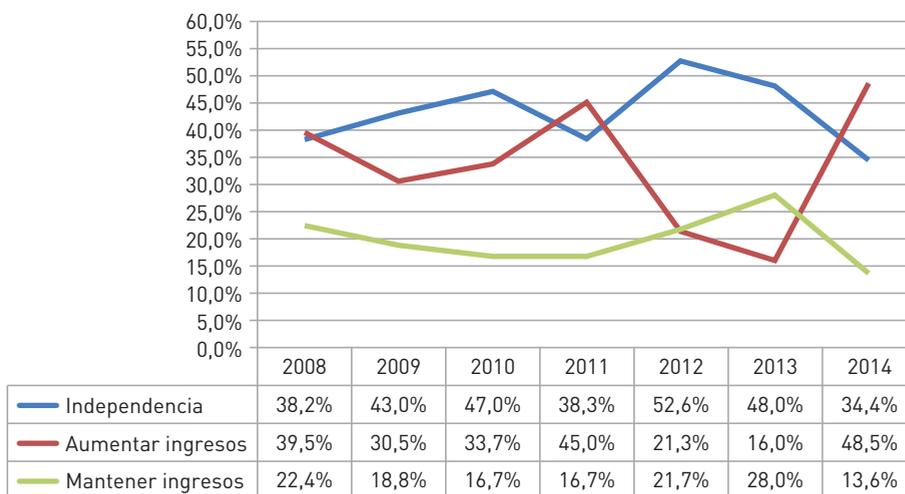


## 2.4. Desagregación de los motivos para emprender por oportunidad

Este capítulo concluye analizando las razones que subyacen en la creación de empresas que declaran surgir como resultado de la identificación de una oportunidad. Particularmente, se muestra qué iniciativas surgen con la intención de conseguir independencia y autonomía, con la intención de aumentar los ingresos económicos y con la intención de mantener o salvaguardar la economía personal. La Figura 2.9 muestra la descomposición del TEA por oportunidad en estas tres razones para el periodo 2008-2014.

Figura 2.9.

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



En 2014, poco más de un tercio de los emprendedores por oportunidad deseaban aumentar su independencia (34,4%). Con dos excepciones esta categoría había sido la dominante en el conjunto de la serie. Sin embargo, en 2014, una notable mayoría de emprendedores por oportunidad afirman querer aumentar sus ingresos (48,5%), mientras que son minoría en esta ocasión los que buscan mantenerlos (13,6%). Un análisis más general de estas cifras permite constatar la existencia de variaciones notables de un año a otro, sin que prevalezca ningún motivo como principal razón para emprender por oportunidad.

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

En cuanto al emprendimiento por oportunidad, la motivación de aumentar los ingresos aumenta sustancialmente en 2014 hasta alcanzar su valor más alto de la serie, mientras que el deseo de ganar independencia y la oportunidad de mantener los ingresos se ven claramente reducidas.





**CAPÍTULO 3**

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



### 3.1. Introducción

Uno de los objetivos del informe GEM es caracterizar las iniciativas que se desarrollan en cada uno de los países o regiones que participan en el proyecto. Para ello, se analizan los diferentes tipos de negocio teniendo en cuenta una amplia gama de variables. En particular, en el estudio correspondiente al año 2014 se han tenido en cuenta las siguientes dimensiones, que serán objeto de análisis a lo largo de este capítulo:

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

### 3.2. Iniciativas inscritas en el Registro Mercantil

GEM Aragón identifica el porcentaje de iniciativas emprendedoras que se dan de alta en el Registro Mercantil. Esta información es importante para valorar la proporción de actividad en fase emprendedora y consolidada que está inscrita en dicho registro. El resultado de esta consulta se plasma en la Tabla 3.1. En ella se puede observar como la mayor parte de la actividad naciente (63,6%) todavía no está registrada, hecho que obedece a que sus promotores están en la fase de puesta en marcha: diseñando el producto o servicio, realizando el plan de negocio, buscando ubicación, financiación, etc. En el caso de la actividad nueva, el registro recoge un 100% de actividad registrada, mientras que en el caso de la fase consolidada, el registro recoge el 90,4% de los casos, quedando un 9,6% sin inscribir.

Tabla 3.1.

Registro empresarial				
Tipo de actividad	Naciente	Nueva	Naciente + nueva (TEA)	Consolidada
Registrada	36,4%	100%	46,2%	90,4%
No registrada	63,6%	0%	53,8%	9,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Dado el carácter sintético del informe GEM, la clasificación sectorial que se ofrece en el mismo toma en consideración cuatro grandes sectores o ámbitos de actividad: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo. Teniendo en cuenta esta clasificación sectorial y de acuerdo con los datos de la Figura 3.1, la mayor parte de las iniciativas emprendedoras registradas por el informe GEM Aragón 2014 se ubican en el sector orientado al consumo (55,4%). Este dato, el más alto de toda la serie, no resulta sorprendente en la medida en que las actividades orientadas al consumo requieren, en general, de menores niveles de inversión, lo que facilita su puesta en marcha. Por detrás se

Figura 3.1.

Distribución de las iniciativas en fase emprendedora en función del sector de actividad y su evolución (2008-2014)



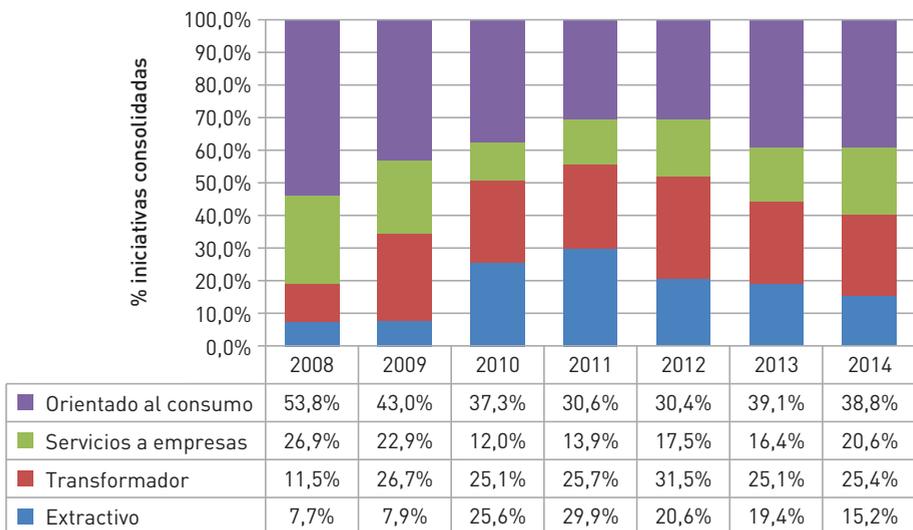
encuentran las iniciativas emprendedoras dedicadas a servicios a empresas (20,7%), las actividades de transformación (17,3%) y, por último, las actividades en el sector extractivo (6,6%).

Por lo que respecta a la evolución de la distribución sectorial del emprendimiento en Aragón, se observan algunos cambios con respecto a la del ejercicio 2013. Aumentan ligeramente las actividades en el sector orientado al consumo (5,6 puntos porcentuales), mientras disminuyen las dedicadas a la prestación de servicios a empresas (casi siete puntos). Por el contrario, la variación en la proporción de empresas en los sectores transformador y extractivo son menos importantes.

La Figura 3.2 ofrece información sobre la evolución de la distribución de la actividad emprendedora consolidada, a la par que permite la comparación con las iniciativas en fase emprendedora. Por un lado, de la distribución de las actividades consolidadas en 2014 podemos concluir que el sector orientado al consumo es también el predominante, con un 38,8% de las actividades. Le siguen el sector transformador (25,4%), los servicios a empresas (20,6%) y el extractivo (15,2%). Por otro lado, los datos hacen posible extraer algunas conclusiones de interés si comparamos su evolución con la de las iniciativas nacientes. En concreto, el comportamiento de las iniciativas nacientes parece ser el opuesto al de las consolidadas. Así, en las actividades orientadas al consumo se ha producido un aumento en las actividades nacientes (del 49,8% al 55,4%) y un ligero descenso en las consolidadas (de 39,1% a 38,8%). En el caso

**Figura 3.2.**

**Distribución de las empresas consolidadas en función del sector de actividad y su evolución (2008-2014)**



del sector extractivo, las actividades nacientes apenas varían (se observa una ligera caída) mientras las consolidadas pierden casi cuatro puntos porcentuales. Los servicios a empresas reducen su cuota de participación en las iniciativas incipientes (se pasa del 27,4% en 2013 al 20,7% en 2014) y la ganan en las consolidadas (un aumento de 4,2 puntos porcentuales). Por último, en el sector transformador, las iniciativas incipientes crecen ligeramente (2,1 puntos), mientras que en las consolidadas el aumento es mucho más modesto 0,3% en 2014.

### 3.4. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras

A la hora de profundizar en el estudio de las iniciativas emprendedoras, resulta de especial interés analizar su tamaño y, en este sentido, el número de propietarios constituye un primer dato acerca de su dimensión. La Tabla 3.2 proporciona una primera aproximación a la distribución de esta variable en Aragón, durante el periodo 2008-2014, para las actividades nacientes (aquellas asociadas a la puesta en marcha del negocio y que no conllevan todavía ni el pago de salarios ni la obtención de beneficios), nuevas (las que llevan en funcionamiento hasta 42 meses) y consolidadas (han superado los 3 años y medio de existencia).

Si atendemos a los datos de los años 2013 y 2014, observamos como el número medio de propietarios de las iniciativas que se encuentran en el periodo naciente ha disminuido, ya que la media pasa de 2,12 en 2013 a 1,66 en 2014. Sin embargo, se aprecia un ligero aumento en el número de propietarios de iniciativas nuevas y consolidadas. En el primer caso, el número medio de propietarios aumenta de 1,60 a 1,83. En el caso de las iniciativas consolidadas, el promedio prácticamente no varía, de 1,74 a 1,77. De cualquier modo, se confirma que el número de promotores es normalmente reducido, con sólo uno o dos propietarios por iniciativa.

**Tabla 3.2.**

**Número de propietarios de iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas**

	Naciente	Nueva	Naciente + nueva	Consolidada
<b>2014</b>				
Media	1,66	1,83	1,73	1,77
Mediana	1,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	0,97	1,73	1,34	1,03
<b>2013</b>				
Media	2,12	1,60	1,92	1,74
Mediana	2,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	1,52	1,30	1,45	1,34
<b>2012</b>				
Media	2,00	1,67	1,80	1,93
Mediana	1,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	1,78	1,48	1,60	1,68
<b>2011</b>				
Media	1,60	1,80	1,71	2,00
Mediana	1,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	0,90	1,20	1,04	1,70
<b>2010</b>				
Media	2,20	1,30	1,65	1,70
Mediana	1,20	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	1,90	0,70	1,39	1,40
<b>2009</b>				
Media	1,83	1,90	2,04	2,28
Mediana	1,10	1,00	1,00	2,00
Moda	1,00	1,00	1,00	2,00
Desviación típica	1,03	1,46	1,86	1,03
<b>2008</b>				
Media	2,22	1,91	1,87	1,56
Mediana	1,36	1,09	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00	1,00
Desviación típica	2,20	1,63	1,28	1,23

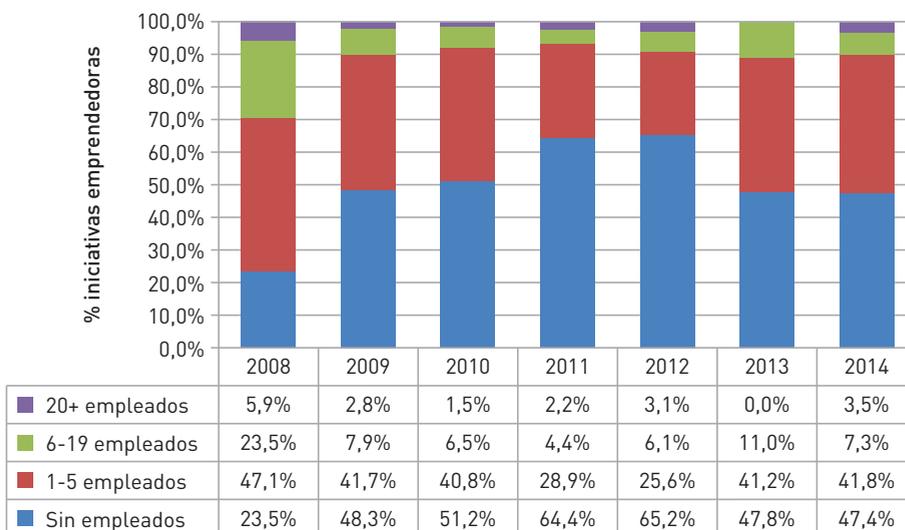
### 3.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras aragonesas y de las empresas consolidadas

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

La Figura 3.3 muestra la evolución de la distribución por tamaños de las iniciativas emprendedoras (nacientes y nuevas) durante el periodo 2008-2014. En ella, se observa cómo en el año 2014 un 47,4% de estas iniciativas únicamente ocupan al propio emprendedor, que un 41,8% emplea entre 1 y 5 personas, que sólo un 7,3% emplea a más de 6 personas y que el 3,5% de las mismas tiene más de 20 empleados. En este punto, resulta de interés destacar la importancia en este último año de las iniciativas con más de 20 empleados, que suponen un 3,5% del total, mientras que las que las que emplean entre 6 y 19 trabajadores sufren un descenso.

Figura 3.3.

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

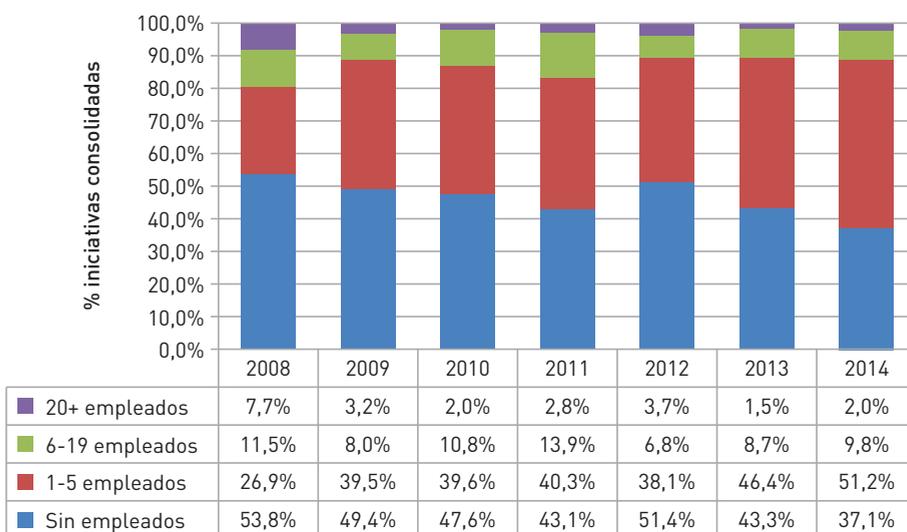


La Figura 3.4 muestra la distribución por tamaños de las iniciativas consolidadas y su evolución temporal. En dicha figura puede observarse que, una vez que la empresa se consolida, el nivel de empleo generado

aumenta, de manera que en 2014 un 37,1% de las iniciativas ocupa únicamente al promotor de la propuesta, mientras que un 51,2% emplean entre 1 y 5 trabajadores y un 9,8% están entre 6 y 19 empleados. En este caso, la cuota de iniciativas con más de 20 asalariados es del 2,0%. Hay que destacar, en todo caso, la leve mejoría que se observa en relación con el año 2013, en donde son las iniciativas que generan empleo las que aumentan, en detrimento de las que sólo emplean al promotor, lo que puede ser una buena señal de recuperación.

**Figura 3.4.**

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



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

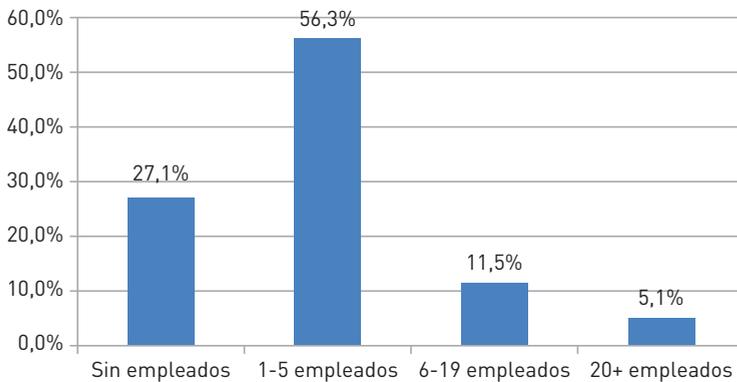
Para estimar la proporción de iniciativas que esperan un crecimiento en términos de creación de puestos de trabajo, se ha preguntado a los emprendedores entrevistados acerca del número de empleados que prevén alcanzar en los próximos cinco años. Las Figuras 3.5 y 3.6 muestran los resultados referentes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

Los emprendedores nuevos y nacientes (Figura 3.5) se muestran moderadamente optimistas. Comparando la Figura 3.5 con la Figura 3.3, que mostraba el número de empleados que trabajan actualmente en las

iniciativas emprendedoras, se ve que sólo un 27,1% espera no tener empleados en 5 años (esta cifra era del 40,3%, en 2013), frente al 47,4% que no los tienen en 2014. Un 56,3% espera tener entre 1 y 5 empleados (en 2013, era del 35,6%), el 11,5% de los emprendedores espera ocupar al menos a 6 trabajadores, mientras que el 5,1% espera tener más de 20 empleados. Estas cifras ponen de manifiesto que, a pesar de las dificultades por las que atraviesa actualmente la Comunidad, los emprendedores son moderadamente optimistas y ni siquiera en un contexto como el actual han perdido su voluntad de incrementar el volumen de actividad, con el consiguiente efecto desde el punto de vista de la creación de nuevos puestos de trabajo.

**Figura 3.5.**

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

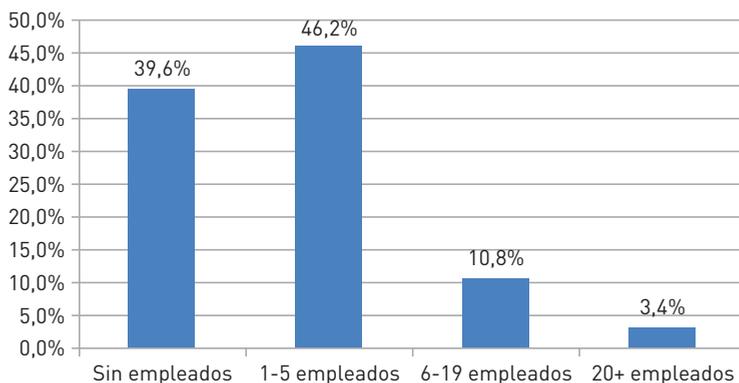


Si comparamos la situación actual para el caso de los emprendedores consolidados (Figura 3.4) con la expectativa de crear empleo futuro (Figura 3.6) observamos cómo el porcentaje de iniciativas consolidadas que actualmente no tienen empleados es del 37,1%, mientras que en un horizonte temporal de cinco años asciende al 39,6% lo que implica que la visión del futuro se torna algo más pesimista. La cuota de iniciativas que tienen entre 1 y 5 empleados es del 51,2%, mientras los que esperan estar en ese rango de empleados en un futuro próximo es del 46,2%.

Estas cifras, analizadas conjuntamente con las presentadas en las figuras precedentes, podrían constituir un indicador de la mayor ambición de las iniciativas incipientes en relación con las consolidadas, en la medida en que las primeras tienen unas expectativas de crecimiento mayores que las segundas.

**Figura 3.6.**

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



Para continuar con el análisis, se evalúa el crecimiento potencial de las nuevas empresas aragonesas en relación con el resto de comunidades autónomas. La Figura 3.7 compara el potencial de alto crecimiento en las distintas comunidades, medido como la expectativa de generar 20 o más puestos de trabajo en los próximos 5 años. En ella se observa que Aragón se sitúa por encima de 13 comunidades, justo en la media nacional, gracias a un 0,2% de emprendedores que esperan generar 20 o más empleos. Sin embargo, el panorama no es tan halagüeño cuando la comparación se realiza con los países miembros de la OCDE (Figura 3.8), ya que entonces las expectativas en Aragón se sitúan a la cola, junto a países como Italia y Grecia.

Figura 3.7.

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

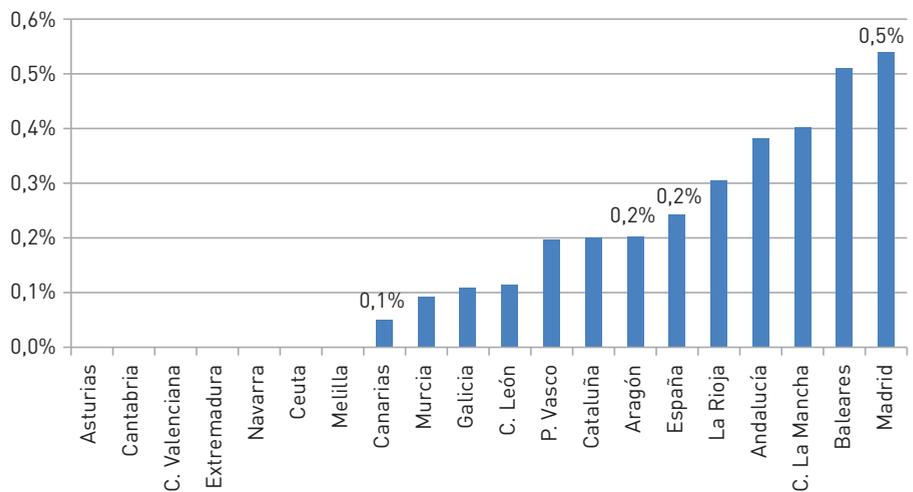


Figura 3.8.

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

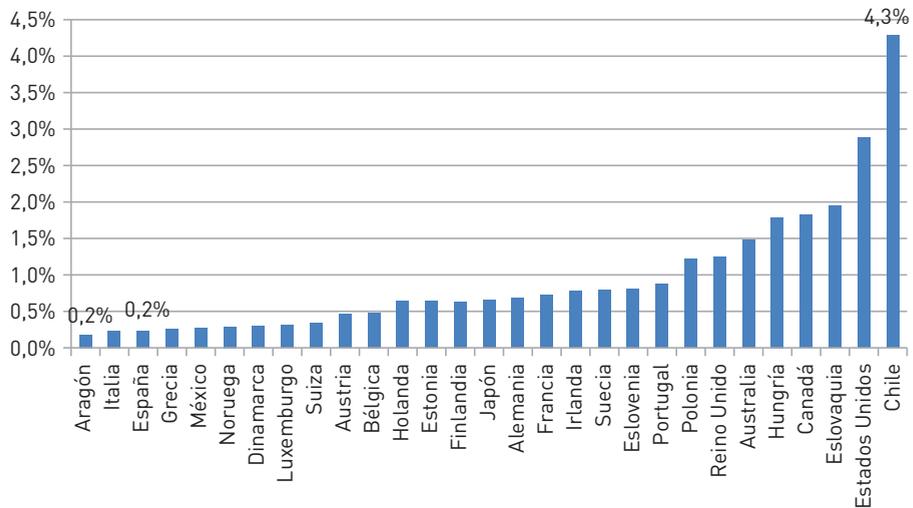
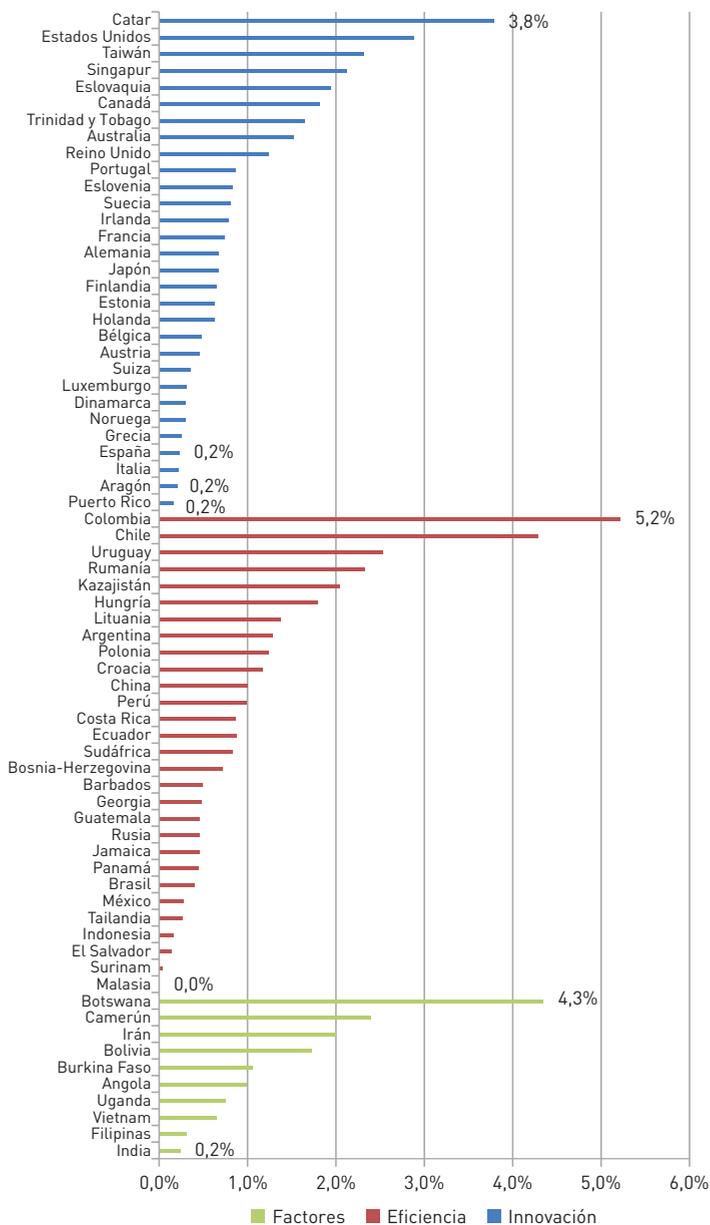


Figura 3.9.

Comparación de la expectativa de alto crecimiento aragonesa con los países del proyecto GEM



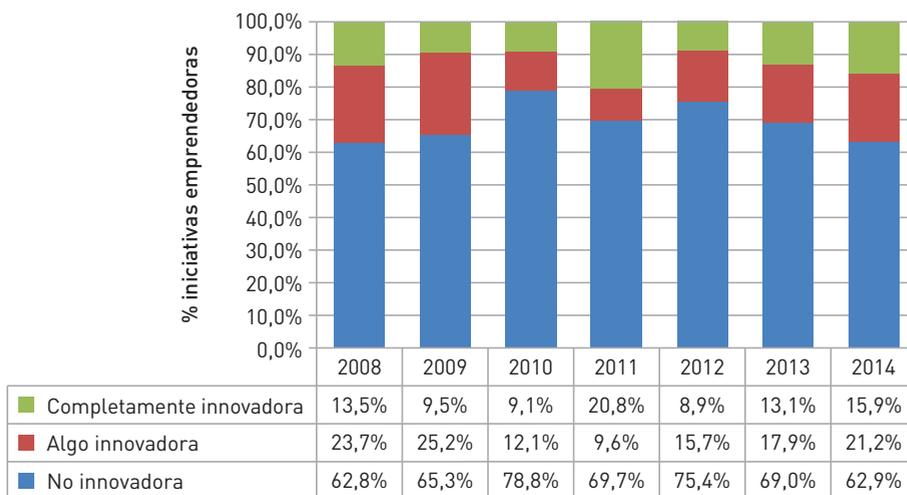
### 3.7. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada en Aragón

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

La Figura 3.10 muestra la evolución, desde 2008, en el grado de innovación de las iniciativas emprendedoras aragonesas. En ella cabe destacar que en 2014 algo más de un tercio de las mismas ofrecen, en mayor o menor medida, algún tipo de innovación al mercado. Este valor es el más elevado de los últimos seis años.

Figura 3.10.

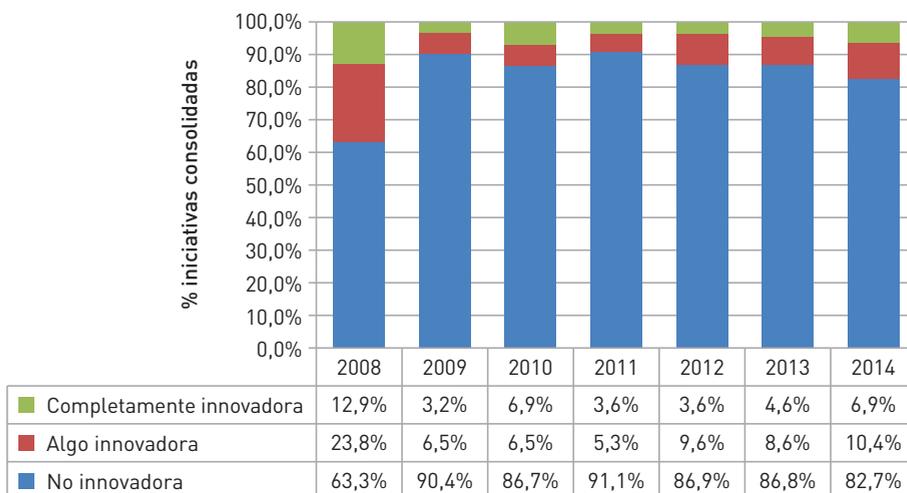
**Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio y su evolución temporal**



En la Figura 3.11 se muestra la evolución en el grado de innovación de las iniciativas consolidadas. Se observa un aumento del número de empresas completamente innovadoras, pasando de representar un 4,6% en 2013 a un 6,9% en 2014, lo que nos sitúa en niveles del año 2010. Además, se observa también un aumento en las iniciativas que ofrecen, en mayor o menor medida, algún tipo de innovación al mercado (en concreto, se pasa de un 13,2% a un 17,3%).

Figura 3.11.

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



### 3.8. Grado de competencia en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

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

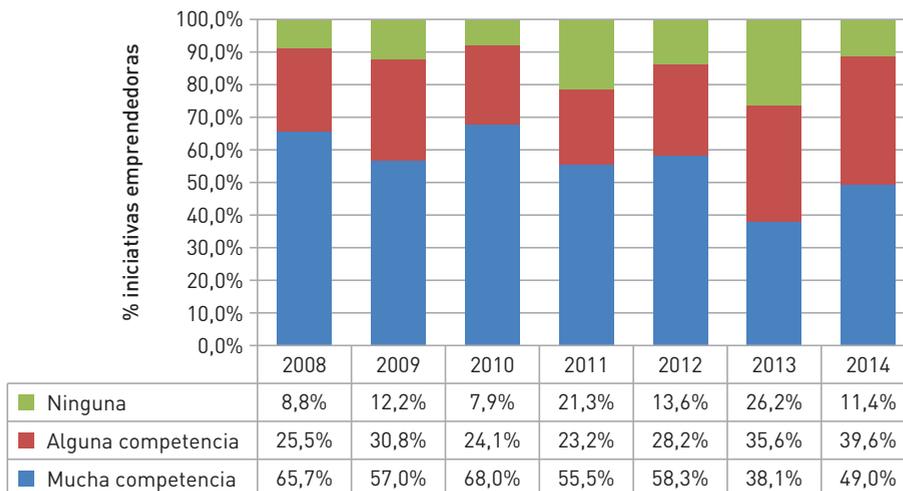
Las figuras 3.12 y 3.13 muestran el nivel de competencia al que se ven sometidas las iniciativas emprendedoras y las iniciativas consolidadas entre 2008 y 2014 en nuestra Comunidad Autónoma. En cuanto a las iniciativas emprendedoras, hay que destacar el importante descenso que ha experimentado el porcentaje de negocios que no deben hacer frente a ninguna competencia en los dos últimos años (26,2% en 2013, 11,4% en 2014), lo que nos sitúa en niveles similares a los de 2012. También se observa un ligero incremento en los negocios que deben soportar alguna competencia (se pasa de 35,6% al 39,6%) y en las iniciativas que deben hacer frente a mucha competencia (del 38,1% en 2013 al 49% en 2014).

En el caso de las iniciativas consolidadas, la situación es similar, es decir, tienen mayor importancia las iniciativas que soportan una elevada competencia, ya que en 2014 suponen el 66,9% del total. Comparativa-

mente, los casos en los que se manifiesta que no existe “Ninguna” competencia (5,1%) o “Alguna competencia” (28%) son relativamente menos importantes que en las iniciativas en fase emprendedora.

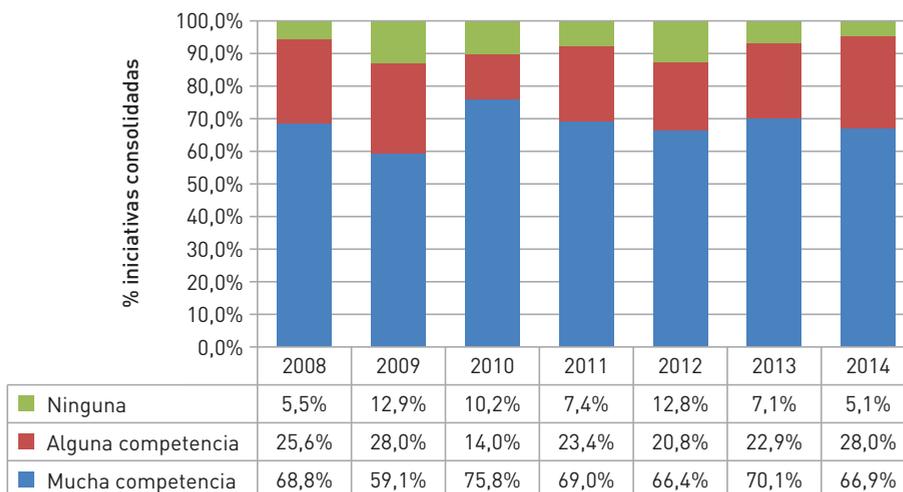
**Figura 3.12.**

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



**Figura 3.13.**

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



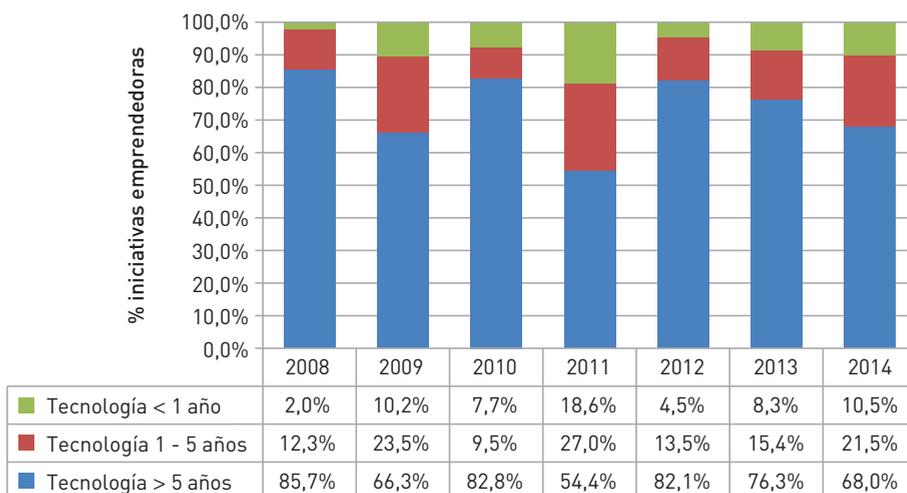
### 3.9. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Un aspecto de vital importancia, junto con la innovación y la competitividad, es la adopción de nuevas tecnologías por parte de las empresas para el desarrollo de sus procesos productivos o la prestación de los servicios que ofrecen. Las Figuras 3.14 y 3.15 muestran, para el período 2008-2014, el porcentaje de iniciativas en función de la antigüedad de las tecnologías utilizadas, distinguiendo entre las iniciativas emprendedoras y las consolidadas.

En el caso de las iniciativas emprendedoras (Figura 3.14), se observa una ligera modernización en el uso de la tecnología, ya que en el 32% de los casos tienen una antigüedad de hasta cinco años (frente a los 23,7% de 2013). Esta cifra es la tercera mayor de la serie 2008-2014, sólo superada por los valores de 2009 y 2011.

Figura 3.14.

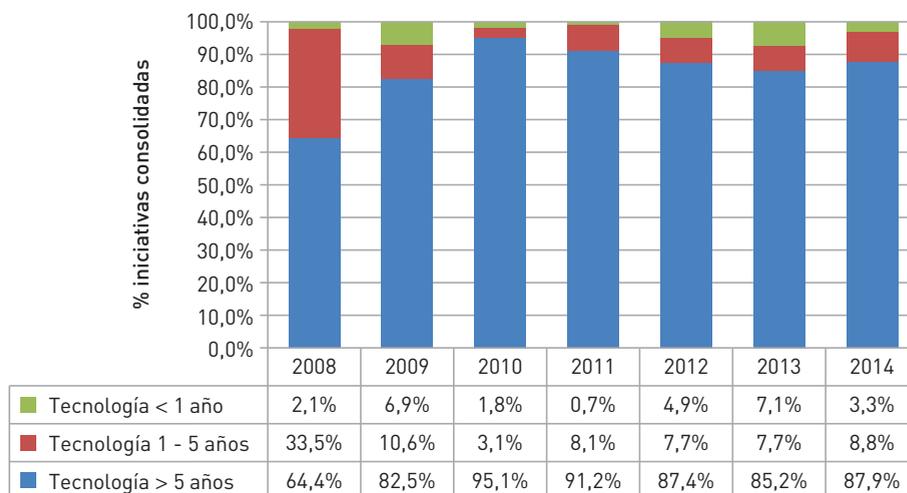
**Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal**



En el caso de las iniciativas consolidadas (Figura 3.15), las conclusiones son más pesimistas, ya que el porcentaje de iniciativas consolidadas que usan tecnologías de más de 5 años de antigüedad es de un 87,9% (casi 20 puntos superior que en el caso de las empresas en fase emprendedora). Además, el porcentaje de iniciativas consolidadas que hacen uso de tecnologías innovadoras ha vuelto a disminuir (se pasa del 7,1% en 2013 al 3,3% en 2014) lo que parece apuntar hacia un cierto nuevo empeoramiento de la situación, tras la mejoría experimentada en 2013.

Figura 3.15.

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



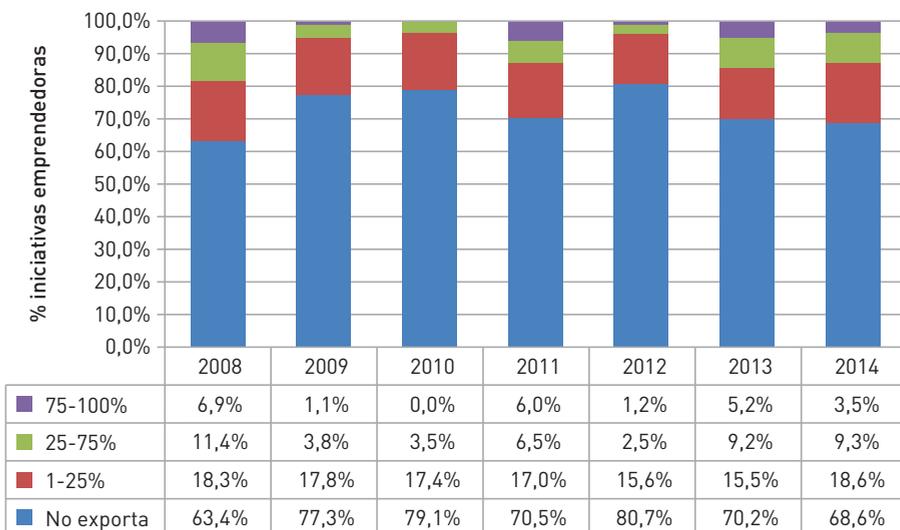
### 3.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

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

La Figura 3.16 muestra la propensión a la exportación de las iniciativas emprendedoras aragonesas entre 2008 y 2014. Hasta el año 2010 la tendencia mostraba una clara reducción de la intensidad exportadora, de manera que el porcentaje de empresas que no exportaban aumentó del 63,4% al 79,1%, y el porcentaje de iniciativas que exportaban un 25% o más se redujo del 18,3% al 3,5%. En la actualidad, estas cifras han mejorado considerablemente, puesto que el 12,8% de las empresas exporta más del 25% y únicamente el 68,6% de las empresas no exporta nada.

Figura 3.16.

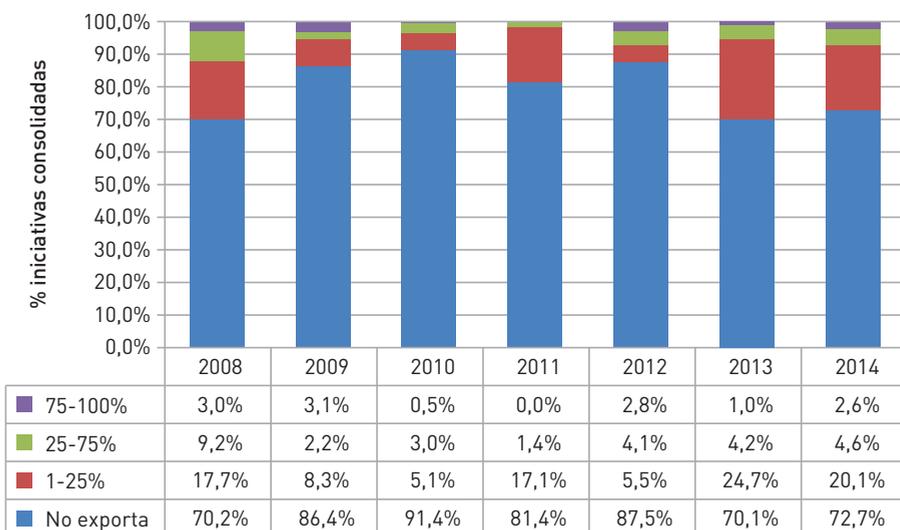
**Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora y su evolución temporal**



La Figura 3.17, por su parte, muestra la propensión a la exportación de las iniciativas consolidadas. Al igual que en las iniciativas emprendedoras, entre 2008 y 2010 se reduce el nivel de exportaciones, en 2011 se

Figura 3.17.

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



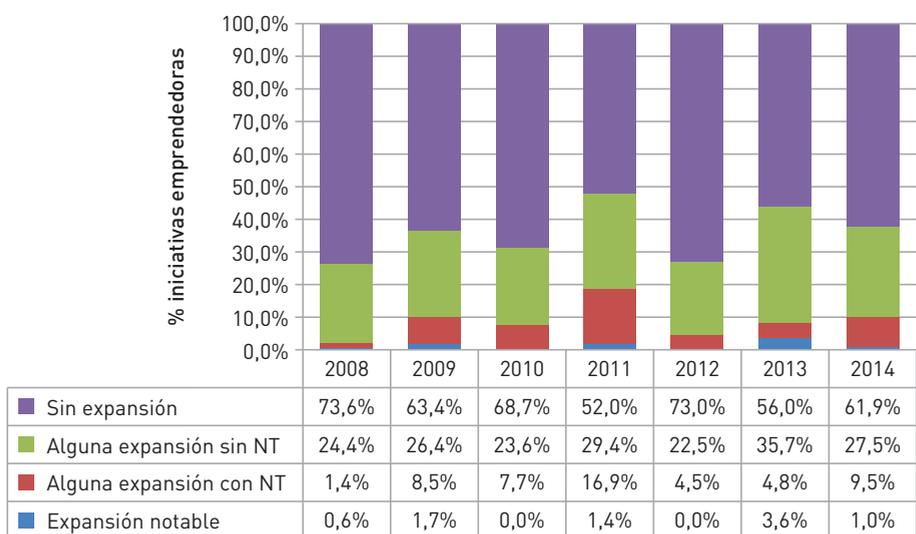
produce un cierto repunte y en 2012 vuelve a retomarse la tendencia hacia una menor exportación. Aunque en 2013 la situación pareció invertirse al disminuir en 17,4 puntos la cuota de empresas que no exportan, en 2014 el porcentaje de quienes no exportan ha aumentado ligeramente, aunque la cifra es muy parecida a la de 2013.

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

En función de los resultados obtenidos sobre las características de las iniciativas emprendedoras, el equipo técnico GEM calcula un valor que pretende aproximar cuál será la expansión potencial en el mercado. La Figura 3.18 muestra la expansión esperada por las iniciativas emprendedoras aragonesas, distinguiéndose cuatro categorías: sin expansión, alguna expansión sin uso de nuevas tecnologías, alguna expansión con uso de nuevas tecnologías y expansión notable. Con la excepción de los años 2011 y 2013, el porcentaje de iniciativas emprendedoras sin expectativas de expansión supera el 60%, llegando a alcanzar en 2014, la cifra del 61,9%. En 2014, destaca el crecimiento experimentado por las iniciativas que esperan expandirse con la ayuda de nueva tecnología (la cuota pasa de 4,8% en 2013 a 9,5% en 2014), lo que confirmaría lo observado en la Figura 3.14, en la que se había producido un aumento en el uso de tecnología de menos de un año de antigüedad (del 8,3% en 2013, al 10,5% en 2014) de cinco años de antigüedad.

Figura 3.18.

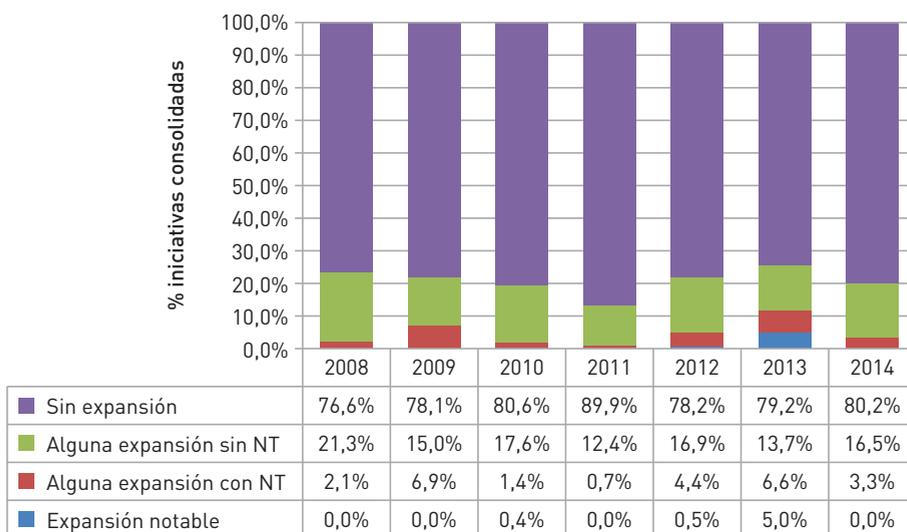
#### Distribución de las empresas en fase emprendedora según sus expectativas de expansión en el mercado y su evolución temporal



Por último, la Figura 3.18 muestra la expansión esperada de las iniciativas consolidadas. En este caso, se puede observar que desde 2012 existe un mayor optimismo, ya que las expectativas de no expansión se han reducido ligeramente a favor de las expectativas de alguna expansión. Las expectativas de alguna expansión con nuevas tecnologías pasan del 4,4% en 2012 al 6,6% en 2013 y las expectativas de expansión notable pasan de un modesto 0,5% al 5,0%.

**Figura 3.19.**

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







**CAPÍTULO 4**  
**PERFIL SOCIOECONÓMICO**  
**DEL EMPRENDEDOR ARAGONÉS**



## 4.1. Introducción

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

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

## 4.2. Sexo

Respecto a las cifras del año 2013, en 2014 se han reducido ligeramente las diferencias entre sexos en términos de las iniciativas emprendedoras incipientes, mostrándose una mayor igualdad entre ambos (Tabla 4.1). En concreto, el porcentaje de iniciativas promovidas por hombres es del 57%, frente al 43% que son promovidas por mujeres. En 2013 estas cifras eran, respectivamente, del 62,4% y 37,6%. Una circunstancia especialmente reseñable es que este año, por primera vez, las emprendedoras *nuevas* son mayoría: 45% de hombres, frente al 55% de mujeres. Por el contrario, en el caso de las iniciativas nacientes se mantienen en las diferencias del año 2013, con una mayoría de hombres (64,8%). El patrón de las iniciativas consolidadas, potenciales y abandonadas es similar al de las iniciativas incipientes y, como en ese caso, muestra una reducción (en algunos casos importante) de las diferencias en la actividad de hombres y mujeres respecto a las cifras del año 2013.

**Tabla 4.1.**

<b>Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor</b>						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Hombre	57,0%	64,8%	45,0%	53,2%	53,8%	51,7%
Mujer	43,0%	35,2%	55,0%	46,8%	46,2%	48,3%

Si observamos la evolución de la descomposición de la actividad emprendedora por sexos a lo largo del período 2008-2014 (Tabla 4.2), podemos concluir que el año 2014 es, tras 2008, el año en el que menos diferencias existen entre el emprendimiento femenino y el masculino. A lo largo del período las cifras varían entre el 8,8% del año 2008 y el 49,6% de 2009, siempre a favor del emprendimiento masculino. Aunque la tendencia no es clara, la evolución de los últimos años parece haber sido positiva.

**Tabla 4.2.**

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

### 4.3. Edad

Tal y como muestra la Tabla 4.3, la edad media del emprendedor aragonés es de 42 años. Esta edad apenas varía en el caso de los emprendedores nacientes y nuevos, aunque los primeros son ligeramente más jóvenes (41,6 años) que los segundos (42,6 años). Si completamos el análisis con los emprendedores consolidados (47,5 años), potenciales (38,7 años) y que han abandonado la actividad (45,8) y comparamos las cifras con las del año 2013, el patrón parece corresponderse con una mayor edad para emprender y una menor edad entre los que han abandonado. En todo caso, el patrón sigue siendo similar al del año 2013 en cuanto a que los emprendedores son mayores cuanto más avanzada es la etapa del proceso emprendedor que consideremos, con los potenciales y los consolidados en ambos extremos (la principal diferencia es que en el año 2013 el puesto de los emprendedores consolidados estaba ocupado por el emprendedor que abandona).

**Tabla 4.3.**

<b>Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años)</b>						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Edad, 2014	42,06	41,65	42,62	47,52	38,72	45,85
Edad, 2013	39,29	38,29	40,84	45,61	35,56	46,78

La Tabla 4.4 parece confirmar las afirmaciones previas, ya que el grupo de edad comprendido entre los 45 y 54 años es el que tiene un mayor peso en las nuevas iniciativas que se crean en la región (Tabla 4.3). Como se ha observado con anterioridad, esto supone un cambio respecto al año 2013, en el que la franja 35-44 años era la más frecuente en todos los casos. La edad disminuye en los emprendedores potenciales y que abandonan, donde predomina la franja 35-44 años.

**Tabla 4.4.**

<b>Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (%)</b>						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
18-24	8,6%	14,8%	0,0%	2,5%	13,9%	0,0%
25-34	22,6%	18,5%	28,2%	6,4%	23,5%	10,3%
35-44	21,5%	20,4%	20,5%	26,8%	29,6%	37,9%
45-54	37,6%	31,5%	46,2%	37,6%	25,2%	24,1%
55-64	9,7%	14,8%	5,1%	26,8%	7,8%	27,6%

## **4.4. Nivel de estudios**

Según se muestra en la Tabla 4.5, el nivel de estudios más habitual entre los emprendedores aragoneses es el de aquellos que tienen una titulación universitaria (casi el 40%), porcentaje que se mantiene en cifras similares al observado en 2013. Les siguen en importancia quienes tienen formación de primaria (23,7%), secundaria (19,4%) y de FP (17,2%), por este orden. Respecto a las cifras de 2013, esto supone un aumento importante de la proporción de emprendedores con formación secundaria (que aproximadamente se duplica, hasta superar el 19%), mientras que disminuye el porcentaje de titulados en FP (aproximadamente en 8 pun-

tos) y aumenta el de formación primaria (casi en 4 puntos). Otro dato que merece destacarse es que los emprendedores universitarios constituyen ahora el grupo dominante en todos los tipos de emprendimiento, algo que no ocurría en 2013. En cuanto a los ceses en la actividad, debe destacarse que mientras que en los años precedentes eran mayoría los abandonos de promotores con estudios primarios, ahora la distribución se vuelve más equilibrada y ninguna de las categorías muestra un predominio claro, aunque los abandonos son más frecuentes entre los emprendedores con estudios de primaria y FP.

**Tabla 4.5.**

**Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)**

	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Sin estudios	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Primaria	23,7%	27,8%	17,9%	26,1%	16,4%	28,6%
Secundaria	19,4%	18,5%	20,5%	12,7%	20,7%	17,9%
FP	17,2%	16,7%	17,9%	21,7%	26,7%	28,6%
Universitarios	39,8%	37,0%	43,6%	39,4%	36,2%	25,0%

## 4.5. Posesión de formación específica para emprender

Tradicionalmente, el porcentaje de emprendedores que no han recibido ningún tipo de formación en materias de emprendimiento había sido superior al porcentaje de los que sí la han recibido. Este patrón se rompió en 2013, donde cifras fueron iguales en el caso de las iniciativas incipientes. En 2014, sin embargo, las cifras muestran un predominio del grupo de los que no han recibido ningún tipo de formación específica (53,8% frente al 45,2%). Si hacemos un análisis por separado de los dos grupos de emprendedores incipientes que considera el informe, se ponen de manifiesto algunos resultados de interés. En primer lugar, que respecto al año anterior el porcentaje de los que no han recibido ninguna formación ha aumentado en todos los casos (a excepción de los emprendedores potenciales, 57% en 2013 y 54,3% en 2014). En segundo lugar, que los emprendedores nacientes son el único grupo entre los activos en el que predominan aquellos que han recibido formación específica. En tercer lugar, y si ampliamos el comentario al resto de categorías de emprendedores, vemos como las diferencias son especialmente significativas en los emprendedores nuevos y consolidados, en los que más del 60% no han recibido formación específica. Finalmente,

en el caso de los emprendedores que han abandonado las diferencias son mínimas, aunque ahora el porcentaje de los que han recibido formación es ligeramente superior.

**Tabla 4.6.**

<b>Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%)</b>						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Sí	45,2%	53,7%	32,5%	31,2%	45,7%	41,4%
No	53,8%	46,3%	65,0%	68,8%	54,3%	55,2%

## 4.6. Nivel de renta anual

A continuación se analiza la distribución de los emprendedores entre los diferentes tramos de renta considerados en el estudio (véase la Tabla 4.7). No obstante, es importante apuntar que, al igual que ha ocurrido en otras ediciones, hay un porcentaje importante de emprendedores que no contesta a esta pregunta (en torno al 40%) lo que hace que los comentarios que se plantean a continuación deban valorarse con cierta cautela.

En general, los individuos que declaran estar implicados en la puesta en marcha de un negocio con menos de tres años y medio de antigüedad tienen un nivel de renta bajo, de manera que los grupos más representados son los constituidos por los emprendedores con ingresos entre 10.000 y 20.000 euros (40%). Hay que señalar que esta renta ha disminuido con respecto al año 2013, en donde el 47,4% tenían rentas entre 10.000 y 30.000 euros (el porcentaje en el tramo 10.000-20.000 era el 23,7%).

Si analizamos los porcentajes correspondientes a los emprendedores nacientes, nos encontramos con que aumentan de forma considerable las rentas más bajas (el 58,9% de los encuestados declaran ingresar menos de 20.000 euros, cuando en 2013 sólo lo hacían el 29%). En general, entre los emprendedores predominan niveles de renta modestos: con independencia del tipo de iniciativa sus ingresos más habituales se mueven entre 10.000 y 20.000 euros. La única excepción la constituyen los emprendedores consolidados, cuya renta es más heterogénea, aunque el grupo predominante es aquel que declara ganar entre 30.001 y 40.000 euros anuales.

**Tabla 4.7.**

<b>Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (%)</b>						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
<10.000 €	8,3%	11,8%	3,8%	10,7%	20,2%	27,3%
10.000-20.000 €	40,0%	47,1%	30,8%	18,4%	31,9%	40,9%
20.001-30.000 €	18,3%	11,8%	26,9%	18,4%	21,3%	18,2%
30.001-40.000 €	13,3%	14,7%	11,5%	25,2%	9,6%	9,1%
40.000-60.000 €	16,7%	14,7%	19,2%	21,4%	12,8%	0,0%
60.001-100.000 €	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	2,1%	4,5%
>100.000 €	3,3%	0,0%	7,7%	2,9%	2,1%	0,0%

## 4.7. Tamaño del hogar (hábitat)

El estudio trata también de poner de manifiesto cuál es el tamaño más habitual de los hogares en los que residen los nuevos emprendedores. La Tabla 4.8 muestra que dicho tamaño es muy similar entre todos los emprendedores aragoneses, con independencia del grado de madurez de su iniciativa y oscila entre las 3,26 personas de los emprendedores potenciales y las 3,45 de los emprendedores que han abandonado (la media para las actividades nuevas y nacientes es 3,38). Estas cifras son muy similares a las observadas en 2013.

**Tabla 4.8.**

<b>Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (media)</b>						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Personas	3,38	3,42	3,34	3,32	3,26	3,45

## 4.8. Situación laboral

La Tabla 4.9 recoge la situación laboral en la que se encuentran las diferentes categorías de emprendedores. En la mayoría de los casos se trata de trabajadores a tiempo completo, algo que resulta natural en el caso de los individuos que ya están gestionando su propia empresa. Entre los emprendedores nacientes es relativamente importante la pro-

porción de desempleados (suponen un 25% del total, cifra similar a la de 2013). Esta importancia es similar a la de aquellos que tienen en mente crear en un futuro próximo su propia empresa (27,2%).

**Tabla 4.9.**

<b>Situación laboral según la fase del proceso emprendedor (%)</b>						
	Emprendedor (nuevo + naciente)	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor consolidado	Emprendedor potencial	Emprendedor que ha abandonado
Tiempo completo	79,1%	67,3%	94,9%	96,7%	49,1%	27,6%
Tiempo parcial	3,3%	3,8%	2,6%	0,0%	7,9%	10,3%
Jubilación	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	1,8%	10,3%
Labores del hogar	2,2%	1,9%	2,6%	0,7%	1,8%	3,4%
Estudiante	1,1%	1,9%	0,0%	0,7%	12,3%	0,0%
En paro/otra	14,3%	25,0%	0,0%	0,7%	27,2%	48,2%

Un aspecto destacable y que constituye una diferencia importante en relación con los años precedentes es que, mientras que los emprendedores que habían cerrado su negocio en los años anteriores continuaban en gran medida trabajando de uno u otro modo a tiempo completo (el 50% en 2013, frente a sólo un 19% que se encontraba desempleado), ahora la situación cambia bruscamente y son mayoría los individuos que no han podido continuar trabajando una vez cerrado su negocio.

Apuntar, para concluir esta sección, que en las ediciones anteriores del informe se trataba de inferir la posible existencia de diferencias significativas entre los emprendedores de origen nacional y los extranjeros. En la medida en que estos representaban una proporción reducida del emprendimiento total (siempre por debajo del 10%) y no se detectaban diferencias especialmente relevantes entre las diferentes categorías, el informe de 2014 deja de preguntar sobre esta cuestión.

## **4.9. Perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2014**

Para terminar, a continuación se recoge una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Aragón en 2014 y que se deriva directamente de la información proporcionada a lo largo de este capítulo (Tabla 4.10). Como se ha comentado, los rasgos predominantes son los de un individuo varón, en torno a 42 años de edad, con nivel de estudios universitarios y en activo.

**Tabla 4.10.**

<b>Perfil socioeconómico del emprendedor aragonés en 2014</b>						
	<b>Emprendedor incipiente (TEA)</b>	<b>Emprendedor naciente</b>	<b>Emprendedor nuevo</b>	<b>Emprendedor consolidado</b>	<b>Emprendedor potencial</b>	<b>Emprendedor que ha abandonado</b>
Sexo	H: 57% M: 43%	H: 64,8% M: 35,2%	H: 45% M: 55%	H: 53,2% M: 46,8%	H: 53,8% M: 46,2%	H: 51,7% M: 48,3%
Edad	42 años	42 años	43 años	48 años	39 años	46 años
Nivel de estudios mayoritario	Universitarios	Universitarios	Universitarios	Universitarios	Universitarios	Primaria/FP
Formación específica para emprender	45,2%	53,7%	32,5%	31,2%	45,7%	41,4%
Nivel de renta media (euros)	10.000-20.000	10.000-20.000	10.000-30.000	30.001-40.000	10.000-20.000	10.000-20.000
Tamaño del hogar	3,38	3,42	3,34	3,32	3,26	3,45
Situación laboral	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa	Desempleado



**CAPÍTULO 5**

**LA FINANCIACIÓN DEL PROCESO  
EMPRENDEDOR EN ARAGÓN**



## 5.1. Introducción

La financiación es uno de los aspectos del entorno que más influye en la magnitud y características de la actividad emprendedora. Si bien se trata de un elemento clave en cualquier contexto y momento del tiempo, resulta especialmente relevante si consideramos la crisis financiera que ha venido afectando a la economía española durante estos últimos años. De hecho, una de las principales preocupaciones de las empresas a lo largo de este tiempo ha sido el acceso a la financiación<sup>4</sup> y no cabe duda de que las iniciativas emprendedoras no son ajenas a la misma. Esta escasez de recursos disponibles complica el acceso al capital por parte de los emprendedores, lo que en último término condiciona la puesta en marcha de la empresa o, como mínimo, la ambición de las propuestas.

Este capítulo se centra en el estudio de la financiación del proceso emprendedor en Aragón. En primer lugar se analiza el capital semilla necesario para poner en marcha una empresa. El análisis de las necesidades de financiación de las iniciativas en fase naciente en Aragón indica que el importe destinado a las mismas apenas ha variado en relación con el año 2013. En segundo lugar, se estudia el papel del inversor informal y se analiza el perfil de los inversores privados en negocios ajenos. Uno de los resultados que se deriva del Proyecto GEM es la medición de la propensión a invertir en negocios ajenos por parte de la población que tiene entre 18 y 64 años. Los datos que se obtienen de la encuesta permiten estimar el porcentaje de adultos involucrado en este tipo de actividades durante los tres años anteriores a la entrevista, la cuantía aproximada que aportan y la relación que une al inversor con el beneficiario. Los resultados muestran que hemos asistido a un ligero aumento de la inversión informal como fuente de apoyo del emprendimiento y que la familia continúa siendo el principal inversor informal en las iniciativas emprendedoras.

---

<sup>4</sup> Véase, por ejemplo, el documento de trabajo de los servicios de la Comisión Europea sobre la "Evaluación del programa nacional de reforma y del programa de estabilidad de España para 2012", disponible en [http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/nd/swd2012\\_spain\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/nd/swd2012_spain_es.pdf).

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

Tal y como se muestra en la Tabla 5.1, las iniciativas nacientes puestas en marcha durante 2014 necesitaron una media de capital semilla de 59.434 euros, frente a los 59.949 euros de 2013. En todo caso, este valor medio puede verse fuertemente afectado por la existencia de casos extremos, por lo que seguramente la mediana de la distribución es mejor indicador del capital necesario para poner en marcha un negocio. En este sentido, la inversión mediana ascendió a 12.092 euros, lo que supone un descenso de 7.971 euros en relación con los casi 20.000 euros de inversión de 2013, aunque la cifra es algo superior a los 10.000 euros de 2012.

Tabla 5.1.

Características y distribución del capital semilla en 2014						
	Capital semilla necesario por start-up (euros)		Capital semilla aportado por el emprendedor (euros)		Capital semilla aportado por el emprendedor (% sobre total)	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Media	59.434	59.949	39.190	17.729	48,81	51,9
Mediana	12.092	19.963	7.988	14.998	45,00	50,0
Moda	6.000	20.000	1.000	2.000	100	100
Desv. típica	113.115	113.995	96.087	19.180	41,31	33,3
Mínimo	600	1.000	200	0	0	0
Máximo	400.000	600.000	400.000	70.000	100	100

Por lo que respecta al capital que aporta el propio emprendedor, éste es, en mediana, de 7.988 euros (la media asciende en este caso a 39.190 euros), cifra inferior a la de 2013, si bien es cierto que hay casos concretos en los que la inversión que realiza el emprendedor es mucho más importante (400.000 euros en el caso más extremo, frente a los 70.000 en 2013). No obstante, es importante destacar en este punto que en el último año se observa que la variabilidad en la aportación que realiza el emprendedor aumenta de forma considerable (la desviación típica pasa de 19.180 a 96.087).

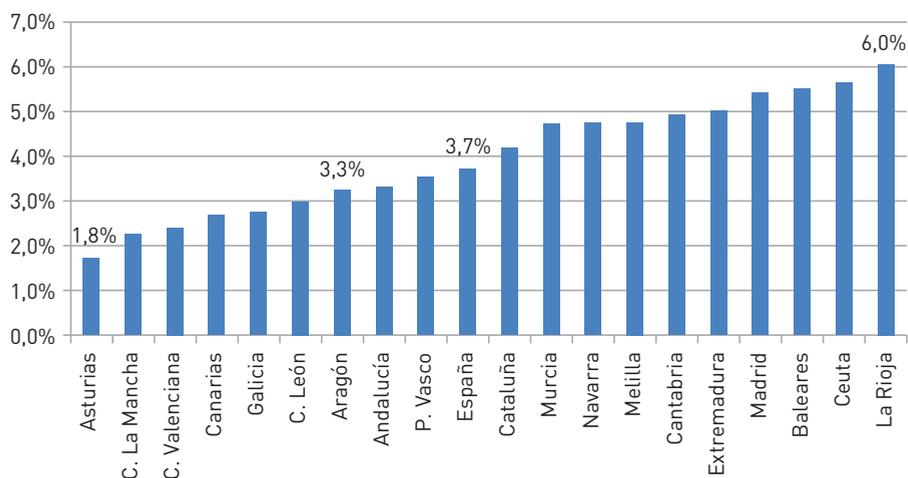
Resulta también interesante observar que los emprendedores aragoneses que recurren a financiación externa están aportando, por término medio, alrededor del 49% del capital necesario, un porcentaje ligeramente inferior al de 2013, cuando asumían casi el 52% de la inversión. No obstante, en 2014 un 41% del colectivo asume toda la inversión necesaria.

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

La Figura 5.1 recoge la importancia que tiene el inversor informal en la financiación de los proyectos emprendedores. En ella se observa como las cifras que valoran su importancia oscilan entre el 1,8% de Asturias y el 6% de la Rioja. En el caso de Aragón, un 3,3% de la población adulta ha actuado en 2014 como inversor privado en negocios en los que no tienen participación alguna en su propiedad (en 2013, era del 2,3%). Las cifras sitúan a Aragón en una posición ligeramente por debajo de la media nacional, aunque en los dos casos se observa una evolución al alza respecto al año 2013 [España se situaba en el 2,3% en 2013 y pasa al 3,7% en el año 2014].

Figura 5.1

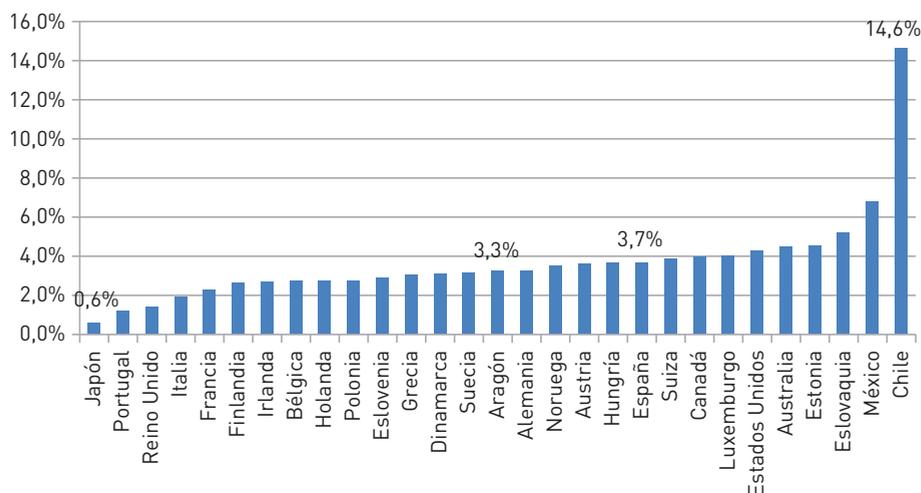
#### Importancia del *inversor informal*: regiones españolas



Si se analiza el fenómeno en el contexto de la OCDE (Figura 5.2), la importancia de la inversión informal en Aragón ha mejorado sustancialmente con respecto al año 2013. Actualmente, se encuentra por encima de países como Reino Unido, Italia, Holanda, Suecia o Japón (país que presentan el menor porcentaje de inversores informales, con apenas un 0,6% de su población). En primer lugar de esta hipotética clasificación destaca Chile, donde casi un 15% de sus ciudadanos participan en la financiación de algún tipo de iniciativa empresarial.

Figura 5.2

Importancia del *inversor informal*: países OCDE



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

En este último apartado se analizan las características más destacables de los inversores privados en negocios ajenos. El inversor informal en Aragón puede ser con una probabilidad similar un hombre (54,4%) o una mujer (45,6%). La edad media del inversor privado es de unos 48 años de edad, con estudios de nivel superior (49,6% de los casos) y sin formación específica para emprender (62%), que trabaja a tiempo completo o parcial (56,4%) y que vive en un hogar donde residen 3 personas. Entre sus planes a corto plazo no está incluido el de emprender y, además, no percibe buenas oportunidades para ello en los próximos seis meses en su zona, no tiene las habilidades y conocimientos necesarios para poner en marcha un negocio y el miedo al fracaso es un obstáculo para hacerlo. Un 12,3% de estos inversores está involucrado en su propia iniciativa emprendedora incipiente y un 13,3% es empresario consolidado. El 30,1% vive en el medio rural y el 69,9% restante reside en entornos urbanos.

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

Un 54,4% son hombres  
y un 45,6% mujeres

25,9% tiene estudios de nivel bajo  
24,5% tiene estudios de nivel medio  
49,6% tiene estudios superiores

Edad media de 47,9 años  
con una desviación típica de 11,0

Corresponden a un hogar medio  
de 3 personas

Situación laboral activa 56,4%  
Otro caso 43,6%

El 38,0% tiene formación específica  
para emprender

El 7,8% es emprendedor potencial

El 12,3% está involucrado  
en una iniciativa emprendedora

El 13,3% es propietario o participa  
en una empresa consolidada

El 53,1% con rentas pertenecientes  
al tercio superior

Tiene habilidades y experiencia  
para emprender el 63,8%

Ve buenas oportunidades el 27,3%

Vive en el entorno rural el 30,1%

El 54,4% no teme al fracaso

En cuanto a la comparación del perfil del inversor privado aragonés entre 2013 y 2014, las principales cuestiones a destacar son las siguientes:

- Disminuye ligeramente la participación femenina en este colectivo.
- Aumenta la edad media en algo más de seis años, al pasar de 41,20 en 2013 a 47,9 años en 2014.
- Aumenta la proporción de personas con estudios superiores y se incrementa la de personas con estudios bajos.
- Aumenta la presencia de emprendedores y también la de empresarios consolidados.
- Aumenta la proporción de inversores que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos meses en su zona (del 14,4% en 2013 al 27,3% en 2014).

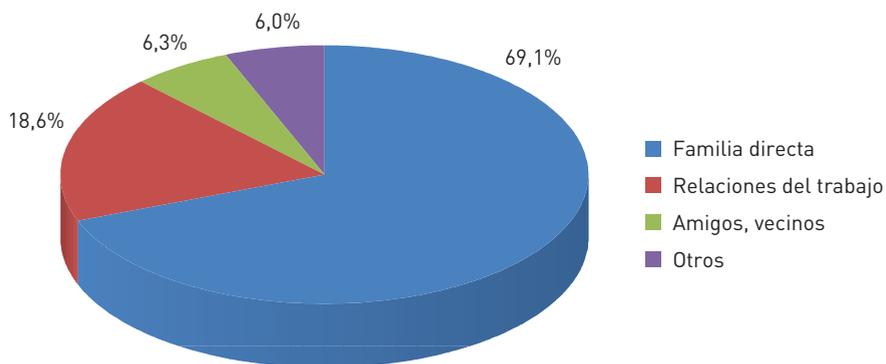
- Aumenta un 15% la presencia de inversores con habilidades y conocimientos para emprender.
- Aumenta en 5,6 puntos el porcentaje de inversores que no temen al fracaso.
- Permanece constante el porcentaje de emprendedores potenciales.

La relación del inversor privado con el beneficiario de su inversión, que se puede observar en la Figura 5.3, es predominantemente de tipo familiar (69,1% de los casos), de forma que la presencia de esta fórmula aumenta casi dos puntos porcentuales con respecto al año 2013. El segundo grupo en orden de importancia lo constituyen los amigos y vecinos, que colaboran en la financiación en casi una de cada cinco iniciativas.

En cuanto a los importes aportados, la inversión media que realizan las personas involucradas en la financiación de negocios ajenos es de unos 20.000 euros, pero este dato está afectado por casos atípicos, por lo que resulta más representativa la mediana de 6.477 euros. La moda o inversión más frecuente es haber participado con 6.000 euros.

**Figura 5.3.**

**Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión**





**CAPÍTULO 6**

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



## 6.1. Introducción

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

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

El objetivo de este capítulo es analizar los principales motivos que llevan al emprendedor a crear una empresa. Para ello, se utilizan de manera conjunta las opiniones facilitadas por la población activa aragonesa y por los expertos. A la luz de los datos, podemos ver que la percepción sobre las oportunidades para crear empresas en Aragón es similar a la media nacional. Sin embargo, la Comunidad ocupa una posición más discreta si la comparación se realiza en relación con el resto de países que integran la muestra. También son razonablemente positivos los resultados

que hacen referencia a la opinión de la población y de los expertos respecto a la apreciación social de la actividad de creación de empresas.

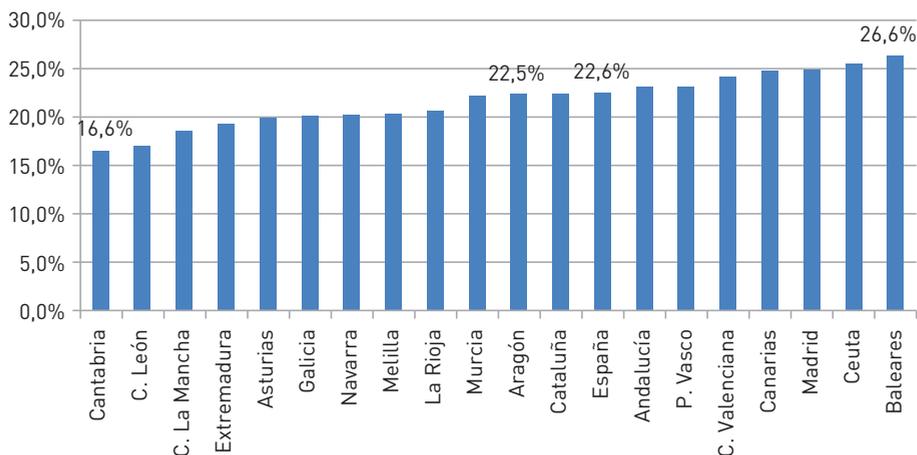
## 6.2. La percepción de oportunidades para la creación de iniciativas empresariales en Aragón

El objetivo de este apartado es valorar la percepción sobre las oportunidades para crear empresas en Aragón. Un primer dato muestra que el porcentaje de personas entre 18 y 64 años que percibe buenas oportunidades para emprender durante 2014 (Figura 6.1) es del 22,5%. Esta cifra es aproximadamente 8 puntos porcentuales superior a la del año 2013 (14,4%) y se sitúa al mismo nivel que la media nacional (22,6%), que también se ha incrementado en 7 puntos porcentuales desde la cifra del año anterior. Estos datos pueden constituir un primer indicador de la percepción por parte de la población aragonesa de la recuperación económica. Después de varios años de crisis, la sensación de que existen buenas oportunidades para crear empresas debe entenderse positivamente y seguramente se trata de un primer indicador de que se está introduciendo lentamente la cultura del emprendimiento.

La Figura 6.1 permite, además, comparar nuestra comunidad con el conjunto de regiones españolas. Como se puede observar, la percepción de buenas oportunidades para emprender en Aragón es superior a la de comunidades como Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Asturias, Galicia, Navarra, Melilla, La Rioja, y Murcia. Es importante destacar que, en este caso, las diferencias entre regiones son elevadas y se

Figura 6.1.

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

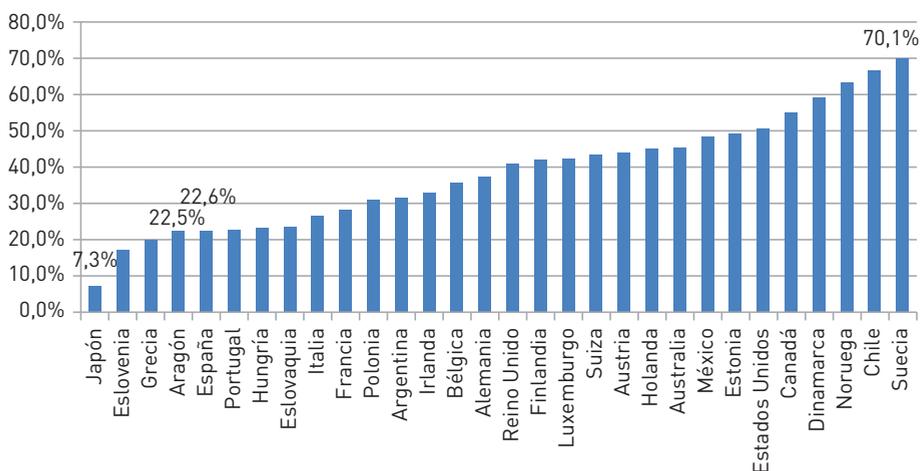


sitúan en los 10 puntos porcentuales si hacemos referencia a los extremos de la distribución (Cantabria y Baleares).

A nivel internacional, Aragón se posiciona en niveles similares al año 2013. La Figura 6.2 muestra los datos de nuestra Comunidad junto con los de los países miembros de la OCDE. En este análisis, Aragón se sitúa únicamente por delante de Japón, Eslovenia y Grecia y, como se ha comentado, al mismo nivel de la media de España. En esta comparación, cabe destacar que los países que ocupan los primeros puestos de la clasificación son Chile y Suecia. Además, es importante poner de manifiesto la enorme disparidad existente entre países, de manera que entre los dos extremos de la clasificación (Chile y Japón) hay más de 60 puntos porcentuales de diferencia.

**Figura 6.2.**

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



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

Además de las oportunidades para emprender, el observatorio GEM recoge información sobre el entorno social en el que el emprendedor desarrolla su actividad, así como sobre su capacidad para emprender. La Tabla 6.1 muestra el porcentaje de población entre 18 y 64 años que respondió afirmativamente a las cuestiones planteadas. De la observación de dicha Tabla se puede concluir que aproximadamente algo más de un tercio de la población aragonesa conoce a un emprendedor. Además, en

torno al 50% de los encuestados considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un negocio (47,2%). El miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender para un 46,6% de la población, mientras que un 51,7% cree que poner en marcha un negocio es una buena elección profesional y un 48,9% creen que triunfar gracias a un negocio propio proporciona un buen estatus social. Un 51,1% considera que los medios de comunicación proporcionan una buena cobertura a los nuevos empresarios y un 72,5% están a favor de que todo el mundo tenga un nivel de vida similar. En general, de la información que se recoge en la Tabla 6.1 se desprende que una parte muy importante de la población aragonesa tiene una opinión favorable respecto a la actividad emprendedora.

En cuanto a la evolución de estas valoraciones, los porcentajes presentados en la tabla son similares a los del 2013, aunque destaca el incremento de la población que ha conocido a un emprendedor en los dos últimos años (superior a 8 puntos porcentuales), así como la sensación de que es creciente la atención que se presta por parte de los medios de comunicación a los emprendedores (casi siete puntos más). En el polo opuesto, la percepción que se tiene sobre el buen estatus social que proporciona poner en marcha un nuevo negocio sigue la tendencia decreciente que comenzó en 2012.

**Tabla 6.1.**

<b>Entorno social: la motivación para emprender en la población aragonesa (porcentaje de respuestas afirmativas, 2014 y 2013)</b>		
<b>Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	36,7	28,2
Tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha una iniciativa de negocio pequeña	47,2	47,1
El miedo al fracaso NO sería un obstáculo para emprender	46,6	49,8
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	72,5	71,9
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	51,7	51,7
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	48,9	50,4
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	51,1	44,4

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

El propósito de este tercer apartado es ubicar a Aragón en el ámbito nacional e internacional en cuanto a la motivación y la capacidad para emprender. Para ello, analizamos una serie de factores que impulsan la motivación en el proceso de creación de empresas. Dichos factores son la posesión de conocimientos y habilidades para crear una empresa y el apoyo social que reciben los emprendedores (este último medido a través de la percepción de la población aragonesa entre 18 y 64 años acerca de si el emprendimiento proporciona un buen estatus social), así como de la cobertura que los medios de comunicación otorgan al proceso de creación de empresas.

Las Figuras 6.3 y 6.4 profundizan en la información comentada al presentar los resultados sobre la percepción por parte de la población acerca de la capacidad para emprender. A nivel nacional, la posición de Aragón (47,2%) es ligeramente inferior a la de España (48,1%). A nivel internacional (Figura 6.4), la posición de Aragón y España podría calificarse como relativamente buena. Chile, Eslovaquia y Polonia encabezan la clasificación. En el otro extremo se sitúan Japón, Bélgica y Noruega.

Figura 6.3.

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

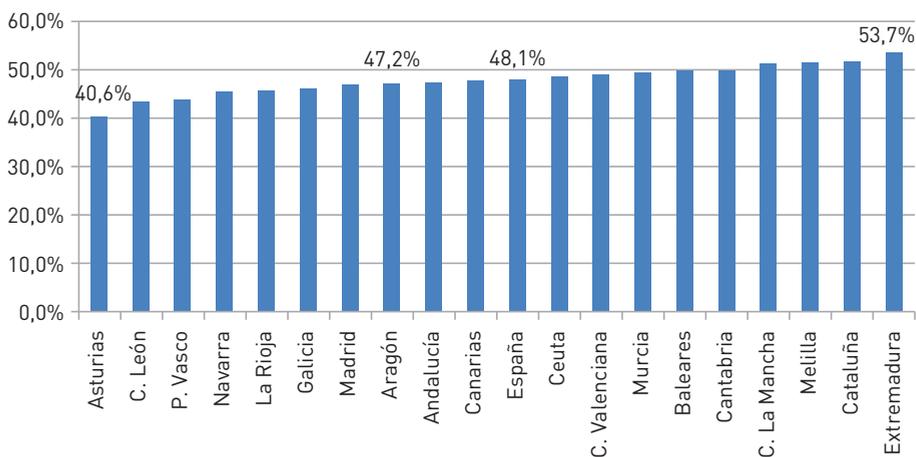
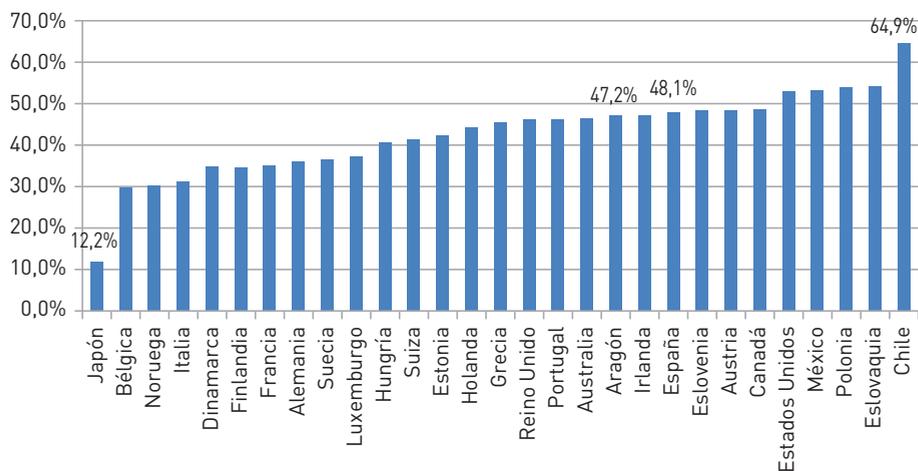


Figura 6.4.

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



El análisis continúa con los datos que hacen referencia al apoyo social que recibe el emprendedor (Figuras 6.5, 6.6, 6.7 y 6.8). La información basada en la percepción que tiene la población en relación a si emprender proporciona un buen estatus social pone de manifiesto que tanto Aragón (48,9%) como la media nacional (49%) se sitúan en una posición intermedia cuando se comparan con otras comunidades autónomas (Figura 6.5). Si la comparativa se hace dentro del grupo de países de la OCDE (Figura 6.6), Aragón aparece en el extremo inferior de la distribución, siendo Noruega y Finlandia quienes se sitúan en las primeras posiciones.

Finalmente, la Figura 6.7 muestra el porcentaje de población entre 18 y 64 años que considera que los medios de comunicación dan buena cobertura al emprendimiento. En 2014, el 51% de la población encuestada percibe que los medios de comunicación le dan una buena cobertura en la comunidad aragonesa, situándose por encima de la media de España (46%), y sólo por debajo de Navarra, País Vasco, La Rioja y Cataluña (Figura 6.7). Dentro del grupo de países de la OCDE, Aragón ocupa una posición intermedia, siendo Estados Unidos e Irlanda los que alcanzan las primeras posiciones. Se trata, en ambos casos, de países que tradicionalmente han tenido una cultura emprendedora muy arraigada, en la cual se valoran positivamente tanto el fracaso como el éxito en los proyectos de emprendimiento (Figura 6.8)

Figura 6.5.

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

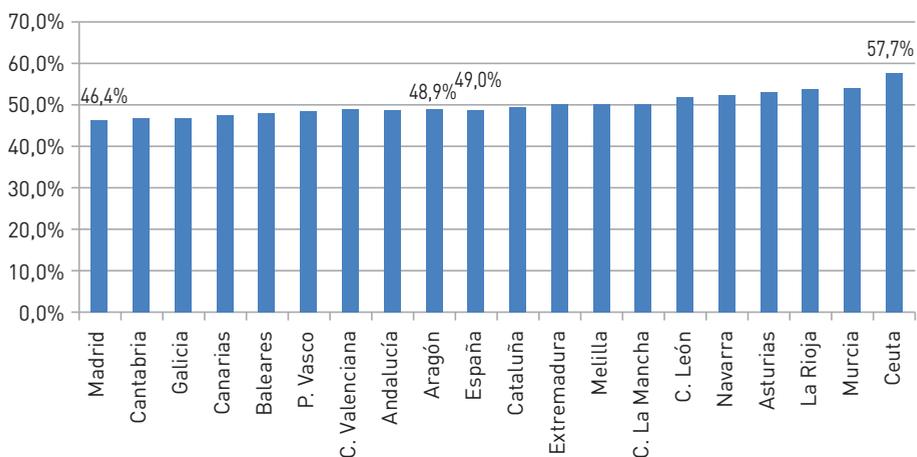


Figura 6.6.

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

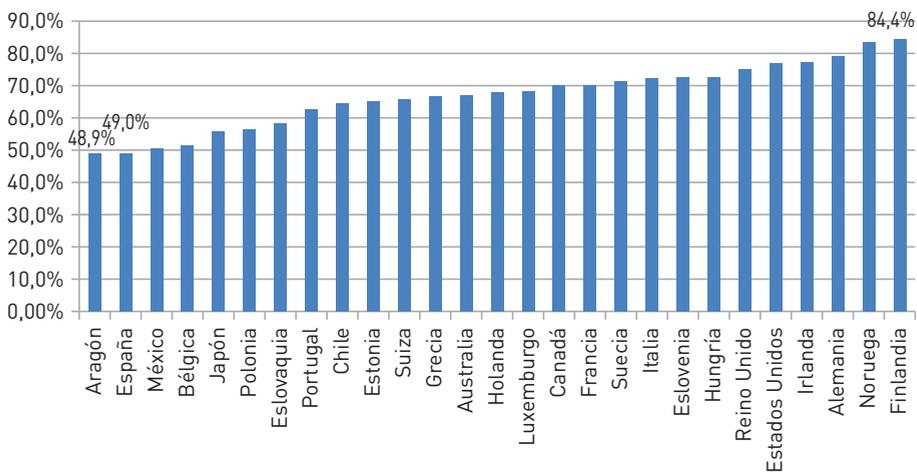


Figura 6.7.

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

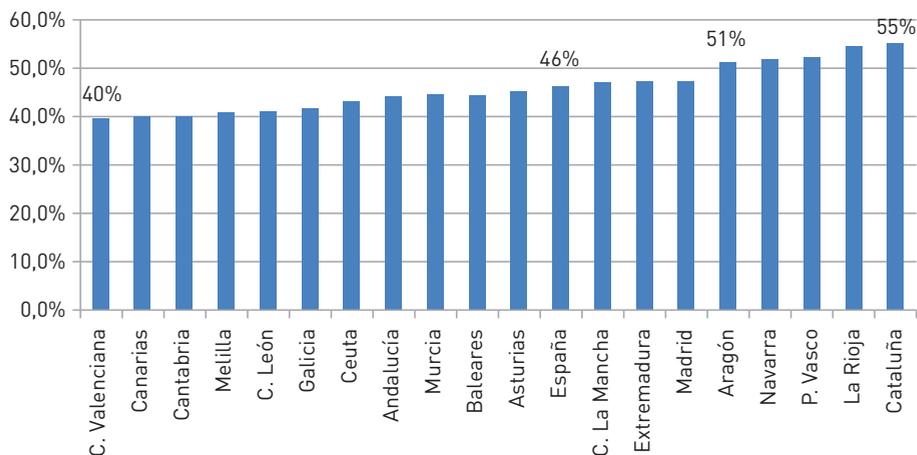
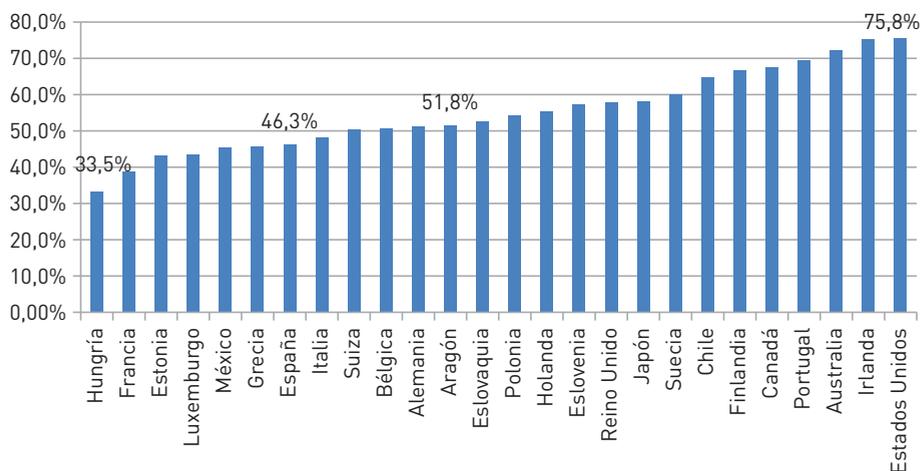


Figura 6.8.

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



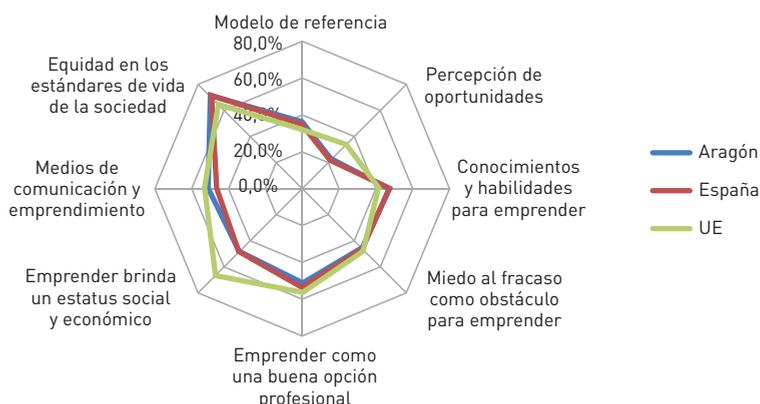
## 6.5. Situación relativa de Aragón respecto de su grupo económico en cuanto a las percepciones, valores y aptitudes para emprender

La Figura 6.9 cierra este capítulo representando la posición relativa de las opiniones de la población aragonesa en relación con sus homólogos en España y con en el resto de países GEM de su mismo entorno económico. En relación a la comparación con el resto de España, se observa que Aragón posee indicadores muy similares en prácticamente todas las dimensiones, excepto en el relativo al papel de los medios de comunicación, con valores superiores a la media (51% en Aragón frente al 46% en España).

Respecto a los países GEM de la Unión Europea, se observa que la opinión de la población aragonesa sobre ciertos valores, percepciones y aptitudes emprendedoras está por debajo de la media europea. En relación a la percepción de la variable emprender como una buena opción profesional, Aragón se sitúa en un 52%, frente al 56% en Europa, diferencia que se acentúa cuando se pregunta a la población sobre si emprender brinda un estatus social y económico (49% en Aragón frente al 67% de la Unión Europea). Estas cifras apoyan la idea de que nos queda por consolidar la cultura emprendedora dentro de nuestra sociedad, tanto en Aragón como en España. En cuanto a la percepción de oportunidades, estamos muy por debajo de la media europea (22,5% en Aragón frente al 34% de la unión europea). Por último, el apoyo al emprendimiento por parte de los medios de comunicación se percibe algo menos en Aragón que en la Unión Europea (51% frente a 54%), pero la cifra es mayor que la media española.

Figura 6.9.

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



Este panorama cambia en lo relativo al auto-reconocimiento de la población aragonesa que opina que posee los conocimientos, habilidades y experiencias que son requeridos para emprender en mayor medida, dado que la cifra para Aragón es superior a la correspondiente a la población europea (47,2% frente al 43%). Igualmente, cuando valoramos si la población aragonesa tiene un modelo de referencia en cuanto al conocimiento de algún emprendedor, Aragón se sitúa por encima de la media de la Unión (37% frente a 32%). Del mismo modo, un amplio porcentaje de la población aragonesa presenta una opinión muy relevante sobre la equidad en los estándares de vida de la sociedad, también por encima de la media europea (72% frente a un 66%). Finalmente, respecto a la percepción del miedo al fracaso, los niveles se mantienen iguales para el caso de Aragón, España y Unión Europea, con un 47%.



**CAPÍTULO 7**

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



## 7.1. Introducción

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

En el año 2014 el equipo regional de Aragón ha contado con la participación de un total de 45 expertos, cada uno de los cuales, con independencia de su ámbito de especialización, expresa su opinión acerca de todos los factores analizados. Adicionalmente, también se les solicita que identifiquen cuáles son los principales obstáculos y apoyos al proceso emprendedor, así como que realicen posibles sugerencias para favorecer el desarrollo de la actividad emprendedora.

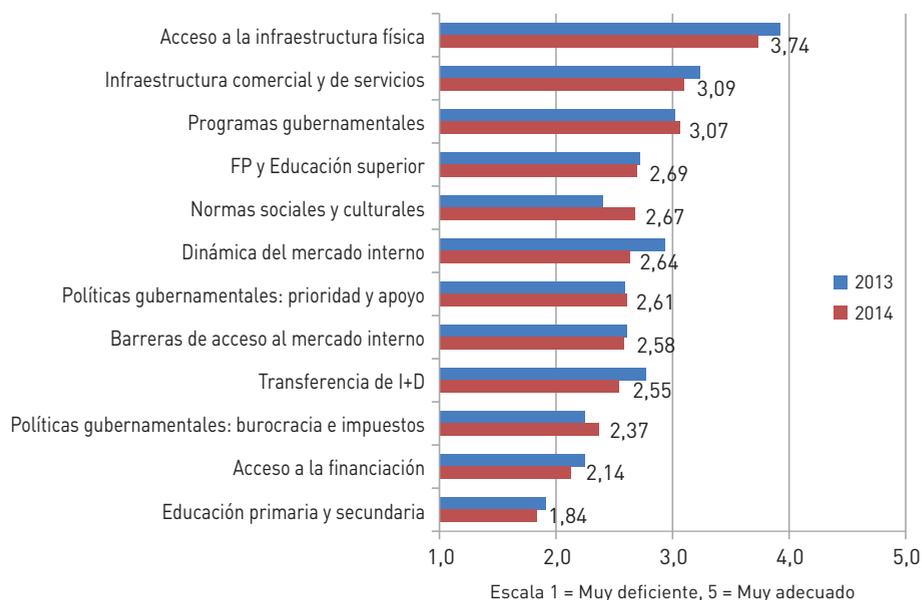
## 7.2. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora

En términos generales, las condiciones específicas del entorno sobre las que han opinado los expertos indican que la situación en Aragón sigue siendo poco favorable para emprender (lo mismo sucede con la opinión de los expertos nacionales). La figura 7.1 muestra la valoración media que los expertos hacen de estos factores. De los doce elementos considerados, los tres mejor valorados son los que se refieren al acceso a infraestructuras físicas, infraestructura comercial y de servicios y programas gubernamentales.

Como puede apreciarse en la Figura 7.1, la valoración de los expertos acerca de estos tres factores está por encima del valor medio de 3 (en una escala de 5), aunque es inferior a la opinión manifestada en el ejercicio anterior, excepto en lo relativo a programas gubernamentales.

Figura 7.1.

### Valoración de los expertos: factores del entorno



Es destacable que la mayoría de los factores están valorados por los expertos por debajo de los 3 puntos. Es el caso de aspectos fundamentales como la formación profesional y la educación superior, la dinámica del mercado interno o la transferencia de I+D entre universidad y empresa. Además, en la mayoría de estas cuestiones la valoración realizada es similar o inferior a la que se obtuvo en 2013. De hecho los únicos incrementos relevantes se observan en normas sociales y culturales y, en menor medida, en la prioridad de las políticas gubernamentales.

Las valoraciones menos favorables son las que hacen referencia a las políticas gubernamentales (especialmente aquellas relacionadas con la burocracia y los impuestos), el acceso a la financiación y, como ocurría el año anterior, a la educación primaria y secundaria que ni siquiera alcanza los dos puntos sobre cinco. Se trata, sin duda, de un aspecto especialmente preocupante en una sociedad que debe fomentar desde las etapas educativas más tempranas el espíritu emprendedor ya que, tal como se ha mostrado en los capítulos precedentes, en la medida en que aumentan la formación y conocimientos sobre temas relacionados con el emprendimiento, se incrementa la tasa de apertura de nuevos negocios, a la vez que se mejoran sus tasas de supervivencia. En este sentido, la propuesta de la última reforma educativa –LOMCE– recoge esta inquietud social al incluir en el contenido de los currículos académicos algunos contenidos sobre la promoción del espíritu emprendedor. Este

tipo de iniciativas deben valorarse positivamente en la medida en que permiten generar una cultura de emprendimiento desde las primeras etapas educativas. Esta cultura no sólo se traducirá en una posible salida profesional (especialmente en épocas de dificultad), sino que constituye una forma de desarrollo personal y profesional, con la consiguiente contribución desde el punto de vista social.

Con el fin de profundizar en el estudio de estos factores y su evolución en el tiempo, la Tabla 7.1 permite comparar las valoraciones medias que hacen los expertos aragoneses de las condiciones del entorno desde el año 2008, momento a partir del cual en Aragón se empieza a notar la crisis económica de forma especial. En la misma se puede observar como los tres factores mejor valorados no muestran una tendencia claramente definida, aunque resulta destacable que en los tres últimos años se pone de manifiesto una opinión crecientemente favorable en relación con los programas gubernamentales.

Entre los factores peor valorados por los expertos destaca la educación primaria y secundaria que, más allá de la sistemática valoración negativa, muestra de nuevo un ligero descenso en 2014. También se corrobora que el acceso a la financiación, tal como se ha puesto de manifiesto en el capítulo 5, es uno de los grandes obstáculos a los que debe hacer frente la empresa aragonesa, rompiéndose en 2014 la tendencia ligeramente creciente que se había puesto de manifiesto en los dos últimos años. En todo caso, cuando se enjuician las políticas gubernamentales, todavía se destacan como un gran obstáculo algunos aspectos relacionados con la burocracia y los trámites administrativos asociados a las actividades emprendedoras, aunque en el año 2014 se ha puesto de manifiesto una discreta mejoría. Mencionar, por último, que la impresión que se tiene del papel de la formación profesional o la educación universitaria como motores del emprendimiento es todavía deficiente y deberían promoverse importantes mejoras en el futuro en lo que respecta a esta dimensión, ya que la valoración que se hace de la misma empeora este último año.

**Tabla 7.1.**

**Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno**

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

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

Los expertos entrevistados también contribuyen al informe GEM a través de preguntas abiertas relacionadas con las condiciones del entorno específico que influyen en la actividad emprendedora. A continuación se presentan las opiniones de estos expertos relativas a los principales obstáculos que actúan como freno a la actividad emprendedora, los apoyos más importantes que estarían favoreciendo dicha actividad y, por último, las recomendaciones o medidas para mejorar el contexto para emprender en Aragón. La Tabla 7.2 muestra las valoraciones proporcionadas por los expertos cuando son preguntados en relación al origen de los obstáculos principales al emprendimiento. Por sexto año consecutivo, el principal obstáculo es el acceso a la financiación (el 78,6% de

los encuestados está de acuerdo con esta opinión). De igual manera, las políticas gubernamentales se mencionan en segundo lugar, situándose a continuación factores como la educación y formación, los programas gubernamentales y la transferencia de I+D, aspectos todos ellos mencionados por aproximadamente uno de cada cuatro encuestados. Algunos de los elementos que menos parecen dificultar la puesta en marcha de iniciativas empresariales son los costes laborales y otros aspectos relacionados con el mercado de trabajo, el acceso a la información o la internacionalización.

**Tabla 7.2.**

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

	Frecuencia		Ranking del año					
	2014	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Acceso a la financiación	78,6%	1	1	1	1	1	1	3
Políticas gubernamentales	40,5%	2	2	2	5	2	4	1
Educación, formación	23,8%	3	3	2	2	3	6	4
Programas gubernamentales	23,8%	3	7	5	3	5	2	4
Transferencia I+D	21,4%	5	7	6	8	8	9	10
Infraestructura comercial y profesional	19,1%	6	9	6	8	7	9	6
Apertura de mercado, barreras	16,7%	7	6	6	5	8	11	5
Acceso a la infraestructura física	16,7%	7	9	6	6	8	9	7
Capacidad emprendedora	9,5%	9	4	4	4	4	7	2
Normas sociales y culturales	9,5%	9	5	2	2	3	3	4
Clima económico	4,8%	11	3	3	2	2	5	6
Estado del mercado laboral	4,8%	11	9	7	8	7	8	9
Crisis económica	2,4%	13	6	-	-	-	-	-
Contexto político, institucional y social	2,4%	13	8	6	7	6	10	6
Composición percibida de la población	2,4%	13	9	6	7	9	12	8
Corrupción	2,4%	13	9	-	-	-	-	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	17	8	-	-	-	-	-
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	17	8	-	-	-	-	-
Acceso a la información	0,0%	17	8	-	-	-	-	-
Internacionalización	0,0%	17	9	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	17	9	-	-	-	-	-

En la Tabla 7.3 se identifican los principales apoyos a la creación de empresas en Aragón, presentándose la evolución en la ordenación de los mismos desde el año 2008. En ella se pone de manifiesto que los expertos entienden que las principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora son los programas gubernamentales, el estado del mercado laboral, la transferencia de I+D, las normas sociales y culturales y el apoyo financiero. En el extremo opuesto se sitúan la corrupción, la infraestructura comercial y profesional y la apertura del mercado.

**Tabla 7.3.**

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

	Frecuencia	Ranking del año						
	2014	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Programas gubernamentales	53,9%	1	3	6	1	1	1	1
Estado del mercado laboral	33,3%	2	1	2	8	9	6	6
Transferencia I+D	23,1%	3	3	5	6	4	3	6
Normas sociales y culturales	20,5%	4	3	4	5	8	4	5
Apoyo financiero	18,0%	5	6	9	3	3	2	3
Acceso a la información	18,0%	5	9	-	-	-	-	-
Costes laborales, acceso y regulación	15,4%	7	9	-	-	-	-	-
Acceso a la infraestructura física	12,8%	8	7	6	6	6	5	5
Educación y formación	10,3%	9	6	3	4	4	3	4
Crisis económica	10,3%	9	7	-	-	-	-	-
Internacionalización	10,3%	9	10	-	-	-	-	-
Políticas gubernamentales	7,7%	12	2	7	7	2	5	2
Contexto político, institucional y social	7,7%	12	9	8	5	5	6	6
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	5,1%	14	10	-	-	-	-	-
Clima económico	2,6%	15	4	5	2	5	4	7
Capacidad emprendedora	2,6%	15	8	8	8	10	3	9
Composición percibida de la población	2,6%	15	10	5	9	12	7	8
Apertura de mercado, barreras	0,0%	18	5	1	8	7	7	5
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	18	8	10	3	11	5	2
Corrupción	0,0%	18	10	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	18	10	-	-	-	-	-

La Tabla 7.4 recoge la clasificación de los diferentes aspectos a los que hacen referencia los expertos en sus recomendaciones para mejorar el entorno con el fin de dinamizar el proceso emprendedor en Aragón. Las tres primeras recomendaciones tienen que ver con las políticas gubernamentales, el apoyo financiero y la educación y la formación. Los expertos encuestados inciden en la necesidad de contar con el apoyo de políticas gubernamentales que impulsen y faciliten las iniciativas emprendedoras y en diseñar medidas y programas que permitan mejorar el acceso a la financiación. También se sitúan en un lugar destacado la

**Tabla 7.4.**

<b>Recomendaciones para favorecer el proceso emprendedor</b>								
	Frecuencia		Ranking del año					
	2014	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Políticas gubernamentales	67,5%	1	1	3	4	3	4	3
Apoyo financiero	60,0%	2	2	1	2	1	3	2
Educación y formación	42,5%	3	3	2	3	2	2	1
Programas gubernamentales	35,0%	4	4	6	1	4	1	1
Normas sociales y culturales	15,0%	5	5	5	6	6	5	6
Transferencia I+D	10,0%	6	6	7	8	5	6	5
Estado del mercado laboral	7,5%	7	7	7	7	7	7	9
Capacidad emprendedora	7,5%	7	8	8	8	8	6	4
Infraestructura comercial y profesional	2,5%	9	9	4	5	6	8	4
Apertura de mercado, barreras	2,5%	9	9	8	8	9	8	6
Acceso a la infraestructura física	2,5%	9	10	9	7	7	9	6
Clima económico	2,5%	9	10	9	8	8	10	10
Composición percibida de la población	2,5%	9	10	9	10	10	10	8
Contexto político, institucional y social	2,5%	9	10	7	9	5	9	7
Crisis económica	2,5%	9	10	-	-	-	-	-
Corrupción	2,5%	9	10	-	-	-	-	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	17	10	-	-	-	-	-
Internacionalización	0,0%	17	10	-	-	-	-	-
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	17	10	-	-	-	-	-
Acceso a la información	0,0%	17	10	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	17	10	-	-	-	-	-

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

Por último, señalar que, como hemos indicado anteriormente, la encuesta permite a los expertos destacar aquellos factores del entorno (obstáculos, apoyos y recomendaciones) que consideran significativos para analizar la actividad emprendedora en Aragón. La Tabla 7.5 recoge los principales argumentos mencionados más allá de los comentados en las tablas precedentes.

**Tabla 7.5.**

**Otros factores del entorno resaltados por los expertos de Aragón**

**OBSTÁCULOS**

1. Falta de formación empresarial
2. Miedo al fracaso
3. Falta de cultura emprendedora
4. Situación de crisis económica

**APOYOS**

1. Ayudas y subvenciones
2. Redes de *business angels*
3. Mejora de la formación
4. Existencia de viveros de empresas

**RECOMENDACIONES**

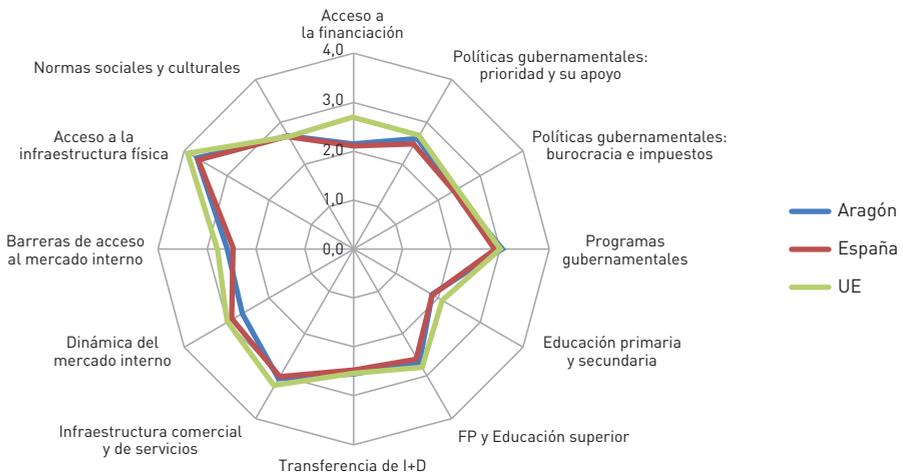
1. Mayor formación emprendedora
2. Fomento de la cultura empresarial
3. Conexión universidad-empresa
4. Programas de apoyo al emprendimiento

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

La Figura 7.2 concluye este capítulo representando la posición relativa de las valoraciones que hacen los expertos aragoneses en relación con sus homólogos en España y en el resto de países GEM de su mismo entorno económico. En relación a la comparación con el resto de España, Aragón presenta, al igual que en el periodo anterior, unas condiciones medias por encima del promedio nacional en prácticamente la totalidad de los factores considerados. Respecto a los países GEM del mismo entorno económico, las valoraciones que hacen los expertos aragoneses se suelen situar, dentro del tono pesimista general, alrededor de la media europea, quedando por encima de dicha media tan solo en los programas de apoyo gubernamental al emprendimiento. Esta situación es especialmente preocupante en aspectos relativos al acceso a la financiación, las barreras de acceso al mercado interno o en la educación primaria y secundaria.

Figura 7.2.

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







**CAPÍTULO 8**  
**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA**  
**EN LAS ZONAS RURALES**



## 8.1. Introducción

El estudio de la actividad emprendedora en las zonas rurales tiene particular importancia en la Comunidad Autónoma de Aragón, a la vista de que casi el 97% de los municipios se encuentran situados en el ámbito rural y concentran a una cuarta parte de la población aragonesa (Tabla 8.1). El observatorio GEM considera como actividad emprendedora rural la que se lleva a cabo en municipios de hasta 5.000 habitantes, mientras que el emprendimiento urbano es el que tiene lugar en los municipios que superan dicha población. Es importante tener en cuenta que la distribución de la población en zonas rurales varía notablemente entre las tres provincias aragonesas, principalmente debido a la concentración del 50% de la población aragonesa en la capital de la Comunidad. De este modo, el 17,2% de la población de la provincia de Zaragoza reside en la actualidad en zonas rurales, frente al 40,3% de Huesca y el 57,1% de Teruel.

Tabla 8.1.

### Municipios y población en las áreas rurales y urbanas de Aragón (2014)

Distribución de...	Zona	Huesca	Zaragoza	Teruel	Aragón
Municipios	Rural	96,5%	95,6%	98,7%	96,9%
	Urbana	3,5%	4,4%	1,3%	3,1%
Población	Rural	40,3%	17,2%	57,1%	25,3%
	Urbana	59,4%	82,8%	42,9%	74,7%

Fuente: Datos obtenidos a partir de la información facilitada por el INE (padrón a 1 de enero de 2014).

A la vista de la importancia de las zonas rurales, sobre todo en las provincias de Huesca y Teruel, el emprendimiento rural constituye uno de los mecanismos más importantes para evitar la despoblación en numerosos territorios siendo, además, una fuente de oportunidades en varios sectores de la economía. La mejora de las infraestructuras físicas y las comunicaciones hacen del ámbito rural un espacio muy competitivo para un gran número de actividades. Fruto de esta reflexión, se han llevado a cabo determinadas iniciativas gubernamentales de fomento de la actividad emprendedora en zonas rurales de Aragón, como el Programa de

Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED), el proyecto Rural Em- prende (dentro del marco del Plan Avanza), el Programa de Em- prendimiento Agroalimentario (IAF) o la convocatoria de subvenciones para el fomento de la actividad emprendedora en las comarcas aragonesas.

En definitiva, el capítulo se aproxima a la actividad emprendedora en estos municipios. En primer lugar, se examinan los valores, percepciones y actitudes emprendedoras y se comparan con las de las zonas urbanas. A continuación, se examinan las tasas de actividad empresarial en los dos ámbitos.

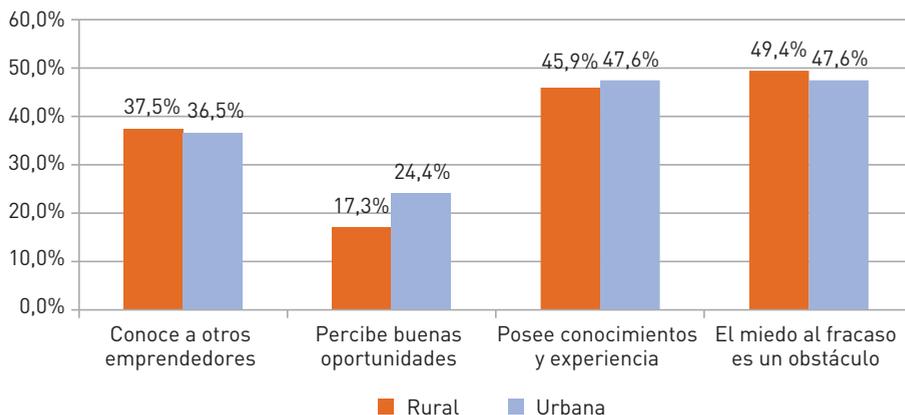
## 8.2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana

La Figura 8.1 identifica los valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población rural y urbana. En el caso de las variables que hacen referencia a conocimientos y experiencia, y a miedo al fracaso, la distribución de los porcentajes es similar en las zonas rurales y urbanas. Además, los porcentajes han disminuido respecto al año 2013. En particular, la percepción de poseer conocimientos y tener experiencia adecuada ha disminuido alrededor de cuatro puntos en los entornos rurales. También ha disminuido la percepción del miedo al fracaso como obstáculo a la hora de poner en marcha un negocio, aunque lo ha hecho de forma algo más acusada en los entornos urbanos.

Si nos centramos en la percepción de oportunidades, hay un mayor porcentaje de la población urbana que percibe que son buenas (24,4% frente al 17,3% de las zonas rurales). La percepción de oportunidades

Figura 8.1.

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

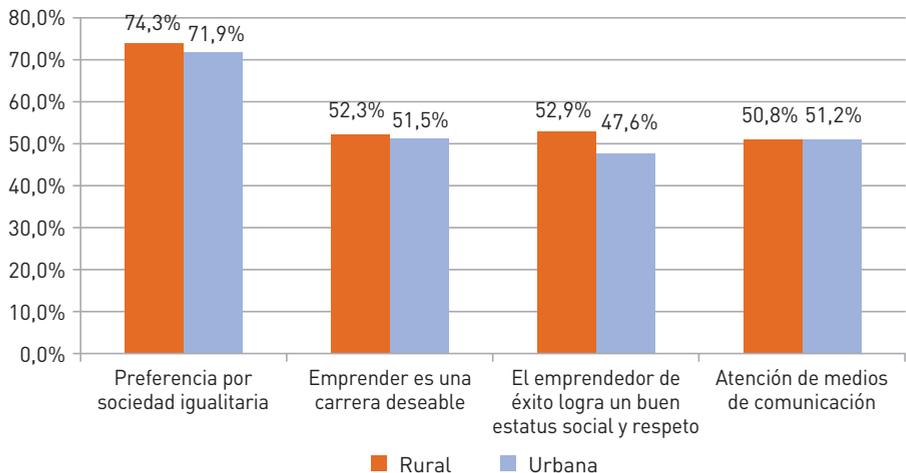


ha mejorado respecto al año 2013, si bien es cierto que en las zonas urbanas este incremento se constata de forma más clara (24,4% frente al 14,9% del año 2013). No obstante, en las zonas rurales el incremento también ha sido significativo (17,3% frente al 12,9% de 2013). En lo que hace referencia al contacto con otros emprendedores en su entorno, no se aprecian diferencias importantes en el grado de conocimiento de otros emprendedores (que es un punto superior en el mundo rural).

En cuanto a la valoración social del emprendimiento (Figura 8.2), los porcentajes son ligeramente superiores en las zonas rurales, con la única excepción de la atención por parte de los medios de comunicación. En todo caso, las diferencias entre las zonas rurales y las urbanas son mínimas. También es destacable que todos los indicadores han disminuido respecto al año anterior, con la excepción de la atención de los medios de comunicación, que aumenta. Especialmente notable ha sido la caída del porcentaje de población que opina que emprender es una carrera deseable en el sector rural (desciende desde el 61,3% hasta un 52,3%). Por lo que se refiere a si el emprendedor de éxito logra un buen estatus y el respeto de la sociedad, el porcentaje de población que está de acuerdo con esta idea desciende ligeramente respecto a su valor de 2013 (52,9% vs 54,8%) y se mantiene por encima del entorno urbano. Finalmente, cuando valora la preferencia por una sociedad igualitaria, los porcentajes descienden en el entorno rural y en el urbano, aunque es especialmente notable el decremento en el entorno urbano.

**Figura 8.2.**

**Valoración social del emprendimiento en áreas rurales y urbanas**



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

La Figura 8.3 muestra las tasas de actividad en las distintas etapas del proceso emprendedor (potencial, naciente, nueva, consolidada y abandono) en los ámbitos rural y urbano. Al igual que en el año 2013, la población rural se muestra más activa en términos de emprendimiento que la urbana (6% frente a un 4,2%), si bien es cierto que en 2014 se reducen las diferencias en relación con el ejercicio precedente. De hecho, en los núcleos rurales, y excepto en las actividades nacientes, se produce un descenso de la actividad en relación con el ejercicio 2013. La caída es especialmente acusada en el emprendimiento potencial, que pasa del 9% de 2013 al 4,4% de 2014, cifra que es también inferior a la del entorno urbano en 2014. También es reseñable la disminución en el emprendimiento consolidado, que en el entorno rural disminuye desde el 15,1% al 9,3%.

Figura 8.3.

#### Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor en 2014

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

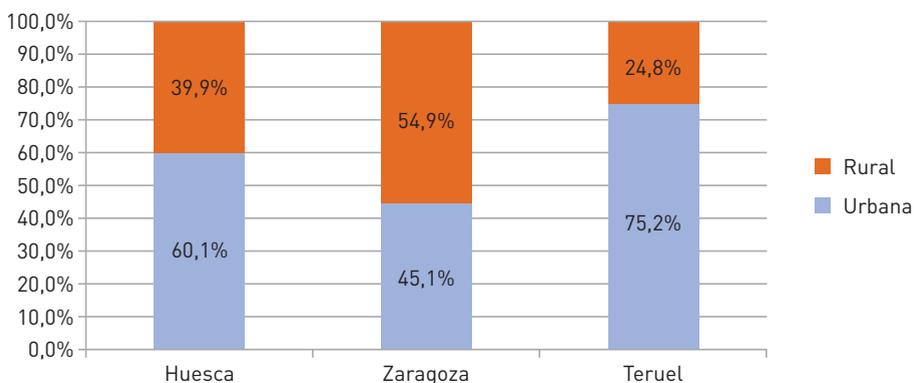
Entre paréntesis la información correspondiente a 2013.

Si nos fijamos en la importancia del emprendimiento rural en cada una de las tres provincias aragonesas (Figura 8.4) podemos observar que, en concordancia con la distribución de la población mostrada en la Tabla 8.1, la creación de nuevas empresas en las zonas rurales tiene más importancia en Teruel. Hay que destacar, sin embargo, el descenso de actividad emprendedora rural tanto esta provincia como en Huesca. El caso de la provincia de Huesca es el más acusado, ya que su población

rural representa un 40,3% del total, mientras que la proporción de iniciativas emprendedoras es sólo del 39,9%, mientras que en el año 2013 superaba el 64%, y en el 2012 era del 60%. Se trata, sin duda, de un cambio de tendencia y será necesario esperar a los datos de los próximos ejercicios para poder inferir las causas de este descenso. Algo similar ocurre en Teruel, donde el 57,1% de la población rural aglutina casi el 55% de las iniciativas emprendedoras (un 23% menos que el año anterior), si bien es cierto que ha vuelto a los niveles del año 2012, en el que se situaba alrededor del 53%. Podemos, por tanto, intuir que el repunte del año anterior fue quizás debido a determinados programas puntuales desarrollados en la zona y no tanto a un cambio estructural.

**Figura 8.4.**

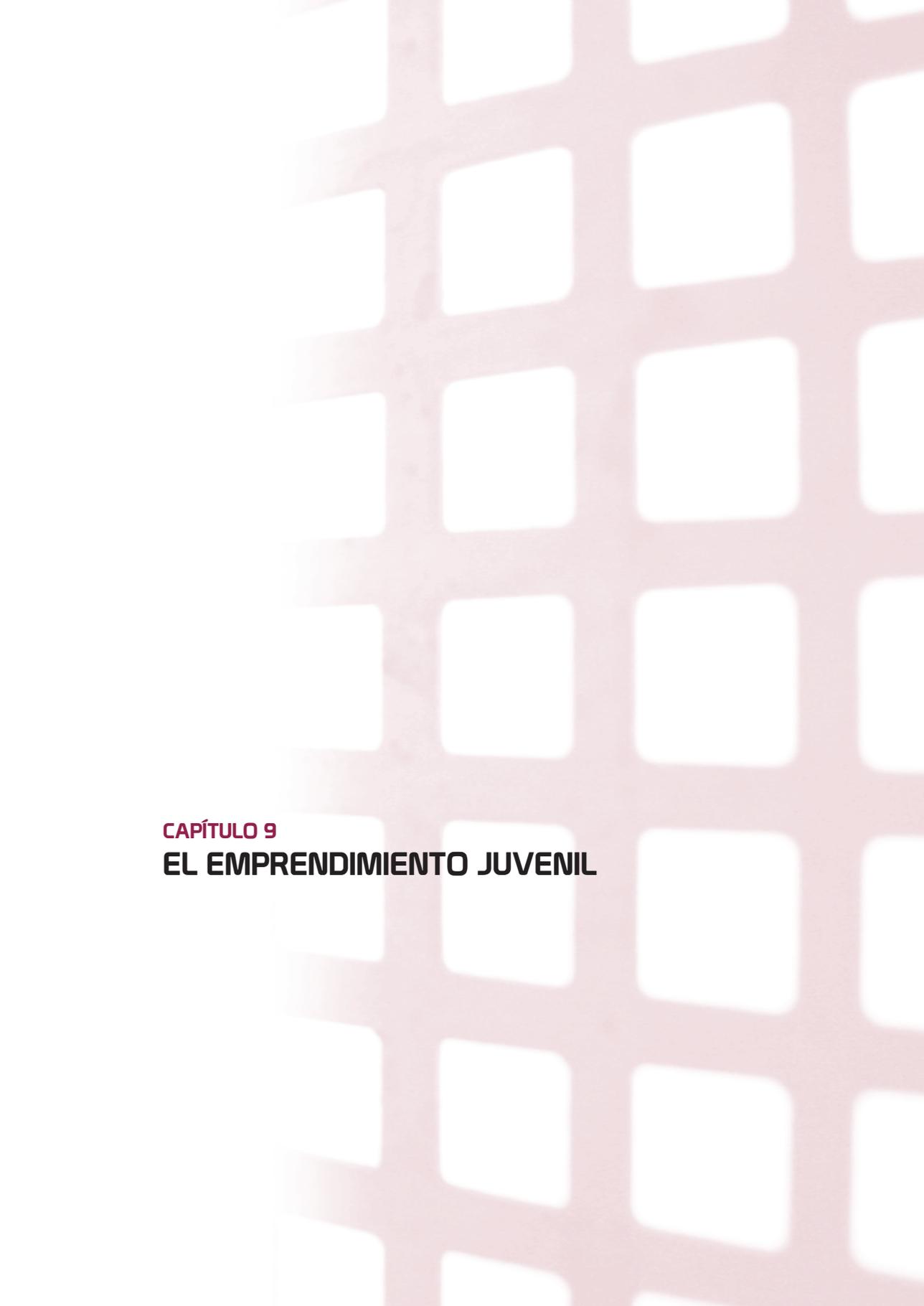
**Distribución del emprendimiento rural y urbano por provincia**



**8.4. A modo de conclusión**

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





**CAPÍTULO 9**  
**EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL**

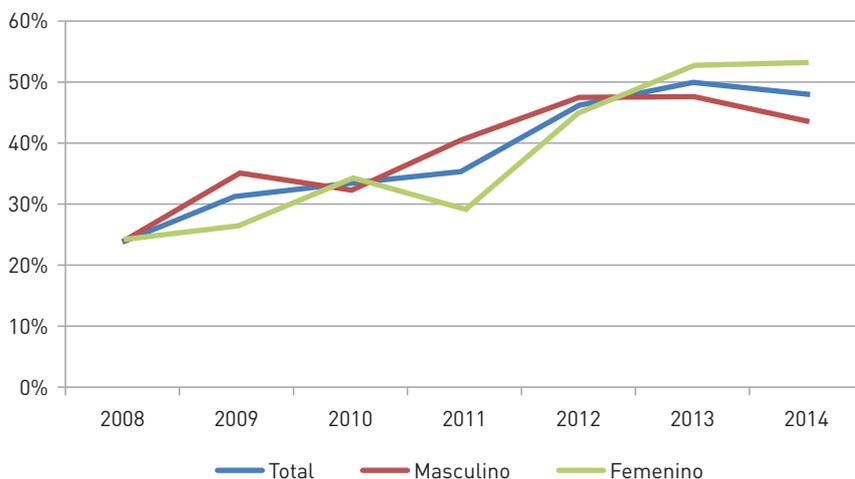


## 9.1. Introducción

España viene mostrando en los últimos años una dramática progresión de su tasa de desempleo juvenil: el 53,2% de los jóvenes menores de 25 años estaban desempleados a final del año 2014, aproximadamente el doble que cinco años antes, lo que supone uno de los valores más altos de los países de la Unión Europea (donde la media es del 22,1%). Como puede observarse en la Figura 9.1, Aragón sigue la misma tendencia que el resto del país: a finales de 2014, el desempleo entre los menores de 25 años alcanza, según la Encuesta de Población Activa, el 48,3% (sufriendo un leve descenso desde el 50% del año 2013). La tasa de desempleo es más alta en el caso de las mujeres jóvenes (un 53,2%, frente al 43,7% de los hombres); de hecho, el paro juvenil masculino ha descendido un 8,1% desde el año 2012, mientras que el femenino ha aumentado en un 18,5%.

Figura 9.1.

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



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2015)

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

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

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

La Figura 9.2 muestra los valores y actitudes de la población joven<sup>5</sup> con respecto al emprendimiento y los compara con los de la población adulta (Figura 9.2), muestran diferencias significativas. Respecto a las variables competitividad (72,5% adultos frente al 72,4% de los jóvenes), estatus social (49,2% adultos frente al 48,4% de los jóvenes) y percepción de oportunidades, el modelo de la población joven reproduce el de la población adulta. Los jóvenes perciben las oportunidades de forma similar a los adultos (23,2% de los jóvenes frente al 22,2% de los adultos), pero las cifras se han incrementado notablemente respecto al año anterior (18,4% de los jóvenes frente al 12,2% de los adultos). Resulta relevante señalar que, al igual que en el ejercicio anterior, la variable habilidades para emprender muestra un valor inferior en el grupo de los jóvenes y la diferencia en relación a los adultos ha aumentado (40,4% frente al 50,2% de los adultos). Resulta igualmente significativo que los jóvenes perciben mayor temor al fracaso que los adultos (50,7% frente al 46,9%). Sin embargo, hay una mayor proporción de jóvenes que piensan que el emprendimiento puede ser una buena carrera (56,5% frente al 49,4%) y que creen en la existencia de una red social para desarrollar las capacidades emprendedoras (40,2% frente al 35,2% de los adultos). La percepción respecto a la buena cobertura de los medios también es inferior en el caso del grupo de población joven.

<sup>5</sup> Desde el punto de vista de este informe, se entiende por emprendimiento juvenil el llevado a cabo por personas con edad inferior a 35 años.

Figura 9.2.

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



### 9.3. Descripción del proceso emprendedor de los jóvenes en Aragón

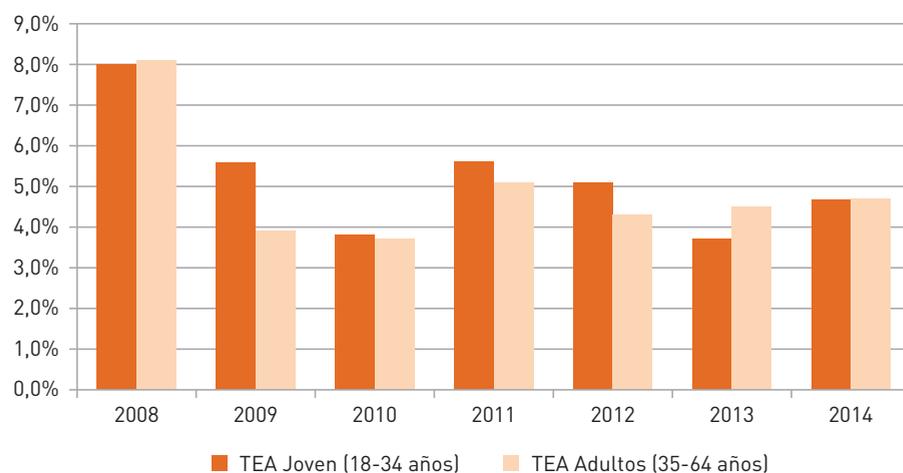
Una vez identificadas las percepciones sobre la actividad emprendedora de nuestros jóvenes, la siguiente cuestión es cómo se materializan éstas en la puesta en marcha de nuevos negocios. En la Tabla 9.1 se observa que la tasa de actividad emprendedora juvenil en Aragón es, en 2014, superior en las iniciativas emprendedoras potenciales (7,4% frente al 5,4% de los adultos), ligeramente superior las iniciativas nacientes (2,9% frente al 2,6%) e inferior en las nuevas (1,8% frente al 2,1%). El TEA en Aragón es igual entre los adultos que en los jóvenes menores de 35 años (4,7% en ambos casos), aunque se percibe una mejora en relación al año 2013, donde el TEA era superior entre la población adulta. En la medida que es la población adulta la que más negocios tiene en funcionamiento, también son mayores las tasas de cierre efectivo de negocios dentro de este grupo de población (1,2%, frente al 0,3% de los jóvenes).

Estas cifras permiten confirmar la tendencia detectada en ejercicios anteriores, en los que se observaba una tasa de emprendimiento juvenil superior a la adulta, con la única excepción de los años 2008 y 2013, aunque será necesario esperar a próximos ejercicios para valorar su consolidación. Por otro lado, una posible explicación para el ligero incremento observado respecto al ejercicio anterior en el emprendimiento juvenil podría encontrarse en las expectativas de recuperación económica del país para los próximos años anunciadas por el Banco de España y el FMI. Este dato podría apoyar a la percepción que tienen los jóvenes en cuanto a oportunidades de emprendimiento en el mercado aragonés que son, también, ligeramente superiores a las de la población adulta y superiores al ejercicio anterior (23,2% frente al 18,4%).

**Tabla 9.1.****Tasa de población de 18-64 años involucrada en el proceso emprendedor**

	Jóvenes	Adultos
Potenciales	7,4	5,4
Nacientes	2,9	2,6
Nuevos	1,8	2,1
Total Emprendedores (TEA)	4,7	4,7
Consolidados	2,3	10,3
Ex empresarios	0,3	1,2

También la tasa de emprendimiento ha aumentado este ejercicio entre la población adulta, lo que confirma que este grupo de edad puede que tenga especiales dificultades para encontrar un hueco en el mercado laboral actual y deba necesariamente optar por el emprendimiento como salida profesional. En todo caso, es importante poner de manifiesto que la actividad emprendedora entre los menores de 35 años sufre un retroceso anual desde el 5,6% del año 2011, al 5,1% del año 2012, y al 3,7% del año 2013, y que este año 2014 cambia la tendencia mejorando hasta el 4,7%.

**Figura 9.3.****Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad (2008-2014)**

A la vista de los resultados obtenidos, parece conveniente potenciar la entrada de jóvenes en el proceso emprendedor ya que, tal y como se ha observado en la Tabla 9.1, muchas de las buenas intenciones se quedan

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

## 9.4. Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes

En cuanto al perfil socioeconómico del joven emprendedor (Tabla 9.2), éste se define como un varón, con un nivel de estudios medio y situación laboral en activo. En la segmentación por edad y sexo se puede observar cómo el porcentaje de jóvenes mujeres emprendedoras es inferior al de las emprendedoras adultas (40,9% frente al 44,5%), una situación que difiere notablemente del año 2013, año en el que este porcentaje era significativamente superior (47,8% frente al 33,5%).

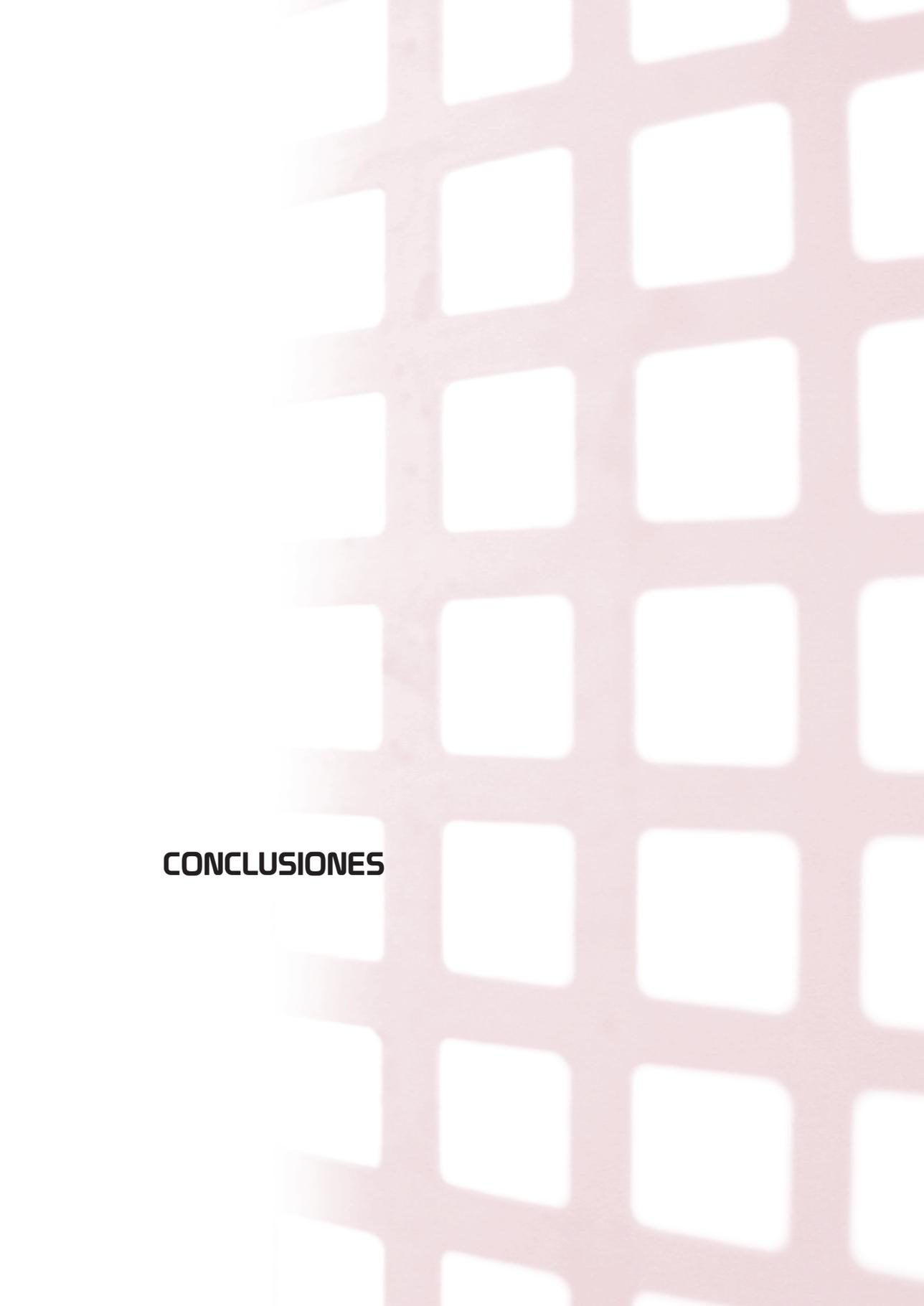
Estos datos confirman que, dada la situación económica actual, emprender es una alternativa al desempleo, dadas las altas tasas de paro sobre todo en el caso de mujeres a partir de 35 años, ya que para este colectivo resulta más complejo encontrar un trabajo por cuenta ajena. Sin embargo, el nivel de participación en actividades emprendedoras es algo mayor entre los varones jóvenes que entre los adultos, seguramente debido al hecho de que el varón joven percibe menos el fracaso al emprendimiento cuando se lo plantea como salida profesional.

Tabla 9.2.

### Características socioeconómicas de los emprendedores jóvenes y adultos en 2014

	Emprendedor joven	Emprendedor adulto
Sexo	H: 59,1% M: 40,9%	H: 55,5% M: 44,5%
Edad	28,3 años	48,3 años
Nivel de estudios mayoritario	Secundaria	Universitarios
Formación específica para emprender	58,2%	38,9%
Nivel de renta media (euros)	28.601 euros	48.196 euros
Tamaño del hogar	3,5 miembros	3,3 miembros
Situación laboral	Tiempo completo	Tiempo completo

Con respecto al nivel de renta, ésta es, de acuerdo con lo esperado, inferior en los emprendedores jóvenes, aunque se observa un aumento respecto al año anterior en ambos grupos. El tamaño familiar es similar en los dos grupos y, respecto a la formación, se observa que el porcentaje de emprendedores que afirman haber recibido algún tipo de formación específica para emprender es bastante superior en el caso de los menores de 35 años que en los adultos (58,2% frente al 38,9%). Esta diferencia se mantiene con respecto al año pasado, lo que hace pensar en el esfuerzo que desde las Administrativas Públicas se ha hecho para incrementar la formación sobre emprendimiento en las distintas fases educativas. A pesar de ello, la Figura 9.2 indicaba que los menores de 35 años encuestados manifiestan tener menores habilidades para emprender que la población adulta, por lo que parece que son los que han recibido educación específica para emprender los que deciden lanzarse a la aventura de crear su propia actividad empresarial. Ello no deja de ser un indicador de que, finalmente, la educación para emprender consigue fomentar el espíritu emprendedor entre los jóvenes de nuestra Comunidad. Por último, cabe destacar que tanto el emprendedor joven como el adulto se dedican a tiempo completo a su actividad emprendedora.



## **CONCLUSIONES**



## CONCLUSIONES

Este último capítulo del informe GEM Aragón 2014 sintetiza las principales conclusiones que se derivan del mismo. El primer resultado en el que vamos a detenernos es el valor que alcanza el índice de actividad emprendedora (TEA), que es de 4,7. Esto significa que en el momento de realización de la encuesta (junio-julio de 2014) un 4,7% de los aragoneses con edades comprendidas entre 16 y 64 años se encontraba desarrollando un proyecto emprendedor con antigüedad inferior a 42 meses. En relación con esta cifra, es importante destacar que representa una mejora de casi el 12% con respecto al valor obtenido en 2013 y supone un cambio de tendencia en relación con el comportamiento de dicho indicador en los dos años precedentes. De hecho, el valor alcanzado es el segundo más alto desde que en 2009 se ponen claramente de manifiesto las consecuencias de la crisis económica, y solo es superado por el 5,3% de 2011. En consecuencia, y a la vista de la mejora producida en los diferentes indicadores de actividad que se han ido publicando a lo largo de los últimos meses, no debería sorprender un nuevo incremento en el informe del próximo año.

La comparación de estas cifras con el promedio nacional muestra que la tasa de creación de empresas en Aragón es algo inferior a la media del país, que se sitúa en el 5,5%, si bien es cierto que las diferencias se han reducido ligeramente si las comparamos con las del ejercicio precedente, donde estos valores eran, respectivamente, del 4,2% y el 5,2%.

El estudio permite también descomponer el índice TEA, distinguiendo entre iniciativas *nacientes* (aquellas que se encuentran todavía en fase embrionaria, entendiendo como tales las que todavía no han abonado salarios ni obtenido beneficios), e iniciativas *nuevas* (las que no superan los 42 meses de edad). Las iniciativas nacientes representan en 2014 un 2,7% del total y las nuevas suponen un 2,0%. La comparación de estas cifras con las de 2013 muestra que las iniciativas nacientes apenas han crecido una décima; sin embargo, las nuevas muestran un comportamiento más favorable, al pasar del 1,7% al 2,0%. Cuando tomamos como punto de referencia el promedio nacional, el emprendimiento naciente es superior en otras comunidades (3,3% en España) mientras que el nuevo es muy similar en España y en Aragón (2,1% y 2,0% respectivamente).

Si combinamos los datos mencionados con el número de personas que participan en cada una de las iniciativas (1,7 en promedio en este último

año) y con las cifras de población residente en la Comunidad, se deduce que en el momento de realización del estudio había en Aragón un total aproximado de 67.500 emprendedores incipientes, cifra muy similar a los 67.800 emprendedores de 2013 (el crecimiento en el índice TEA en 2014 se compensa por el hecho de que el tamaño medio de las iniciativas es algo más reducido). En todo caso, las diferencias en relación con el año 2013 son importantes: el número total de emprendedores nacientes se reduce casi un 20%; por el contrario, el de emprendedores nuevos crece más del 36%. Por último, si sumamos a esta cifra las aproximadamente 65.700 personas involucradas en iniciativas ya consolidadas (las que superan los 42 meses de antigüedad), el número total de aragoneses propietarios de una actividad empresarial se sitúa en el entorno de los 133.300.

El proyecto GEM también estima el número de personas que manifiesta tener intención de iniciar una actividad emprendedora en los próximos tres años (emprendimiento potencial). Este dato es particularmente interesante por cuanto permite anticipar, aunque con cierta cautela, el emprendimiento que va a tener lugar en un futuro más o menos inmediato. En 2014, los emprendedores potenciales en Aragón ascendían a casi 50.600, cifra que reduce las optimistas previsiones de los dos años precedentes. En todo caso, es importante apuntar que esta medida recoge únicamente el deseo de crear una empresa en el futuro, por lo que tiene un mayor componente coyuntural y se ve altamente condicionado por el contexto económico del momento de realización de la encuesta.

El proyecto GEM, más allá de cuantificar el espíritu emprendedor en una determinada zona geográfica, también permite obtener información sobre las razones por las que los individuos encuestados ponen en marcha su actividad: en la mayoría de los casos, el 60,4% de las iniciativas en Aragón, la empresa se crea porque el emprendedor percibe una buena oportunidad de negocio, frente a un 34,2% de emprendedores que lo hace por necesidad (el 5,4% restante apunta otro tipo de motivos). Tal como hemos señalado a lo largo del informe, el emprendimiento por necesidad experimenta un fuerte repunte durante los últimos años: mientras que en 2008 únicamente un 13% de las iniciativas puestas en marcha se justifican en estos términos, este porcentaje ha crecido de forma continuada desde entonces, de modo que en la actualidad más de un tercio de los nuevos emprendedores lo son forzados por las circunstancias. Es indudable que las dificultades por las que atraviesa el mercado de trabajo, con un gran número de desempleados de larga duración, puede estar en el origen de la explicación de este fenómeno.

Uno de los objetivos del proyecto GEM es conocer la distribución sectorial de las iniciativas que se llevan a cabo, tanto en la comunidad aragonesa como en el resto de regiones y países que participan en el mismo. Se identifican, para ello, cuatro grandes sectores de actividad y los resultados apuntan a que algo más de la mitad de las iniciativas desarro-

lladas en 2014 en Aragón lo fueron en sectores orientados al consumo (el porcentaje más alto de toda la serie, que se había situado en los años previos en el entorno del 50%), seguramente debido a que se trata de actividades cuyo coste de puesta en marcha es menor. Aproximadamente el 20% tienen como objetivo proporcionar servicios a las empresas, mientras que un 17% se crean en el sector transformador y algo más del 6% en el extractivo. Cuando se comparan estos datos con los correspondientes a las actividades consolidadas (más de 42 meses de antigüedad), el peso relativo de las actividades orientadas al consumo se reduce, hasta situarse por debajo del 40%, mientras que aumentan de forma sustancial las empresas que operan en el sector transformador, algo más del 25%, y extractivo, 15%, y se mantiene la importancia relativa de los servicios a empresas. Se trata de cambios que no resultan especialmente sorprendentes, ya que el ciclo de vida de las actividades en sectores directamente orientados al consumo es más corto, mientras que las actividades con un mayor componente industrial requieren de volúmenes de recursos superiores, lo que incide directamente en el compromiso y la permanencia de este tipo de negocios.

En cuanto al tamaño de las nuevas empresas estas tienen, por lo general, una dimensión modesta. Cerca de la mitad emplean únicamente al promotor de la misma, mientras que un 41,8% generan entre 1 y 5 puestos de trabajo y sólo un 10,8% emplean a seis o más personas. Se trata, en todo caso, de cifras similares a las de 2013 y algo mejores de las observadas en los dos años anteriores, donde casi dos de cada tres nuevas empresas se basaban exclusivamente en el autoempleo y aproximadamente una de cada cuatro generaba entre 1 y 5 empleos.

El proyecto dedica también un capítulo a caracterizar al emprendedor aragonés. Aunque el estudio ofrece muchos más detalles acerca de su perfil, a modo de síntesis puede destacarse que el emprendedor *incipiente* es mayoritariamente un hombre (lo es en el 57% de los casos), con una edad en torno a los 42 años de edad, con estudios superiores, que se dedica a tiempo completo a la actividad y en cuyo hogar conviven algo más de tres personas. Se trata de un perfil que, en lo sustancial, apenas presenta variaciones en relación con los últimos años. Destacar, en todo caso, que ha aumentado la edad media del emprendedor, seguramente por los mismos motivos por lo que aumenta el emprendimiento por necesidad y que han sido objeto de discusión previa.

Otro de los aspectos que se trata en el informe GEM es el relativo al capital necesario para poner en marcha un negocio. Del capítulo que analiza esta cuestión se deduce que las nuevas iniciativas tienen una dimensión modesta. Así, la mediana de la distribución<sup>6</sup> se situó en 2014

---

<sup>6</sup> El capital promedio necesario asciende a casi 60.000 euros, pero dicho valor se ve altamente condicionado por la presencia de valores extremos, por lo que entendemos que la mediana resulta más ilustrativa de la situación de las iniciativas caracterizadas.

en 12.000 euros, cifra claramente inferior a los casi 20.000 euros de 2013, aunque superior a los 10.000 de 2012. Además, con frecuencia los fondos son aportados en exclusiva por el emprendedor y, cuando este recurre a financiación externa, aporta en torno a la mitad de la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto.

Es también importante destacar que la puesta en marcha de una actividad empresarial no es fácil y conlleva riesgos importantes. En la medida en que el emprendedor esté fuertemente motivado e ilusionado por el proyecto, será capaz de afrontar las dificultades en mejores condiciones. En este sentido, los resultados del estudio muestran que el porcentaje de aragoneses que percibe buenas oportunidades para emprender en la Comunidad Autónoma alcanza el 22,5%, una cifra que se sitúa en el promedio nacional, aunque queda todavía lejos de la que se observa en la mayoría de países de nuestro entorno. En todo caso, este porcentaje aumenta en aproximadamente ocho puntos en relación con el ejercicio 2013, lo que puede sugerir un mayor optimismo en cuanto a la detección de oportunidades de negocio. Una de las razones por las que esta cifra no es más elevada es que es todavía grande el porcentaje de personas que considera que carece de los conocimientos, habilidades o experiencia para emprender: algo más de la mitad de la población de la Comunidad se *autoclasifica* en este grupo. Tampoco la valoración social de la actividad emprendedora ayuda en este cometido, ya que únicamente el 49% de los aragoneses considera que emprender proporciona un buen estatus social, porcentaje que, aunque igual al promedio nacional, es el más bajo entre todos los países de la OCDE. En consecuencia, cualquier actuación que permita mejorar estas percepciones repercutirá, a buen seguro, en las tasas de emprendimiento a medio y largo plazo.

Aunque el informe GEM utiliza como principal fuente de información el resultado que se deriva de una encuesta realizada a 2.000 ciudadanos residentes en la Comunidad, el estudio también hace uso de información más detallada proporcionada por un reducido número de expertos (45 en el informe de este último año) pertenecientes a diferentes ámbitos y que son seleccionados en función de su experiencia y competencia en su campo. Los expertos emiten su opinión acerca de la existencia de oportunidades para emprender en la comunidad, así como de la capacidad de la población aragonesa para emprender o el reconocimiento social que tienen los empresarios. Los resultados que se derivan de la valoración de los expertos no resultan especialmente optimistas y confirman que el contexto económico actual limita las oportunidades existentes, así como que la capacidad de la población para poner en marcha con éxito nuevas iniciativas es limitada.

Los expertos también juzgan las diferentes condiciones del entorno en el que se desarrolla la actividad empresarial. Entre las que reciben una mejor puntuación cabe mencionar el acceso a las infraestructuras físi-

cas, la infraestructura comercial y de servicios o los programas gubernamentales, mientras que los principales obstáculos que se identifican son la insuficiente formación en la educación primaria y secundaria y el acceso a la financiación, así como las políticas gubernamentales, en lo que se refiere a burocracia e impuestos.

Cuando se solicita a estos expertos que propongan algunas recomendaciones que favorezcan el proceso emprendedor, los factores citados con mayor frecuencia están directamente vinculados a los obstáculos apuntados. Así, entre sus sugerencias destacan la mejora de las políticas gubernamentales, el impulso de medidas que faciliten el acceso a la financiación y la mejora en los programas educativos en materias relacionadas con la creación de empresas.

Uno de los aspectos que caracteriza a la comunidad aragonesa es el elevado porcentaje de población que, en comparación con la mayoría de las regiones que nos rodean, reside en núcleos rurales. En consecuencia, desde el punto de vista del informe GEM entendemos que resulta de interés caracterizar el emprendimiento que se lleva a cabo en el ámbito rural, con el fin de evaluar si presenta tasas o características similares al que se lleva a cabo en entornos más urbanos. Los resultados obtenidos muestran que las percepciones y actitudes de la población rural y urbana no son, en lo sustancial, diferentes. A pesar de ello, el porcentaje de emprendedores rurales ha sido tradicionalmente superior. Así, el TEA rural en 2014 fue del 6,0%, 1,8 puntos porcentuales superior al urbano. También es más elevado el emprendimiento consolidado (9,3% en los pequeños núcleos rurales, 7,3% en los municipios de más de 5.000 habitantes) y menor el número de cierres (0,8% frente al 1,0%). Seguramente el principal argumento a la hora de explicar estas diferencias es que las oportunidades de trabajar por cuenta ajena son, en estos municipios, más reducidas, por lo que el emprendimiento es la principal opción en los mismos. En consecuencia, propuestas como el *Programa de atención al emprendedor en su domicilio (PAED)*, que se lleva a cabo desde el Gobierno de Aragón y que se focaliza fundamentalmente en este ámbito, pueden desempeñar un papel fundamental, no solo por lo que representa en términos de ayuda a la hora de poner en marcha nuevos proyectos, sino también por el filtro que supone al identificar las propuestas menos viables, primando por tanto el emprendimiento de calidad.

Para finalizar, el estudio también dedica una breve sección al análisis del emprendimiento juvenil. Es bien sabido que una de las principales preocupaciones de la sociedad, tanto española como aragonesa, es la alta tasa de desempleo entre los más jóvenes. En consecuencia, cualquier iniciativa que permita mejorar la información disponible sobre este colectivo con el fin de diseñar, en su caso, las políticas adecuadas tendentes a mejorar su situación, debe ser bien recibida. En este sentido, los datos que se desprenden del informe ponen de manifiesto que los

valores y actitudes de los jóvenes (entendiendo como tales a aquellos aragoneses con edad inferior a 35 años) con respecto al emprendimiento no difieren, en lo sustancial, de los observados en la población adulta. En cuanto a los niveles de creación de nuevas empresas, el índice TEA es igual en ambos colectivos (4,7%), aunque es superior el indicador de emprendimiento potencial: un 7,4% de los menores de 35 años se plantea la opción de poner en marcha su propio negocio en un futuro próximo, frente al 5,4% de los adultos que superan dicha edad.

En definitiva, este informe GEM Aragón 2014, 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 Empezar en Aragón, Instituto Aragonés de Fomento, Cámaras de Comercio, etc.), con el fin de dotar de la mayor eficacia a las distintas actuaciones. Es precisamente en estos momentos cuando la intervención de los poderes públicos resulta especialmente relevante y es de esperar que las iniciativas que se están adoptando, tanto en la Comunidad Autónoma como desde el Gobierno de la Nación, puedan resultar de especial valor una vez superado este periodo de dificultad.

En este sentido, una de las principales actuaciones que se lleva a cabo en la Comunidad Aragonesa es el antes mencionado Programa de Atención al Emprendedor en su Domicilio (PAED), impulsado desde la *Dirección General de Industria, PYMES, Comercio y Artesanía del Gobierno de Aragón* y gestionado por las *Cámaras de Comercio*. Dicho programa tiene precisamente como principal objetivo el disminuir la vulnerabilidad de las empresas en sus primeros años de vida e incrementar la tasa de supervivencia de las mismas. El programa se pone en marcha en el año 2001 en la provincia de Huesca, y se extiende en 2004 a Teruel y Zaragoza. Durante los trece años de vigencia del programa se han atendido en torno a 12.000 propuestas. De todas ellas, en torno a 4.000 se han convertido en nuevas empresas, lo que significa aproximadamente uno de cada tres proyectos contemplados. Y lo que es más importante, la mayoría de los proyectos descartados se han desestimado sin llegar a ponerse en marcha, normalmente por entender que la propuesta no resultaba viable. Si pensamos 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, lo que puede situar a nuestra Comunidad en una posición de *desventaja* en relación con otras regiones. Sin embargo, un menor número de empresas creadas podría verse compensado por la mayor calidad de las mismas, con la consiguiente reducción en el número de abandonos y un mayor volumen de emprendimiento consolidado. Es

cierto que en estos últimos años se ha generalizado en la sociedad un interés por elevar las tasas de emprendimiento, pero más importante todavía es que las empresas creadas pervivan en el tiempo. En línea con este argumento, es evidente que los poderes públicos deben apoyar la creación de nuevas iniciativas, pero también lo es que los esfuerzos deberán orientarse hacia aquellas actividades con mayores probabilidades de éxito, fundamentalmente por dos motivos. Por una parte, en la medida en que los recursos disponibles son siempre limitados, una asignación eficiente de los mismos permitirá incrementar el número de iniciativas atendidas, con el consiguiente efecto en el bienestar social. Por otra, el fracaso empresarial tiene implicaciones, en ocasiones muy importantes, desde el punto de vista personal, por lo que la identificación anticipada de dichos fracasos tendrá igualmente efectos positivos sobre la sociedad.

Evidentemente, la magnitud del programa PAED es reducida en relación con el número total de iniciativas en marcha dentro de la Comunidad, pero es importante poner de manifiesto en este punto que, aunque el índice TEA es algo más bajo en Aragón, la información recogida en este documento ha puesto de manifiesto que la tasa de abandonos es sustancialmente inferior, mientras que la supervivencia de las empresas aragonesas (aproximada a través del volumen de emprendimiento consolidado) es más elevada. El gráfico 11.1, que pone en relación la tasa de supervivencia en el tiempo de las empresas creadas al amparo del programa PAED, en relación con la media española,<sup>7</sup> corrobora esta afirmación. Frente a las cifras habitualmente manejadas en la literatura, según las cuales menos de la mitad de las empresas creadas no superan los cinco años de vida (otros estudios también ponen de manifiesto que solo una cuarta parte de las empresas alcanza los diez años), casi cuatro de cada cinco empresas creadas bajo la metodología PAED superan los cinco años de vida. Es importante, por último, destacar que la mayoría de las empresas creadas lo han sido en pequeños núcleos de población (del total de proyectos puestos en marcha, el 55% lo han sido en la provincia de Huesca y casi el 26% en Teruel, mientras que Zaragoza solo representa el 19,6% del total), con el consiguiente efecto positivo desde el punto de vista del emprendimiento rural, aspecto que, según se ha puesto de manifiesto en este informe, resulta de especial relevancia para la Comunidad.

Si a esta muestra mayoritaria de proyectos de emprendimiento en el ámbito rural que supone el programa PAED le añadimos los proyectos 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

---

<sup>7</sup> Dicha media se obtiene de la información sobre supervivencia empresarial a partir de estudios realizados por el INE.

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

Y, en este caso, un análisis realizado durante el año 2014 sobre la tasa de supervivencia de las empresas creadas a través de los servicios de apoyo al emprendedor del Instituto Aragonés de Fomento, para el periodo 2008-2013, muestra más de 20 puntos de diferencia en positivo, al quinto año de existencia de la empresa, para aquellas iniciativas que han recibido el apoyo de estos servicios (66,7% frente al 42% de supervivencia media en España, según datos del DIRCE-INE).

Para terminar, hemos de señalar que resulta en todo caso conveniente hacer una puntualización en relación con los resultados que aquí se presentan. Los efectos de la mayoría de las medidas adoptadas desde los poderes públicos para mejorar el espíritu emprendedor tardan un tiempo en ofrecer resultados perceptibles. En consecuencia, hemos de ser prudentes a la hora de extraer conclusiones directas de una determinada decisión y su evaluación debe, en todo caso, realizarse una vez transcurrido un tiempo suficiente desde su implantación. Así pues, debe valorarse muy positivamente el interés mostrado por el Gobierno de Aragón, a través de su Departamento de Economía, Industria y Empleo, por analizar la evolución de la actividad emprendedora a lo largo de estos años, ya que de este modo es posible disponer de una serie histórica que puede resultar de gran valor a la hora de analizar las consecuencias de las decisiones adoptadas.

Y, en concreto, es de distinguir la labor llevada a cabo por la Fundación Emprender en Aragón, organismo integrado por las principales entidades que prestan servicios de apoyo al emprendedor en la Comunidad Autónoma de Aragón y cuyo Patronato está formado por el Instituto Aragonés de Fomento, CEOE-Zaragoza, Confederación de Empresarios de Aragón, Instituto Aragonés de Empleo, Asociación de Jóvenes Empresarios, Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio, Universidad de Zaragoza, Universidad San Jorge, Fundación Caja de la Inmaculada, Ibercaja, Instituto Aragonés de la Juventud, Instituto Aragonés de la Mujer, Fundación Parque Tecnológico Aula Dei, Fundación Caja Rural de Aragón-Bantierra, UPTA-Aragón, Ayuntamiento de Zaragoza y la Red Aragonesa de Desarrollo Rural. Gracias a su enfoque estratégico "Aragón Emprendedor" ha conseguido aunar las políticas destinadas al fomento de la actividad del colectivo emprendedor a nivel regional, posicionándose como el canal único del emprendedor aragonés.

Esta estrategia, recientemente revisada y actualizada se materializa en la Estrategia Aragonesa de Emprendimiento 2015-2020, se lleva a cabo gracias a iniciativas como el Concurso IDEA, la Semana de la Persona Emprendedora, el portal único de emprendedores [www.aragonemprendedor.com](http://www.aragonemprendedor.com), la Cátedra Emprender de la Universidad de Zaragoza, el Premio Caixa Emprendedor XXI, el Startup Pirates Zaragoza, el Diploma de Especialización en Consultoría y Asesoramiento para Profesionales del

Emprendimiento, el encuentro sobre Emprendimiento, Economía y Sociedad, la homologación de formadores y consultores del emprendimiento, las jornadas de excelencia emprendedora, así como en otras actuaciones en las que participa la Fundación.

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

Realizan



**Universidad**  
Zaragoza



LA ESCUELA  
**EMPRENDER**

Financian



FUNDACIÓN  
**EMPRENDER**  
EN ARAGÓN



**GOBIERNO**  
**DE ARAGÓN**

Departamento de Economía,  
Industria y Empleo