



Tejido empresarial y asociativo, e industria de emprendedores

Manuel Teruel Izquierdo

Presidente del Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio e Industria

Crear una empresa o consolidar una iniciativa en el medio rural presenta una dificultad mayor que en los grandes núcleos de población. El acceso a clientes y proveedores resulta más difícil, el mercado laboral es más estrecho y las infraestructuras disponibles, tanto de comunicaciones como de nuevas tecnologías, suelen estar más limitadas. Sin embargo, en el medio rural existen posibilidades reales de creación de empleo y de potenciar iniciativas empresariales específicas. Un factor, en este sentido, aparece como clave, según la experiencia que tenemos en las Cámaras de Comercio aragonesas: el emprendedor del medio rural es muy activo y se implica a fondo en la puesta en marcha de una iniciativa. No es fácil que se rinda y se muestra muy proactivo.

Estas consideraciones nos han llevado a desarrollar un modelo específico de apoyo al emprendedor y al empresario del medio rural, que se basa en la colaboración entre el saber hacer de las Cámaras de Comercio de Huesca, Teruel y Zaragoza; el apoyo de las Administraciones central, autonómica y local; y la proximidad a su entorno que aportan las asociaciones y los ayuntamientos de cada zona en Aragón. Queremos trabajar en red, aprovechando las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías y apostando por la cercanía al emprendedor y al empresario. Y tampoco olvidamos que tan importante como asesorar al emprendedor, es trabajar en la consolidación y la mejora de las empresas existentes. En nuestro modelo, vamos a su casa, a su territorio, nos implicamos en su entorno. Iniciativas como el Programa de Atención al Emprendedor a Domicilio (PAED), los Multiservicios Rurales o las Antenas Camerales, así lo atestiguan.

Un informe de las Cámaras de Comercio sobre nuevos yacimientos de empleo desvela que existen sectores con un gran potencial futuro, que hoy apenas son atendidos por la oferta privada o pública. Se trata además de actividades, en numerosos casos, muy vinculadas al medio rural: el turismo, la gestión de residuos y del agua, el comercio de proximidad y los transportes locales. Son nuevas demandas y necesidades sociales, que tendrán un impacto directo sobre la generación de empleo. Si apoyamos el desarrollo de los yacimientos de empleo en el territorio, aportando a la vez formación, especialización, nuevas tecnologías y asesoría al emprendedor, la actividad empresarial se verá reforzada en las tres provincias aragonesas, más allá de las capitales.

El estudio de las Cámaras apunta incluso que Aragón presenta una gran potencialidad en graneros de empleo como el comercio de proximidad en las poblaciones rurales y la gestión del agua. El comercio de proximidad se caracteriza por su cercanía a las viviendas de los clientes y por su dimensión reducida. Son establecimientos que disponen de una oferta limitada basada en los productos de primera necesidad, y que dinamizan las zonas rurales donde se instalan y ofrecen un servicio indispensable para sus habitantes. Las oportunidades de negocio en la gestión del agua nacen de su creciente consumo, fruto del mayor nivel de vida, del aumento del nivel de explotación de las reservas y de la necesidad de gestionar de

forma racional los recursos disponibles. Las actividades relacionadas con la gestión del agua son la construcción de infraestructuras, la distribución, los sistemas de riego, los tratamientos y los servicios de consultoría y asistencia.

Junto a la potencialidad de nuevas actividades empresariales, otro factor decisivo, a veces escasamente apreciado, es el papel de la mujer rural emprendedora. La Fundación Incyde de las Cámaras de Comercio, en colaboración con el Fondo Social Europeo, ha analizado el papel de la mujer emprendedora en el medio rural. La principal conclusión es que las mujeres emprendedoras, en municipios con menos de 10.000 habitantes, lo son por tradición familiar y tienden a reproducir en sus empresas el trabajo doméstico o familiar. Son actividades como el turismo rural, el comercio, la hostelería, los servicios a domicilio o los trabajos agrarios, que representan una extensión del trabajo doméstico o no exigen la salida del hogar. Otra característica importante es que estas actividades se realizan desde una posición de ayuda familiar que impide alcanzar el estatus de cabeza de familia.

En consecuencia, encontramos dos tendencias que impulsan la emigración de las mujeres a las ciudades: la falta de oportunidades salariales y la ausencia de actividades que la desvinculen de su papel tradicional de ama de casa-ayuda familiar. Lo fundamental, entonces, será aplicar políticas de apoyo que tengan en cuenta a la familia como núcleo emprendedor, del que forma parte la mujer. Sólo políticas de igualdad, dentro del reconocimiento de la unidad familiar como núcleo de negocio, permitirán a la sociedad visualizar el papel de la mujer como emprendedora en el medio rural.

Además de los yacimientos de empleo y el papel de la mujer, otro factor decisivo en el medio rural son los jóvenes. Son la garantía de desarrollo futuro de un territorio y debemos ser capaces de orientar el impulso juvenil hacia la creación de iniciativas empresariales. En este sentido, un estudio de las Cámaras de Comercio aragonesas ha desvelado en 2005 que los jóvenes del medio rural son más emprendedores que los de los grandes núcleos urbanos.

Sólo el 10,3% de los aragoneses entre 16 y 35 años se plantea crear una empresa a corto o medio plazo, según el estudio sobre la vocación emprendedora de los jóvenes de la comunidad. El porcentaje sube en el caso de la provincia de Zaragoza hasta el 19,3%, un indicio del carácter emprendedor en el medio rural. Entre las razones que llevan a un joven a emprender, destaca convertirse en su propio jefe, mientras que el principal motivo que frena la creación de una empresa es la falta de dinero. En las provincias es mucho mayor que en las capitales el componente de continuidad del negocio familiar, así como más elevado el horizonte temporal para poner en marcha una empresa.

Los resultados permiten comprobar que la posibilidad de crear una empresa resulta atractiva para los jóvenes (al 55,7% les gustaría); en el medio rural se eleva incluso hasta casi el 80%, lo que corrobora una mayor vocación emprendedora frente al trabajo por cuenta ajena. Sin embargo, tanto en las capitales como en las pro-

vincias, la disposición a emprender va bajando con la edad. Siempre se ve como algo a realizar a largo plazo, que después se olvida. Entre quienes tienen clara la creación de una empresa, los hombres muestran mayor disposición que las mujeres.

Las iniciativas preferidas por los jóvenes en Aragón para emprender corresponden a pequeños negocios, como hostelería (bares o restaurantes), tiendas, peluquerías o academias de estudios, además de empresas de informática. Sin embargo, se advierte una creciente tendencia a atender nuevos nichos empresariales, como las empresas turísticas y las casas rurales, muy apropiadas para los territorios no urbanos, las guarderías, los animadores socio-culturales o las consultas de fisioterapia.

Otro dato apunta a que las Cámaras de Comercio son la primera opción de los futuros emprendedores a la hora de asesorarse para crear una empresa, una percepción que nos invita a reforzar nuestra red de asistencia a los empresarios. Y resulta lógico, asimismo, que la principal fuente de formación sobre la creación de empresas sean los colegios, ante la ausencia de centros de enseñanza superior.

Si unimos los nuevos yacimientos de empleo, el papel estratégico de la mujer y el apoyo a los emprendedores, en especial cuando son más jóvenes, nos acercamos a las líneas maestras del modelo de desarrollo rural que impulsamos desde las Cámaras de Comercio. Cabe añadir el objetivo de lograr un mayor equilibrio territorial en la comunidad y de impulsar la mejora y la consolidación de las empresas existentes.

El territorio aragonés sufre de una secular desvertebración, con un enorme peso económico y empresarial de la ciudad de Zaragoza y sus áreas inmediatas de influencia directa. Podemos encontrar, a escasos kilómetros de la capital aragonesa, un entorno rural muy poco dinamizado, que padece graves y estructurales problemas demográficos que le impiden un desarrollo suficiente. La ciudad de Zaragoza concentra un 51% de la población de Aragón y un 71% de la de la provincia. De esta forma, la densidad de población del municipio de Zaragoza se eleva hasta los 588,9 hb/km², cuando en la comunidad autónoma se queda en los 25,8. Una densidad demográfica tan débil dificulta en grado extremo la puesta en valor de los recursos endógenos. Sin embargo, contamos con grandes contingentes de población activa de entre 25 y 45 años de edad, con alto nivel de formación, que encuentra ciertas dificultades para encontrar empleo en la comunidad autónoma. Es un elemento más que debemos tener en cuenta para encarar el apoyo a los emprendedores.

Generar nuevos emprendedores es fundamental, pero a veces resulta más decisivo apoyar la actividad existente, que asimismo puede convertirse en motor de nuevas iniciativas empresariales. Me refiero al apoyo a las empresas existentes en el acceso a las nuevas tecnologías, en la exportación a los mercados exteriores, en la implantación de sistemas de calidad y de gestión avanzada, en el cambio generacional en la propiedad o en el impulso a la gestión medioambiental. En un plano más horizontal, permeable a toda la sociedad, estamos hablando también de promoción turística, de difusión de la innovación, de formación o de impulso a las infraestructuras.

En este sentido, definiendo una estrategia de crecimiento para todo el territorio de Aragón que se basa en cuatro íes: inteligencia e innovación, infraestructuras e internacionalización. En primer lugar, fomentar la inteligencia, es decir, invertir en capital humano. La formación decide el progreso: investigadores que impulsen la I+D+i, directivos que hablen idiomas y dominen las nuevas tecnologías y las últimas técnicas de gestión, técnicos procedentes de la formación profesional. No es un vector que resulte lejano al medio rural, ya

que contar con personal formado va a resultar imprescindible para su futuro empresarial. Existen ya en Aragón magníficos ejemplos de empresas en entornos rurales que son líderes en innovación y en calidad. El mismo sector vitivinícola puede ser un ejemplo.

Necesitamos también buenas y suficientes infraestructuras, que faciliten la movilidad tanto de personas como de mercancías. Y debemos apostar con decisión por la internacionalización de nuestra economía, aunque Aragón ya sea una de las comunidades con un grado de apertura más alto. La deslocalización, hacia zonas más baratas en costes de producción y en costes salariales, es una amenaza real, a la que debemos responder con una estrategia global orientada a mejorar nuestra competitividad.

Siempre que mantengamos los centros de decisión en nuestro territorio, es fundamental entender que internacionalizar es mucho más que exportar. Es diseñar una estrategia global, que permita explorar las oportunidades y las alianzas con empresas de cualquier rincón del mundo para conseguir bienes y servicios a los mejores precios y poder garantizar la competitividad. No sólo se ciernen amenazas sobre nuestra economía, sino que existen oportunidades; por ejemplo, Aragón sólo exporta el 5% de su producción a las economías más dinámicas hoy en el mundo, como EEUU y Asia. Una industria muy ligada al medio rural, como la agroalimentaria, tiene mucho que decir en este contexto.

Creo que las Cámaras podemos aportar nuestro saber hacer, la capacidad de trabajar en red y la puesta al día en gestión empresarial, activos que en el medio rural es preciso complementar con las asociaciones empresariales que están sobre el terreno, con la Administración autonómica y con las diputaciones provinciales, los ayuntamientos y las comarcas.

Estamos trabajando en esta línea durante los últimos años y su fruto son tres iniciativas destinadas a impulsar el crecimiento empresarial en el medio rural: el Programa de Atención al Emprendedor a Domicilio (PAED), los Multiservicios Rurales y las Antenas Camerales.

1. El PAED, una iniciativa del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón gestionada por las Cámaras de Comercio, se inició en la provincia de Huesca con una experiencia piloto en Benabarre. Los resultados de Huesca, donde rápidamente se extendió el modelo a toda la provincia, han sido excelentes en los últimos cuatro años: 1.924 proyectos atendidos, 454 empresas creadas, 950 nuevos puestos de trabajo y 37 millones de euros de inversión. El programa se ha revelado como una herramienta fundamental para el medio rural, alejado de los grandes centros administrativos. Los emprendedores de las comarcas oscenses de Alto Gállego, Bajo Cinca, Cinca Medio, Hoya de Huesca, Jacetania, La Litera, Monegros, Ribagorza, Sobrarbe, y Somontano de Barbastro son testigos de su éxito, que ha llevado a extender el modelo de atención a las provincias de Zaragoza y de Teruel.

El programa se organiza en tres fases: primero, análisis preliminar de la iniciativa, orientación legal y estudio del sector; en segundo lugar, el estudio de la viabilidad económica y financiera del proyecto; y, por último, la tramitación y las ayudas para la creación de empresas. Una de las grandes aportaciones del PAED es detectar las ideas inviables, evitando el fracaso empresarial y sus duras consecuencias económicas. Los tipos de negocio más común, el comercio de proximidad y el sector turístico, de ocio y de hostelería, coincide además con los yacimientos de empleo detectados por los análisis camerale. Y casi la mitad del empleo, corresponde a mujeres.

2. El Multiservicio Rural nació en la provincia de Teruel en el año 2003, de la mano de un acuerdo entre su Cámara de Comercio y su Diputación Provincial. El Multiservicio Rural cuenta ahora también con el respaldo del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón, así como de los fondos europeos destinados al desarrollo territorial (Leader y Proder) y de las comarcas. Al igual que ha ocurrido con el PAED, sus excelentes resultados en Teruel han propiciado que la iniciativa se extienda a las provincias de Zaragoza y de Huesca.

Un Multiservicio Rural mantiene los servicios de comercio, hostelería y turismo en los pequeños municipios donde tanto la falta de iniciativa privada como la escasa rentabilidad, ha provocado su desaparición. Constituye así un instrumento de colaboración entre la iniciativa pública y privada que favorece la prestación de servicios en el área rural, y colabora con el mantenimiento de la población y del territorio. Es una fórmula que evita el desabastecimiento en las áreas rurales y envejecidas, a la vez que dinamiza su entorno. La red de Multiservicios de la provincia de Teruel ha alcanzado en 2005 los seis establecimientos: Abejuela, Cañada de Benatanduz, Castelnou, Lidón, Olba y Torre Los Negros.

3. Las Antenas Camerales se van a iniciar en Aragón en la provincia de Zaragoza, con sendas oficinas en Zuera y Cariñena. La iniciativa pretende acercar a las pequeñas y medianas empresas los servicios que ofrecen las Cámaras de Comercio, mediante oficinas de atención en colaboración con los ayuntamientos. Los municipios cofinancian las oficinas. Las empresas encuentran en las oficinas locales servicios de comercio exterior, interior, formación, asesoramiento para la creación de empresas y la incorporación de las nuevas tecnologías en las PYME, entre otros.

Las Antenas ofrecen servicios de proximidad para la pequeña empresa. El Consejo Superior de Cámaras desarrolla el programa desde 2003, con financiación europea, en las comunidades autónomas pertenecientes al Objetivo 1. En 2005 se ha ampliado a las comunidades de Objetivo 2, como Aragón. Un total de 82 municipios contaba al finalizar 2004 con la oficina de atención local a la empresa.

Consiste en la creación de una red de puntos de atención directa a las empresas, situados en localidades alejadas de los centros económicos y de decisión provinciales con el objetivo de promover el acceso igualitario para todas las empresas a los servicios que prestan las Cámaras de Comercio. El programa tiene como objetivo también apoyar a los emprendedores a la hora de poner su negocio en marcha a través de la Ventanilla Única Empresarial (VUE). Una de las grandes ventajas de las Antenas es el impulso a los cursos de formación, que se adaptan a las condiciones sociológicas de empresas y emprendedores de las zonas rurales. En el caso de la mujer, se centran especialmente en sectores como el turismo rural, el comercio, la hostelería o las actividades agrarias, ramas de actividad preferidas por las mujeres emprendedoras del medio rural. Además, las antenas cuentan con el Servicio Cameral de Orientación Profesional (SCOP), bolsa de trabajo gratuita a la que pueden acudir los desempleados de los municipios.

A través de estas tres iniciativas y de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, las Cámaras de Comercio pueden aportar servicios útiles a las empresas del medio rural. El Servicio de Asesoramiento en Tecnologías de la Información (SATI), el Servicio de Medio Ambiente y la propia VUE pueden ser utilizados por los emprendedores y los empresarios de las zonas rurales. Y también participamos en la elaboración de planes locales

de comercio, en la promoción turística del territorio y en la internacionalización de las empresas.

Quisiera aportar una breve reflexión, antes de finalizar, sobre la colaboración entre instituciones empresariales como las Cámaras y la Administración: la unión de esfuerzos es fundamental para el desarrollo estratégico territorial. En esta línea, la Cámara de Zaragoza y la Diputación Provincial de Zaragoza mantienen un convenio de colaboración para impulsar los servicios y las iniciativas empresariales en los pueblos.

El acuerdo contempla programas en comercio, turismo, emprendedores, empleo femenino y medio ambiente. Son acciones concretas, como los mencionados equipamientos Multiservicios, los viveros de empresas para PYME innovadoras, un programa de mejora de la calidad y de la gestión para 30 empresas turísticas de la provincia, o una experiencia piloto de promoción del empleo femenino en el medio rural, con la creación de 10 puestos de trabajo.

En definitiva, las Cámaras de Comercio aragonesas hemos apostado por un modelo de proximidad a las empresas y los emprendedores del medio rural, de la mano de la colaboración entre la iniciativa pública y privada y del asociacionismo empresarial. El trabajo en red y el soporte de las nuevas tecnologías completan los elementos necesarios para asegurar que el empresario puede seguir aportando su decisivo impulso al desarrollo rural en Aragón.