

# La actividad emprendedora crece un 20% en Aragón pero sigue por debajo de la media

● El Informe GEM sitúa el índice de la Comunidad en el 5%, frente al 6% del país, pero aquí «somos más resilientes»

ZARAGOZA. Por miedo al fracaso o por la ausencia de más referentes, Aragón no destaca en el conjunto de España como una comunidad autónoma emprendedora. Lo dice el Informe GEM, que recoge en su última edición, hecha pública ayer, que el índice de emprendimiento ha mejorado un 20% respecto al año anterior, pasando del 4,2% al 5%, pero sigue estando por debajo de la media española, el 6%.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un estudio cuya versión aragonesa elabora un equipo que encabezan el catedrático Lucio Fuentelsaz y Consuelo González, de la Universidad de Zaragoza. En este nuevo repaso a la situación del emprendimiento

en la Comunidad se indica que el perfil de quienes deciden crear nuevas empresas en Aragón es el de jóvenes con formación universitaria, que lo hacen «para ganarse la vida» y que pueden ser hombres o mujeres (no prima un género sobre otro). En cuanto a sectores, sobresalen las iniciativas relacionadas con el consumo o con los servicios que se dan a otras empresas, y si se habla de la inversión necesaria para poner en marcha nuevos negocios la cifra es «modesta», según apuntó Fuentelsaz, con desembolsos iniciales a partir de 18.000 euros.

En lo relativo a la percepción de existencia de oportunidades de negocio, este nuevo estudio GEM recoge que la Comunidad

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

## Conocimientos y habilidades

En lo que hace referencia a la percepción de tener los conocimientos y habilidades necesarias para emprender, en cambio, Aragón se encuentra en la parte baja, con un 43,7% de personas que responden afirmativamente a esta pre-

gunta, mientras que la media española está en el 45,9%. A la cabeza de este indicador se sitúa la Comunidad Valenciana, con un 48,9%, seguida de Canarias y Andalucía. En el lado opuesto se halla el País Vasco, con únicamente un 40,1% de personas que perciben que tienen los conocimientos y habilidades necesarias para crear una empresa, seguida de Asturias y la propia Comunidad aragonesa.

Pese a registrar un índice de emprendimiento inferior a la media, con una creación de nuevas compañías a menor ritmo que en otras regiones, en Aragón «somos más resilientes», destacó Lucio Fuentelsaz, que recordó que el abandono de la actividad empresarial es menor que la media española.

El catedrático de Organización de Empresas apuntó también que otra característica que también define a los emprendedores aragoneses es que en su inmensa mayoría (el 81,2%) tienen en cuenta los componentes medioambientales y sociales que afectan a su actividad a la hora de adoptar decisiones.

El Informe GEM de Aragón (uno de los 19 que se hacen en Es-

paña) fue presentado en la sede de Cepyme, donde tuvo lugar una mesa redonda sobre emprendimiento moderada por Silvia Plaza, presidenta de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) de Zaragoza, en la que participaron los emprendedores Aroa Soria, de Expressia; Tania de los Bosques, de Flores Ohana; Alejandro Vallespín, de The Animal Brand, y Lorea Montes, de Sinnvoll Análítica Empresarial.

Todos ellos indicaron que dieron el paso de emprender, más que por necesidad «por accidente» o «para sacar lo que llevaba dentro», según apuntó Vallespín, que prefirió destacar que lo importante ha sido (y es para continuar) la «automotivación», punto en el que coincidieron sus compañeras de coloquio.

Tania de los Bosques reconoció que «emprender es duro» y que hace falta más educación desde la base, en los colegios, argumento compartido por todos los demás, si bien Lorea Montes hizo hincapié en que hay que huir del miedo al fracaso, aunque como dijo el creador de The Animal Brand, «al final aprendes a base de leches».

**LUIS H. MENÉNDEZ**