



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe Ejecutivo 2005. Extremadura



Ricardo Hernández Mogollón
Juan Carlos Díaz Casero

N.º 3: Junio 2006
ISSN: 1698-0506



Fundación Xavier de Sulas
Endosoluciones técnicas, s.l.
Trujillo-Cáceres (España)

Agradecemos su apoyo a nuestros Patrocinadores

JUNTA DE EXTREMADURA
 Consejería de Economía y Trabajo



Caja de Badajoz

Sodiex



Cámara
Badajoz



el Periódico
HOY
 DIARIO DE EXTREMADURA



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
 Informe Ejecutivo 2005. Extremadura

Depósito Legal: CC-144-2004
 ISSN: 1698-0506

© Ricardo Hernández Magallón
 J. Carlos Díaz Casero



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe Ejecutivo 2005. Extremadura

**Ricardo Hernández Mogollón
Juan Carlos Díaz Casero**



Fundación Xavier de Salas

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Depósito Legal: CC-144-2004

ISSN: 1698-0506

Número 3

Junio 2006

Editor: Fundación Xavier de Salas. Ediciones La Coria.

Colección de Estudios Económicos de Extremadura.

Lugar de publicación: Fundación Xavier de Salas. C/ Convento de la Coria s/n. 10200 Trujillo (Cáceres). España.

[http: www.fundacionxavierdesalas.com](http://www.fundacionxavierdesalas.com)

Teléfono: (0034) 927 321828

Páginas: 140

Los datos utilizados para la confección de este Informe son recogidos por el *Consortio Internacional GEM*. Su análisis e interpretación es responsabilidad exclusiva de los autores.

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de esta publicación puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito de los autores.

Impresión: Gráficas Hache. Av. Rodríguez de Ledesma, 3. 10001 Cáceres. España.

Teléfono: (0034) 927 625 196 - Fax: (0034)927 625 195. graficashache@terra.es

PRÓLOGO

La economía y el empleo han funcionado bien en Extremadura durante 2005. Son muchos los indicadores que acreditan tanto lo sostenido de nuestra tendencia a la convergencia con España y la UE en producción y renta, como la capacidad del mercado laboral regional, no ya para generar empleo, sino para disminuir el paro.

Así, durante el año pasado la renta extremeña por habitante se acercó más de 5 puntos a la media de la UE (excluidos los países de la última ampliación), alcanzando el 81,5% de la misma, situándose por encima de la de Murcia (74%) y Andalucía (73%) y acercándose a la de Asturias (82%) y Galicia (86%), a las que recortó 4 y 3 puntos respectivamente. A su vez, el PIB de Extremadura creció un 3,8% en 2005, una tasa de crecimiento cuatro décimas superior a la registrada por España, que sitúa a nuestra región en el segundo lugar en el ranking de crecimiento por Comunidades Autónomas.

Si hablamos de empleo, tampoco faltan argumentos para una moderada satisfacción. Sólo durante el año pasado, más de 10.500 extremeños encontraron empleo, el número de parados descendió un 13,22%, el paro registrado se redujo en Extremadura siete veces más que en España y se contabilizaron 11.582 afiliados más a la Seguridad Social.

Son varias las razones que pueden aducirse para explicar estas cifras, pero entre ellas hay una que ningún análisis serio de la evolución de nuestra economía debe desatender: la creciente idoneidad de Extremadura como lugar para el surgimiento y el éxito de nuevos proyectos empresariales. En este sentido apuntan los diversos indicadores que, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo, toman el

pulso a la actividad empresarial.

El primero es el incremento del número de empresas: En el último quinquenio se han creado cerca de 14.000 nuevas empresas en Extremadura —unas 2.800 empresas al año, por término medio—, habiendo crecido el número de empresas en nuestra región en estos cinco años un 28%, frente al 18% de la media nacional. Y si fijamos la vista en el año pasado, vemos que Extremadura ha incrementado en 6.330 su número de empresas respecto al 2004, lo que representa un crecimiento del 11% frente al 4% experimentado en el conjunto de España.

Por otro lado, hay que destacar la diversificación alcanzada por nuestro entramado productivo: la proliferación de iniciativas en un amplio arco que va desde las artes gráficas hasta el software, pasando por las energías renovables, el ocio, o la fabricación de cemento; el dinamismo de los ámbitos más maduros de nuestra economía —como el siderúrgico, el metal-mecánico, las rocas ornamentales, la madera y el mueble, el envase y embalaje, los materiales de la construcción o el turismo—; o el hecho de que Extremadura haya sido elegida como sede de un proyecto de la envergadura de una nueva refinería, confirman la aptitud de nuestra región para acoger todo tipo de proyectos empresariales.

La última evidencia de este ambiente favorable a la actividad empresarial nos la ofrece la extensión del espíritu emprendedor entre los extremeños. Y es que, a pesar de que aún queda mucho por hacer en este terreno, no cesan de aparecer indicadores que atestiguan el buen ritmo al que la cultura empresarial se está difundiendo entre los extremeños.

Es el caso del Proyecto GEM, un prestigioso estudio de alcance mundial sobre el emprendimiento que desde 2003 viene situando a Extremadura a la cabeza de las regiones de España, y entre las primeras de Europa, en actividad emprendedora; posiciones que este Informe del año 2005 confirma.

Pocas ocasiones son tan adecuadas para destacar la labor de los emprendedores que, año tras año, vienen haciendo posibles estos brillantes resultados, como la que me brindan estas palabras preliminares a la última edición de un estudio dedicado a medir esta eclosión de la capacidad emprendedora en nuestra región, a describir los perfiles de sus protagonistas, a

investigar las causas que la impulsan u obstaculizan y a sugerir medidas que ayuden a todos los agentes implicados a mejorar el entorno en que se gestan las nuevas iniciativas empresariales. Un espacio en el que no puede faltar el reconocimiento a los responsables del Proyecto GEM Extremadura por el rigor de un trabajo cuya conclusión más importante —el liderazgo emprendedor de nuestra región— ayuda a dibujar una imagen más justa de la Extremadura de hoy, y refuerza la confianza de quienes nunca hemos dudado de su potencial.

Juan C. Rodríguez Ibarra
Mérida, 12 de julio de 2006.

RESUMEN EJECUTIVO EXTREMADURA 2005

Por tercer año consecutivo ve la luz el Informe del Proyecto GEM sobre la situación de la actividad emprendedora en Extremadura. Este Resumen Ejecutivo pretende dar una visión panorámica y certera para que en una lectura rápida nos podamos aproximar a los resultados más destacables de la totalidad del Informe.

Panorámica de la Actividad Emprendedora

En general durante 2005 la actividad emprendedora internacional ha permanecido bastante estable. Si bien es cierto, que la media del conjunto de países ha bajado con respecto a 2004, cuando se han ajustado las medias sin los valores extremos, la realidad ha mostrado un crecimiento para la mayoría de los participantes. Mientras algunos países muestran altas tasas de actividad emprendedora, como Venezuela (25%), Tailandia (20,74%), Nueva Zelanda (17,57%) o Jamaica (17%), otros tienen muy bajas tasas de actividad como Hungría (1,9%) o Japón (2,2%). Un grupo menos numeroso tiene buenas tasas de participación, como China (13,72%), Estados Unidos (12,44%), Brasil (11,32%), Chile (11,15%) o Australia (10,87%).

Por su parte, España (5,65%), se encuentra en una situación intermedia junto a un amplio espectro de países como Alemania (5,39%), Francia (5,35%), Méjico (5,91%), Suiza (6,06%), Reino Unido (6,22%), Grecia (6,5%), etc.

El número de países que han participado en el Proyecto GEM se ha incrementado a 35 este año, involucrando directamente en actividades emprendedoras al 8,43% de su población adulta.

Este año 2005 España, que contaba con una población activa (18-64 años) de 28,74 millones, ha involucrado directamente en los procesos de creación de empresas alrededor de un millón seiscientas mil personas, lo que supone que un

5,65% de la población activa española ha participado en iniciativas emprendedoras de negocios que se encuentran en su fase inicial (hasta 42 meses de actividad). Esta tasa se ha recuperado ligeramente con relación a la del 2004.

Si comparamos el TEA español (5,65%) para este año con la media GEM (8,43%) y la de Europa (5,81%) vemos que la tasa española se alinea con la de la media europea, y como viene siendo habitual, por debajo de la del conjunto de países del GEM.

Extremadura tiene una tasa de actividad emprendedora (TEA) del 6,98%, con lo que prácticamente se repite la tasa de 2004 (6,97%). Esto supone que de cada cien personas entrevistadas casi el 7% participa en iniciativas empresariales que se encuentran en su estado inicial. Sobre una población total de 1.083.879 personas en la Comunidad Autónoma Extremeña y una población activa de entre 18 y 65 años de 670.793 individuos, desde julio de 2005 a julio de 2005 alrededor de 46.821 personas se han visto involucrados en actividades de creación de empresas, de las cuales 28.428 han sido hombres y 18.393 mujeres.

En cuanto a la posición que ocupa Extremadura dentro de los países del estudio, ésta se mantiene en el lugar 15, en niveles semejantes a los de Reino Unido, Grecia o Singapur. El TEA extremeño es superior al de la media española e inferior al de la media GEM.

Entre los países de Europa que han sido analizados por el proyecto GEM, Extremadura se encuentra en la cuarta posición en actividad emprendedora, detrás de Islandia, Irlanda y Noruega. En 2005, la posición fue la quinta, pero la salida de Polonia del estudio y el fuerte incremento en el TEA de Noruega, que ha

aumentado su tasa un 32,5%, han hecho que se gane una posición.

Entre los países de la OCDE en el que existe un grupo de cabeza con altas tasas de actividad como Nueva Zelanda, Estados Unidos, Australia, Canadá, Islandia, Irlanda o Noruega, la región extremeña se sitúa detrás de ellos, por encima de la media OCDE y junto a un segundo grupo de países como Grecia, Reino Unido, Suiza o México.

Extremadura por tercer año consecutivo sigue liderando dentro de España el índice de actividad emprendedora siendo su TEA un 23,54% mayor que la media nacional. Madrid y Cataluña tienen tasas muy similares a la extremeña, ya que han aumentado sus porcentajes un 54,6% y un 21,7% respectivamente con respecto a 2005, mientras que la tasa extremeña ha permanecido prácticamente estable.

Durante 2005 parece que la mayor actividad emprendedora se ha concentrado en las zonas centrales de la Comunidad, ya sea en la zona de Barros, Vegas del Guadiana o en el área de Cáceres, que han tenido aumentos en su porcentaje emprendedor, mientras que las zonas Norte y Sur han sufrido importantes bajadas en su TEA. Se confirman los datos de años anteriores que nos indicaban que la iniciativa emprendedora era mayor en zonas rurales que en las urbanas. Aunque no existe la importante diferencia del 2005, sí encontramos un 20% más de actividad emprendedora en las poblaciones de menos de 5000 habitantes. Además, este año hay un mayor TEA en la provincia de Badajoz que en la de Cáceres, invirtiéndose la tendencia de los dos años anteriores.

Empresario potencial

El número de personas que están considerando emprender un negocio en los próximos tres años tiene en Extremadura el porcentaje más bajo de las regiones analizadas en 2005, por lo que las intenciones hacia la creación empresarial para

los próximos tres años no parecen corresponderse con los porcentajes de actividad emprendedora actual, pero sí parecen mostrarnos que debemos tener precaución ante el futuro de los indicadores de iniciativa emprendedora.

Empresas nacientes (0-3 meses)

En 2005, por segundo año consecutivo, el porcentaje de empresas nacientes ha vuelto a disminuir con respecto a 2003, quedando en el 2,22%, lo que ha supuesto que en los dos últimos años baje un 53,26%, si bien es cierto que la mayor caída se ha producido en este año (41,9%).

En general, el porcentaje de empresas nacientes ha bajado en el conjunto de los países del estudio. Así, la media de los países GEM ha bajado un 43,7%, la de Europa un 26,7% y la española un 23,4% con respecto a 2005. No obstante, la bajada de Extremadura ha sido significativamente mayor lo que hace que este año estemos por debajo de la media nacional y de regiones como Andalucía, Canarias, Valencia, Cataluña y Madrid.

Empresas nuevas (3-42 meses)

El tanto por ciento de empresas nuevas con respecto al año anterior ha crecido un 16,9% y en proporción a 2003 un 11,71%. Este crecimiento ha hecho que el TEA se mantenga en niveles similares a los del 2005 lo que sitúa a Extremadura por tercer año consecutivo con el mayor porcentaje de nuevas empresas en España, superando incluso la media de los países GEM al igual que Madrid, que ha experimentado una fuerte subida, y Cataluña.

Empresas establecidas (Más de 42 meses)

El porcentaje de empresas establecidas ha crecido en 2005 en seis de las ocho regiones que participaron en el proyecto el año anterior. Sólo bajan sus porcentajes Cataluña (4,3%) y Extremadura (1,79%), aunque con valores pequeños. Es de destacar que en este apartado,

todas las comunidades analizadas están por encima de las medias GEM y europea. En Extremadura por su parte, el número de empresas consolidadas parece situarse en torno a los valores de la media española (7,71%), aunque solo por encima de Andalucía (7,39%) y Galicia (6,94%).

El 5,33% de las empresas ya establecidas realizan actividades emprendedoras relacionadas con la puesta en marcha de un nuevo negocio, de manera que el 3,04% de éstas ha creado una empresa que aún no tiene tres meses de vida, mientras que el 2,29% ya tienen más de tres pero menos de 42 meses.

Cierre de negocios

Extremadura ha pasado de unas tasas del 1,23% en 2003 al 1,03% para este año, lo que supone un decremento en el porcentaje del cierre de negocios del 16,26% en dos años. Si bien, el año pasado la tasa de cierre estuvo en el 1,44%, en 2005 Extremadura tiene el porcentaje de negocios cerrados más pequeño de las diez regiones estudiadas. Muy por debajo de las medias GEM y europea y un 27,46% menor que la media nacional.

Oportunidad versus necesidad

En Extremadura se crean más empresas por oportunidad (5,68%) que por necesidad (1%). La pequeña subida que se ha producido en el TEA extremeño (0,14%), se debe al aumento de las tasas de creación de empresas por necesidad, que han crecido respecto a 2005 un 38,88%, fundamentalmente en las zonas urbanas y en la provincia de Cáceres. Frente a esto, las tasas por oportunidad han disminuido su porcentaje en un 9,1% debido a la bajada en las zonas rurales y también a la provincia de Cáceres.

Los indicadores por oportunidad y necesidad están por debajo de la media europea. Solo Cataluña (5,83%) y Madrid (5,99%) superan la media por oportunidad, mientras que Andalucía

(1,03%), Extremadura (1%) o Valencia (1,15%), tienen tasas por necesidad mayores a la media de la Europa GEM (0,96%).

Tipo de motivación y sexo

En general, durante 2005 la situación entre los dos sexos se ha igualado más a la hora de crear sus empresas. Los dos emprenden más por oportunidad que por necesidad, aunque este año tiene más peso la necesidad en la creación masculina, ya que por cada hombre que pone en marcha un nuevo negocio por necesidad, hay casi cinco que lo hacen por oportunidad, mientras que en el caso femenino, por cada iniciativa por necesidad llevada a cabo por una mujer, hay once que son puestas en marcha para aprovechar una oportunidad de negocio

Motivación para crear la empresa

A la hora de analizar el principal motivo de los empresarios para aprovechar una oportunidad, España se encuentra a la cabeza como país en el que los empresarios que aprovechan una oportunidad lo hacen llevados por el deseo de independencia, mientras que para el resto de los países predominan otros motivos. Por su parte, Extremadura revela unos valores aún mayores que los de la media nacional, por lo que es la comunidad en la que el motivo independencia tiene el mayor porcentaje de todas las regiones españolas analizadas.

Perfil del nuevo empresario extremeño y de sus empresas

El perfil del nuevo empresario extremeño se corresponde mayoritariamente a un hombre, de aproximadamente 40 años, con bajo nivel de estudios, rentas medias o bajas, que previamente a la creación de su empresa trabajaba a tiempo completo o parcial y que se dedica por completo a su empresa en más del 90% de los casos.

Por otra parte, en cuanto a las empresas que pone en marcha, mantiene la mayoría del capital, suele

crearlas solo o con otro socio, generando entre 1 y 5 puestos de trabajo, que espera mantener y aumentar entre uno y cinco más al cabo de cinco años. La mayor parte de sus productos y/o servicios no son nuevos para el mercado en el que espera tener muchos competidores, utiliza tecnologías viejas que ya estaban disponibles en el mercado hace cinco años y fundamentalmente no exporta, creando sus empresas en el sector servicios, principalmente en negocios de venta al detalle, hostelería, restauración, servicios profesionales, salud, educación y servicios sociales.

Financiación de la creación de empresas

En términos generales podemos decir, que en 2005 se ha necesitado casi el doble de dinero para poner en marcha una empresa y que por tanto, los empresarios han elevado su participación propia para cubrir esta mayor inversión, aunque en porcentaje hayan puesto un 5,13% menos de lo que se necesitaba que el año anterior. El empresario ha financiado totalmente la creación de su empresa en el 21% de los casos, mientras que el otro 79% ha tenido que acudir a alguna fuente de financiación externa, principalmente bancos u otras instituciones financieras, siendo la inversión informal la segunda fuente de financiación más importante.

Los empresarios que acaban de crear un negocio, han necesitado de media un capital de 53.712 euros durante 2005, aunque el capital requerido más común ha sido de 60.000 euros, siendo el mínimo de 10.000 y el máximo de 180.000 euros. Esto supone que de media se ha invertido un 89,75% más, que los montantes más comunes han sido 2,5 veces mayores y que el capital mínimo invertido ha crecido hasta el doble, aunque los proyectos con mayor inversión hayan bajado un 14,29%.

Por otro lado, el capital propio total que esperan invertir los empresarios ha aumentado un 75,64%, creciendo el importe más utilizado un 20%. El mínimo que esperan invertir es similar

al del año anterior (5.000 vs. 5.500), mientras que el máximo asciende a 180.000 euros, lo que supone también un incremento del 20%.

La inversión informal en Extremadura

El porcentaje de personas entre 18 y 99 años que han estado involucrados como inversores informales en Extremadura desde el 2003 al 2005 ha sido del 1,9%, lo que supone que 12.744 personas han actuado como inversores informales en la región en este tiempo, generando un volumen total de inversión media total estimada de 212 millones de euros. Esto supone que con respecto a 2005 se ha producido un descenso del 11,65%. Por segundo año consecutivo los porcentajes de participación de la población adulta como inversores informales en iniciativas emprendedoras de otras personas han decrecido con respecto al año anterior, lo que supone un 34,48% menos de inversores que en 2003. No obstante, aunque este año se ha producido un retroceso en la inversión total estimada, ésta ha crecido en dos años un 36,25%. Es decir, tenemos menos inversores informales, pero su inversión media total es mayor.

Mujer y creación de empresas

Entre los meses de julio de 2004 y julio de 2005, se ha estimado que 46.821 personas en edad de trabajar han estado involucradas en actividades emprendedoras. De ellas, 18.393 han sido mujeres, lo que supone que por cada mujer que pone en marcha su negocio, lo hacen 1,55 hombres.

Estos datos nos reflejan una recuperación de la actividad emprendedora femenina, ya que con respecto al año anterior ha habido un 35,12% más de mujeres involucradas en iniciativas de creación de empresas. En cambio, el número de hombres que se han visto implicados en los procesos emprendedores ha sido un 8,7% menor. En definitiva, la actividad emprendedora de la mujer se ha recuperado, creando más empresas por oportunidad y menos por necesidad. Caso

contrario al de los hombres, que han emprendido menos por oportunidad y más por necesidad que el año anterior.

Este aumento de la actividad empresarial femenina durante 2005 se ha visto reflejada a través del ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre que nos ofrece el TEA (tea05mujer/tea05hombre). Por cada hombre que ha estado involucrado en actividades emprendedoras en 2005, ha habido 0,65 mujeres implicadas en las mismas.

Existencia de oportunidades

El 39,32% de la población extremeña entre 18 y 64 años, percibía buenas oportunidades de negocio, es decir, entre julio y diciembre de 2005. Este dato eleva las expectativas sobre las oportunidades para crear empresas con respecto a 2005 en un discreto 5,75%.

Por otra parte, la opinión media dada por los expertos de las distintas regiones, nos revela una situación en la cual, Extremadura se halla como el año anterior, por encima del resto de comunidades autónomas, habiendo incluso incrementado la evaluación media en un 2,8%.

Motivación para aprovechar las oportunidades

La opinión dada por los expertos este año nos ofrece una perspectiva peor que la de 2005, ya que si Extremadura se hallaba con relación al resto de regiones españolas analizadas en una situación intermedia, detrás de Valencia, Cataluña, P. Vasco o Madrid, pero por encima de Canarias, Castilla León o Andalucía, este año es superada por todas las comunidades excepto por Castilla y León.

Habilidades emprendedoras

Aunque la situación con respecto al resto de comunidades es mejor en Extremadura, la mayoría de los valores que nos sirven para evaluar las habilidades de la sociedad extremeña

para la creación y el desarrollo de empresas en función de la opinión de los expertos, nos ofrecen aspectos negativos. No obstante, dos valores vienen mejorando desde el 2003: la consideración de que mucha gente tiene la experiencia para crear empresas, o que tiene la capacidad de reacción ante las buenas oportunidades.

Actividad emprendedora y creación de empleo

El 87,3% del total de las iniciativas puestas en marcha en Extremadura ha proporcionado empleo por cuenta ajena, o tiene expectativas de crearlo en los próximos 5 años, mientras que solo el 12,7% ha servido o servirá para autoemplear al empresario/s.

Durante 2005 cada empresa naciente o nueva ha creado de media 2,76 puestos de trabajo y esperan llegar hasta los 4,39 empleos cuando lleven cinco años funcionando, lo que supone un crecimiento esperado del empleo del 59,1%. Estas perspectivas de crecimiento son menos optimistas que las de 2005, en el que se esperaba un aumento del 66,3%, aunque el número medio de puestos de trabajo actuales sea un 3,37% mayor que el del año anterior (2,76 vs. 2,67).

Tanto en las empresas nacientes (61,1%) como en las nuevas (50%), los sectores orientados al consumidor, como la venta al detalle, la restauración, la hostelería, los servicios de enseñanza, salud o servicios sociales, son los que aglutinan la mayor parte del empleo.

Las condiciones específicas del entorno

Las condiciones específicas del entorno nos ofrecen una panorámica general del contexto en el que se crean las empresas influyendo en la actividad emprendedora.

En el presente año los factores específicos del entorno mejor valoradas han sido la protección de los derechos de propiedad intelectual, la

infraestructura comercial (en cuanto a acceso, coste calidad), el acceso a la infraestructura física y las políticas gubernamentales globales que apoyan y enfatizan la actividad emprendedora. De éstos, sólo la infraestructura comercial ha seguido una tendencia ascendente en su valoración en los sucesivos años desde el 2003.

Por el contrario, las condiciones específicas a las que conviene prestar más atención son la educación y formación emprendedora en primaria y secundaria, la apertura del mercado interno –capacidad de reacción- y el acceso a la infraestructura física.

GEM EXECUTIVE REPORT FOR EXTREMADURA 2005

GEM Informe Ejecutivo Extremadura 2005
ISSN: 1698-0506

This is the 3rd consecutive year of publication of the GEM Project Report regarding the entrepreneurial situation in Extremadura. This executive report provides an accurate overview of the most important results of the report.

Overview of Entrepreneurial Activity

In general, in 2005, the level of international entrepreneurial activity has been fairly stable. The average (calculated without extreme values) of most countries has dropped with respect to 2004. However, the reality is that most countries have increased their levels of entrepreneurial activity. While some countries have high levels of entrepreneurial activity, such as Venezuela (25%), Thailand (20.74%), New Zealand (17.57%) and Jamaica (17%), others have a low level of activity, such as Hungary (1.9%) or Japan (2.2%). One less numerous group is made up of countries with good levels of activity, such as China (13.72%), United States (12.44%), Brazil (11.32%), Chile (11.15%) and Australia (10.87%).

Spain (5.65%) is among the average with respect to the wide range of countries such as Germany (5.39%), France (5.35%), Mexico (5.91%), Switzerland (6.06%), the United Kingdom (6.22%), Greece (6.5%), etc.

The number of countries that have participated in the GEM Project has increased to 35 this year. 8.43% of the population in some of these countries is directly involved in entrepreneurial activities.

This year in Spain, 1.6 million people, out of active population (18-64 years of age) of 28.74 million, have become directly involved in the process of entrepreneurship. This means that

5.65% of the active Spanish population has participated in entrepreneurial initiatives in their initial phase (up to 42 months of activity). This level has gone up slightly in relation to 2004.

If we compare this year's level of entrepreneurial activity in Spain (5.65%) with the average of GEM countries (8.43%) and that of Europe (5.81%), we can see that the Spanish level is in line with the European average but below the level of GEM countries, which has been the case in the past.

The level of entrepreneurial activity in Extremadura is 6.98%, similar to the level in 2004 (6.97%). This means that almost 7 out of 100 people have participated in business initiatives in their initial stages. Out of a total population of 1,083,879 people in Extremadura, and an active population (18-65 years of age) of 670,793 individuals, 46,821 people have been involved in entrepreneurial activities from July 2004 to July 2005. 28,428 of these people were men and 18,393 were women.

With regard to Extremadura's ranking among the countries studied, it is still at position 15 and at a similar level as other countries such as the United Kingdom, Greece and Singapore. The level of entrepreneurial activity in Extremadura is higher than the Spanish average but lower than that of the GEM countries.

Among the countries in Europe that have been studied by the GEM Project, Extremadura is in the 4th position in entrepreneurial activity, behind Iceland, Ireland and Norway. In 2004, Extremadura was in 5th position. Both the sharp increase in the level of entrepreneurial activity in Norway, an increase of 32.5%, and the fact that Poland no longer participates in this study, has caused Extremadura to move up one position in this ranking.

Among the member countries of The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), there are several

countries with high level of activity. These include New Zealand, United States, Australia, Canada, Iceland, Ireland and Norway. The region of Extremadura is behind them, but above the average of the countries that make up the OECD and close to a second group of countries such as Greece, the United Kingdom, Switzerland and Mexico.

Extremadura, for the third year in a row, has one of the highest levels of entrepreneurial activity in Spain. Its level of entrepreneurial activity is 23.45% higher than the national average. Madrid and Catalonia have similar levels, since they have increased their percentages by 54.6% and 21.7% respectively in relation to 2004. The level in Extremadura has stayed the same.

During the year 2005, it seems that the highest level of entrepreneurial activity has occurred in the central areas of the region, such as the region of Barros, Vegas del Guadiana or in Cáceres, where the percentage of entrepreneurs has increased. The areas in the north and south have experienced reductions in their levels of entrepreneurial activity.

Potential businessmen/women

Extremadura has the lowest percentage (among the regions studied in 2005) of people that are considering starting a business within the next three years. So, the people's intentions to create a business in the next three years do not seem to correspond to the percentages of real entrepreneurial activities. However, they do seem to show that we should take notice of future indicators of entrepreneurial initiatives.

Start-ups (0-3 months)

In 2005, for the second consecutive year, the percentage of start-ups has decreased in relation to 2003. The current level is 2.22%, but in the last few years it has gone down by 53.26%. The greatest decrease has been this year (41.9%)

In general, the percentage of start-ups among all the countries in the study has gone down. So, the average of GEM countries has gone down by 43.7%, the percentage in Europe has gone down by 26.7% and the Spanish percentage by 23.4% in relation to 2004. Nevertheless, the decrease in Extremadura has been significantly higher which means that, this year, we are below the national average and other regions such as Andalucía, The Canary Islands, Valencia, Catalonia and Madrid.

New companies (3-42 months)

A certain percentage of new companies have grown by 16.9% in relation to the previous year, and in relation to 2003, by 11.71%. This growth has helped keep the level of entrepreneurial activities at similar levels to those in 2004. This is the third consecutive year in which Extremadura has the highest percentage of new companies in Spain, and one that is also above the average of GEM countries. The number of new companies has also increased in Madrid and Catalonia

Established businesses (more than 42 months)

The percentage of established businesses increased in 2005 in six of the eight regions that participated in the project the previous year. Percentages only went down by a small amount in Catalonia (4.3%) and Extremadura (1.79%). It is worth noting that, all the regions analyzed are above the averages for both GEM countries and European countries. In Extremadura, the number of consolidated companies seems to be at about the Spanish average (7.71%), but only above that of Andalucía (7.39%) and Galicia (6.94%).

5.33% of established companies carry out entrepreneurial activities related to starting new businesses. 3.04% of these have created a company that was started less than 3 months ago, while 2.29% of those were started more than 3 months ago but less than 42 months ago.

Business closure

Extremadura has gone from a level of 1.23% in 2003 to a level of 1.03% this year, and a decrease in percentage of the closures of 16.26% in two years. Last year's closure rate was at 1.44% and, in 2005, Extremadura had the smallest percentage of closures of the 10 regions analyzed. It was at a level considerably below the average for both GEM and European countries and 27.64% lower than the national average.

Opportunity versus necessity

In Extremadura, more business are created when opportunities (5.68%) instead of economic necessity is present (1%). The small increase in the level of entrepreneurial activities in Extremadura (.14%) is due to the increase in the level of creation of businesses out of economic necessity. This has increased in relation to 2004 by 38.88%, above all in urban areas and in the province of Cáceres. The level of opportunities has gone down by 9.1 % due to the decrease in both rural areas and the province of Cáceres.

The indicators of opportunity and need are below the European average. Only Catalonia (5.83%) and Madrid (5.99%) have levels that are above the average with regard to opportunity, while Andalucía (1.03%), Extremadura (1%) and Valencia (1.15%) have levels with regard to necessity higher than those of European GEM countries (.96%).

Type of motivation and gender

In general, in 2005, the situation among both men and women who start businesses has become equal. Both start a business because the opportunity arises and not out of economic necessity. However, this year, economic necessity among men is more important, because for every man that starts a new business out of necessity, there are almost five who start a business because new business opportunities

arise. Among women, for each initiative carried out based on economic necessity, there are eleven that were started to take advantage of new business opportunities.

Motivation to create businesses

When analyzing the main reason why businessmen/women take advantage of these new opportunities, Spain is at the top when it comes to the number of businessmen/women that start a new business because new opportunities arise. This is in part due to their desire to be independent. There are other reasons in the other countries. Extremadura has higher values than the national average, making it the region in which the independence factor is the most important out of all the Spanish regions analyzed.

Profile of the new businessman/woman in Extremadura and his/her businesses

The profile of the new businessman/woman in Extremadura corresponds mainly to a man, of about 40, with a low level of education, average or low income, and one who previously worked as an full-time or part-time employee and dedicates him/herself to his/her business in more than 90% of the cases studied.

On the other hand, with regard to the new companies they start, businessmen/women keep the majority of the capital and tend to create their businesses either alone or with a business partner. These businesses generate between 1 and 5 jobs, and businessmen/women hope to maintain this number of jobs and maybe even create 1 to 5 new jobs at their company within 5 years. They expect to have many competitors since the majority of their products or services are not new in the market. They use old technologies that have been on the market for 5 years. They do not create companies that export, but instead create companies in the service sector, such as hotel and restaurant equipment,

professional services, health care, education social services, or small local shops.

Financing new businesses

In general terms we can say that, in 2005, a new entrepreneur needed almost double the amount of money to start a new business. Therefore, businessmen/women have increased their own contributions to cover this increased investment. However, a certain percentage has contributed 5.13% less than the previous year. The businessman/woman has completely financed the create of his/her own business in 21% of the cases, while the other 79% have had to rely on some kind of external financing, most importantly, banks and other financial institutions. Informal investment is the second most important source of financing.

Businessmen/women that have just created a business needed, on average, capital worth 53,712 € in 2005, even though the amount of capital needed for most companies was 60,000 0€. The minimum was 10,000 and the maximum was 180,000 euros. This means that the average that one invested in a company grew to double, even though the projects with greater levels of investment have gone down by 14.29%.

On the other hand, the percentage of businessmen/women that thought that they would have to invest their own capital went up by 75.64%. The amount used also increased by 20%. The minimum that they expected to invest was similar to the previous year (5,000 vs 5,500), while the maximum has gone up to 180,000 €, also an increase of 20%.

Informal investment in Extremadura

From 2003 to 2005, the percentage of people between 18 and 99 years old that have been involved as informal investors in Extremadura was 1.9%, or the equivalent of 12,744 people. They have generated a total volume of average investment of 212 million euros. This means

that, in relation to 2004, there has been a decline of 11.65%. For the second year in a row, the percentages of participation of the adult population as informal investors in entrepreneurial initiatives for other people has declined in relation to the previous year, which means that there are 34.48% fewer investors than in 2003. However, even though this year there has been a return to the total estimated investment, this investment has increased in two years by 36.25%. In other words, we have fewer informal investors, but their total average investment is greater.

Women and entrepreneurship

Between the months of July 2004 and July 2005, the estimate is that 46,821 people of working age have been involved in entrepreneurial activities. Of these, 18,393 were women. For every woman that starts a new business, 1.55 men do the same.

This data reflects a return to previous levels of entrepreneurial activity among women. With relation to the previous year, there have been 35.12% more women involved in entrepreneurial initiatives. On the other hand, the number of men that have been involved in entrepreneurial processes declined by 8.7%. Entrepreneurial activity among women has returned to its previous levels. Women create more businesses based on new opportunities and less on economic necessity. This is not the case among men, who start businesses based on economic necessity and less on opportunities in relation to previous year.

This increase in business activity among women during 2005 is reflected in the ratio of business initiatives of men and women in the level of entrepreneurial activity ($\text{tea05mujer} / \text{tea05hombre}$). For every man that has been involved in entrepreneurial activities in 2005, there have been .65 women involved in the same.

The presence of opportunities

39.32% of the population of Extremadura between 18 and 64 identified good business opportunities between July and December 2005. This data shows an increase of 5.75% (in relation to 2004) of people who identify opportunities to create businesses.

On the other hand, the general opinion by experts from different regions is that Extremadura is at the same level as last year, above the rest of autonomous communities, and has even increased its average result by 2.8%

Motivation to take advantage of opportunities

This year, experts have offered an outlook that is worse than that of 2004, since Extremadura is ranked in an intermediate position in relation to other Spanish regions, such as Valencia, Catalonia, Basque Country or Madrid, but higher than those of The Canary Islands, Castilla y León or Andalucía. This year it is the penultimate region on the list, only above Castilla y León.

Entrepreneurial abilities

Even though the situation in Extremadura is better than that of other regions in Spain, most of the values that help us to evaluate the skills of the society in Extremadura for the creation and development of companies offer negative aspects when they are based on experts' opinions. However, two values have been improving since 2003: the fact that many people have enough experience to start businesses or the ability to react when new opportunities arise.

Entrepreneurial activity and the creation of employment

87.3% of the total initiatives started in Extremadura have provided employment for those who are not looking for self-employment, or include a plan to create jobs in the next 5

years. However, only 12.7% have helped or will help to create jobs for people who want to be self-employed.

In 2005, every start-up or new company created an average of 2.76 jobs and hopes to reach a level of 4.39 jobs after 4 years. This would be a growth rate of 59.1%. This outlook is less optimistic than those of 2004, in which one expected 66.3% growth, even though the average number of positions is 3.37% higher than that of the previous year (2.76% vs. 2.67%).

Both in start-ups (61.1%) and new companies (50%), consumer-oriented sectors, such as hotel and restaurant equipment, health care, education and social services, or small local shops, are those that take up the greatest share of employment.

Specific conditions of the surroundings

Specific conditions of the surroundings give us a general overview of the context in which the creation of companies influences entrepreneurial activity.

This year, the specific conditions of the surroundings that are of greatest importance are: the protection of intellectual property, commercial infrastructure (with regard to access and price-quality ratios), access to physical infrastructures, and governmental policies that support and stimulate entrepreneurial activity. Of those, only commercial infrastructure has increased in relation to successive years since 2003.

On the other hand, specific conditions which we need to match more closely are education, entrepreneurial training in primary and secondary school, the opening of internal markets (the ability to react) and access to physical infrastructures.

More information on the web site:

<http://www.fundacionxavierdesalas.com>

Authors:

Ricardo Hernández Mogollón

ricardoh@arrakis.es

Juan Carlos Díaz Casero

cdiaz@unex.es

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo Extremadura 2005.....	III
Executive Report for Extremadura 2005.....	IX
Índice.....	XV
Índice de Figuras.....	XVII
Índice de Gráficos.....	XVII
Índice de Tablas.....	XIX
Agradecimientos.....	1
Introducción.....	2
El Modelo Teórico del Proyecto GEM.....	8
1. Panorámica de la Actividad Emprendedora	10
1.1. Actividad Emprendedora general.....	10
1.1.1. Extremadura en el mundo.....	13
1.1.2. Extremadura en Europa.....	13
1.1.3. Extremadura en España.....	13
1.1.4. Extremadura por áreas, zonas y provincias.....	16
1.2. Desglose de la actividad emprendedora en Extremadura.....	19
1.2.1. Actividad emprendedora en empresas ya existentes	26
2. Motivación y Tipos de Comportamiento para la Creación de Empresas.....	28
2.1. Crear una empresa por necesidad o por oportunidad	28
2.2. Tipos de empresa según motivación.....	32
2.3. Principales motivos para crear la empresa.....	35
2.4. Desarrollo del proceso emprendedor.....	36
3. Perfil del nuevo empresario extremeño.....	39
3.1. Características socio-económicas de los nuevos empresarios.....	39
3.2. Perfil de las empresas extremeñas creadas.....	43
4. La financiación de la creación de empresas.....	48

4.1.	Capital necesario para crear una empresa y retorno de la inversión	48
4.2.	Fuentes de financiación utilizadas.....	49
4.3.	Bancos e instituciones financieras.....	52
4.4.	El inversor informal.....	53
4.5.	El capital riesgo.....	57
5.	Mujer y creación de empresas.....	60
5.1.	Actividad emprendedora femenina.....	60
5.2.	Perfil de la mujer emprendedora.....	62
5.3.	Apoyo institucional a la mujer emprendedora.....	64
6.	Oportunidades, motivación y habilidades para la creación de empresas en Extremadura	67
6.1.	Percepción de oportunidades.....	67
6.2.	Motivación para aprovechar las oportunidades.....	70
6.3.	Habilidades emprendedoras.....	73
7.	Actividad Emprendedora y Creación de Empleo.....	76
7.1.	Introducción.....	76
7.2.	Empleo en Extremadura.....	76
8.	Las condiciones específicas del entorno para la creación de empresas en Extremadura.....	82
8.1.	El apoyo financiero.....	88
8.2.	Las políticas gubernamentales.....	89
8.3.	Los programas gubernamentales.....	90
8.4.	Educación y formación emprendedora.....	91
8.5.	Transferencia tecnológica e I+D.....	92
8.6.	Infraestructura comercial y profesional (servicios para empresas).....	93
8.7.	Apertura del mercado interno.....	94
8.8.	Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas.....	95
8.9.	Normas sociales y culturales.....	96
8.10.	Legislación y derechos de propiedad intelectual.....	97
8.11.	Apoyo a la mujer emprendedora.....	98
8.12.	Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo.....	99
9.	Conclusiones e implicaciones.....	101
	Bibliografía.....	109
	Anexo I. Aspectos Metodológicos.....	111

A I.	Metodología.....	111
A II.	Encuesta a la población adulta en España.....	111
A III.	Encuesta a expertos en España.....	113
A IV.	Las variables secundarias	114
Anexo II. Ficha técnica de la investigación. Encuestas a la población		116
Proyecto GEM en España.....		118

ÍNDICE DE FIGURAS

1.	Modelo conceptual del Proyecto GEM.....	9
2.	Mapa de las áreas de Extremadura.....	17
3.	El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del Proyecto GEM.....	19

ÍNDICE DE GRAFICOS

1.	Comparación de la Actividad Emprendedora Total (Early-Stage) en el GEM. TEA (2005).....	11
2.	Relación de dependencia del TEA respecto al nivel de desarrollo de los países GEM en 2005.....	13
3.	Comparación TEA Media GEM, TEA Media Europa y TEA España para 2000-2005.....	13
4.	Extremadura entre los países del GEM (TEA. 2005).....	15
5.	Extremadura entre los países de Europa GEM (TEA 2005).....	15
6.	Extremadura entre los países de la OCDE (TEA 2005).....	16
7.	Extremadura en la España GEM (TEA 2005).....	16
8.	Extremadura por áreas (TEA 2004-2005).....	18
9.	Extremadura por zona urbana o rural y por provincias (TEA 2003-2005).....	18
10.	Porcentaje de Empresarios Potenciales Esperados en los próximos tres años en España...	21
11.	Porcentaje de Empresas Nacientes en España.....	22
12.	Porcentaje de Empresas Nuevas en España.....	23
13.	Porcentaje de Empresas Establecidas en España.....	24
14.	Porcentaje de Negocios Cerrados en España (7/2004-7/2005).....	24
15.	Principal motivo de cierre de negocios en Extremadura y España (7/2004-7/2005).....	25
16.	Comparación del desglose de la actividad empresarial.....	26
17.	Clasificación general de la actividad empresarial en Extremadura y España.....	27
18.	TEA 2005 por regiones españolas según motivación	29
19.	Extremadura por zonas urbana-rural y provincias: oportunidad y necesidad (TEA 2005)	30
20.	Sexo, edad, nivel de estudios y nivel de renta según motivación (en %)	31
21.	Ratio mujer / hombre según motivación.....	32
22.	Principal motivación para emprender por oportunidad en España. (Promedio (7/05) Tea05 tipo de oportunidad).....	36
23.	Desarrollo del proceso de puesta en marcha: idea vs. deseo.(% de empresarios en fase inicial: nacientes y nuevos).....	37

24.	Desarrollo del proceso de puesta en marcha: idea vs. deseo. (% de empresarios consolidados).....	38
25.	Características socioeconómicas de los nuevos empresarios. Sexo, edad, nivel de estudios, nivel de renta y situación laboral previa.....	40
26.	Características socioeconómicas de los nuevos empresarios. Zona, provincia y áreas geográficas.....	42
27.	Perfil de las empresas extremeñas creadas. Empresas en la etapa inicial (early stage: nacientes y nuevas).....	44
28.	Innovación empresas creadas. Etapa inicial (early stage: nacientes y nuevas).....	46
29.	Distribución sectorial de la actividad emprendedora total.....	47
30.	Porcentaje del capital aportado por el empresario naciente en función del capital necesario.....	49
31.	Cantidad y tiempo de retorno de la inversión que espera el empresario naciente.....	50
32.	Número de fuentes financieras empleadas por las empresas nacientes y por las nuevas....	51
33.	Combinación de fuentes financieras para empresas nacientes y nuevas.....	51
34.	Situación de la inversión informal en los países GEM.....	55
35.	Cantidad esperada de retorno de la inversión por parte del inversor informal y cantidad de la inversión realizada que espera recuperar en función de la relación que tiene con el beneficiario.....	57
36.	Tiempo estimado de retorno de la inversión y tiempo de retorno en función de la relación que tiene con el beneficiario.....	58
37.	Capital semilla aportado por el Capital Riesgo (Early Stage VC) como porcentaje de la Inversión Total (Classic VC) en 2005.....	59
38.	Ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre en los países GEM.....	61
39.	Ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre en España.....	61
40.	Características socioeconómicas por sexo de los nuevos empresarios. Sexo, edad, nivel de estudios, nivel de renta (en %)......	63
41.	Tipo de instituciones utilizadas en la creación de empresas en función del sexo.....	65
42.	Tipo de asesoramiento recibido de la principal institución a la que acudió en función del sexo.....	65
43.	Evaluación del apoyo a la mujer que crea una empresa en Extremadura. Opinión de los expertos. Año 2003 a 2005.....	66
44.	Porcentaje de la población adulta que percibe buenas oportunidades para la creación de empresas hasta diciembre de 2005. Regiones españolas.....	67
45.	Evaluación media de la percepción de oportunidades de negocio por los expertos en escalas de 1-5 (falso-cierto). Regiones españolas.....	69
46.	Evaluación de la percepción de oportunidades de negocio en Extremadura por parte de los expertos.....	69
47.	Deseabilidad y viabilidad hacia la creación de empresas.....	71
48.	Evaluación media de la motivación para crear empresas por los expertos en escalas de 1-5 (falso-cierto).Regiones españolas.....	72
49.	Evaluación media de los expertos de los factores que influyen en la motivación para crear una empresa en Extremadura.....	72
50.	Evaluación media de los expertos de las habilidades y conocimientos para crear una empresa en escalas de 1-5 (falso-cierto).Regiones españolas.....	73
51.	Evaluación media de los expertos de las habilidades y conocimientos para crear y	74

	desarrollar una nueva empresa en Extremadura.....	
52.	Clasificación de los países GEM y las regiones españolas en su fase inicial (nacientes y nuevas) en función del número de empresas con alto potencial de crecimiento en empleo. (Que esperan crear más de 19 puestos en 5 años).....	77
53.	Expectativas de la situación de las plantillas dentro de 5 años en función del tipo de empresa. Porcentaje de empresas.....	78
54.	Empleo en las empresas extremeñas creadas. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.	80
55.	Empleo actual por sectores. Empresas nacientes y nuevas.....	81
56.	Valoración media por los expertos de las condiciones específicas del entorno en Extremadura. Años 2005, 2004 y 2003.....	83
57.	Clasificación de los factores que favorecen la creación de empresas en Extremadura ordenados según su importancia. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.....	85
58.	Clasificación de los factores que dificultan la creación de empresas en Extremadura ordenados según su gravedad. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.	86
59.	Clasificación de las recomendaciones para mejorar la creación de empresas en Extremadura ordenados según su importancia. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.....	87
60.	Valoración del apoyo financiero a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en Extremadura.....	89
61.	Valoración de las políticas gubernamentales para las nuevas empresas y las que se están desarrollando en Extremadura.....	90
62.	Valoración de los programas gubernamentales para las nuevas empresas y las que se están desarrollando en Extremadura.....	91
63.	Valoración de la educación y formación emprendedora en el sistema educativo extremeño.....	92
64.	Valoración de la transferencia tecnológica e I+D para la creación de empresas en Extremadura.....	93
65.	Valoración del acceso a la infraestructura comercial y profesional en Extremadura.....	94
66.	Valoración de la apertura del mercado interno en Extremadura.....	95
67.	Valoración del acceso a las infraestructuras físicas en Extremadura.....	96
68.	Valoración de las normas sociales y culturales en Extremadura.....	97
69.	Valoración de la Legislación y estado de los derechos de Propiedad Intelectual(registros, patentes y similares) en Extremadura	98
70.	Valoración del apoyo a la mujer emprendedora en Extremadura.....	99
71.	Valoración de la creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo.....	100

ÍNDICE DE TABLAS

1.	Grupos de países GEM según sus niveles de renta per capita y crecimiento.....	11
2.	Desglose de la actividad empresarial en los países del proyecto GEM en 2005.....	20
3.	Desglose de la actividad empresarial en España por regiones GEM en 2005.....	21
4.	Evolución de la actividad emprendedora en Extremadura según la motivación.....	28
5.	Desglose de la actividad emprendedora por regiones según la motivación.....	29
6.	Motivación en la fase inicial (early stage): diferencias entre empresas nacientes y nuevas...	34
7.	Tipo de motivación en los estados iniciales de la actividad emprendedora en Extremadura.	35

8.	Principal motivación para crear una empresa por oportunidad en Extremadura y España...	35
9.	Idea de negocio versus deseo de crear la empresa en Extremadura y España.....	36
10.	Porcentaje de dedicación del empresario según la etapa en la que se encuentra. Datos para Extremadura y España.....	41
11.	Factores psico-sociales en Extremadura. Empresarios vs. no empresarios.....	42
12.	Capital necesario y capital propio a invertir. Valores estadísticos.....	48
13.	Fuentes de Financiación para la creación de la empresa. Extremadura y España.....	50
14.	Factores que apoyan la creación de empresas por parte de la banca e instituciones financieras. Extremadura y España.....	52
15.	Factores que más valoran los empresarios en la ayuda prestada por parte de la banca e instituciones financieras en la creación de empresas. Extremadura y España.....	53
16.	Perfil del Inversor Informal en España y Extremadura.....	56
17.	Capital riesgo vs. Inversión informal.....	59
18.	Estimación del número de personas involucradas en la actividad emprendedora en Extremadura. Años 2003 a 2005.....	60
19.	Actividad Emprendedora Total (TEA). Desglose por motivación, sexo y año.....	60
20.	Comparación de los factores psico-sociales en función del sexo. Extremadura y España....	64
21.	Evolución temporal del porcentaje de población de 18-65 años que percibe buenas oportunidades para emprender en España en los 6 meses posteriores a la entrevista.....	68
22.	Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población extremeña..	71
23.	Evolución de indicadores sobre oportunidades, motivación y habilidades.....	75
24.	Porcentaje del número actual de empleados en función de los tipos de empresas incluyendo al empresario. Datos para Extremadura y España.....	77
25.	Empleo medio actual y esperado por empresa. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.	78
26.	Distribución de expertos según la dimensión principal de entorno con la que se identifican.	83
27.	Comparación de las valoraciones medias de las condiciones del entorno 2003- 2005.....	84
28.	Comparación de la clasificación de los factores que favorecen la creación de empresas en Extremadura.....	85
29.	Comparación de la clasificación de los factores que obstaculizan la creación de empresas en Extremadura.....	87
30.	Comparación de las recomendaciones para mejorar la creación de empresas en Extremadura.....	88

AGRADECIMIENTOS

El GEM Informe Ejecutivo 2005 Extremadura no habría sido posible sin muchos y generosos apoyos. Así, hemos recibido importantes colaboraciones: de la Fundación Xavier de Salas, de los patrocinadores que conforman el Consejo GEM Extremadura, de los 84 expertos regionales que en estos momentos colaboran en la aportación de datos primarios (en la fase EQ), así como el entusiasmo de muchas personas, de distintos ámbitos que nos animan a seguir por esta vía. Sin olvidar el equipo del Instituto de Empresa y los diez equipos que forman en el año 2005, la red de equipos regionales. Éstos son los siguientes: Andalucía, Cataluña, Canarias, Madrid, Castilla-León, Comunidad Valenciana, País Vasco, Navarra y Galicia. Además de la dedicación continua, durante todo el año, del equipo investigador y sus colaboradores, con nuevos talentos y, por lo tanto, mayor potencialidad.

A D. Carlos Arce, primer socio y presidente del Consejo GEM y a todos los socios del mismo, nuestro más sincero agradecimiento. Igualmente a D. Miguel Villa, responsable del mantenimiento de la página web del proyecto, y a todo el equipo de la Fundación Xavier de Salas, en la persona de su presidente D. Jaime de Salas Ortueta, nuestro agradecimiento por su buen hacer y apoyo continuo a este proyecto.

Y a los medios de comunicación social de Extremadura, que cada vez se hacen eco en mayor medida de noticias relativas a la actividad empresarial, incluyendo en esto al proyecto GEM.

Finalmente, gracias a nuestras familias. Sabemos lo duro que resulta tantas horas y fines de semana de dedicación a este proyecto y, consiguientemente, de sacrificio familiar.

Ricardo Hernández Mogollón
J. Carlos Díaz Casero

INTRODUCCIÓN

Este es el tercer Informe GEM Extremadura, en un contexto en que va por el que acaba de publicarse el séptimo GEM Mundial y el sexto GEM Informe Ejecutivo España, elaborado por el Instituto de Empresa en el que recae, a su vez, la dirección del proyecto en España.

Algunos cambios se han producido durante el año 2005 en cada uno de los tres niveles del Proyecto GEM, mundial, nacional y regional, que iremos exponiendo, de forma resumida. Todos ellos van en la misma dirección: el proyecto sigue creciendo, implicando más y más expertos, y mejorando sus estructuras para ofrecer el mejor conocimiento científico sobre una realidad de la actividad emprendedora, que cada vez preocupa más, tanto a los académicos, como a las administraciones públicas y a la sociedad en general.

Como señala Rebecca Harding (directora ejecutiva del consorcio GEM y responsable de estrategia y desarrollo):

“GEM es un foro global para el desarrollo de ideas, investigación y acción en el campo de la creación de empresas.

El objetivo es trabajar para ayudar a los empresarios a enfocar sus ideas de negocio, crear debate sobre este tema y desarrollar redes a través del mundo.

La función empresarial en todas sus formas está en el corazón del desarrollo económico tanto como en la realización personal”.

Rebeca Harding
(Inside GEM, issue 7, mayo 2006)

La razón de ser y el fundamento básico del proyecto lo define, claramente, Paul Reynolds:

“La Función Empresarial y la Innovación son centrales para el proceso creativo en la economía así como para promover el crecimiento, incrementar la productividad y crear empleos. Los empresarios se dan cuenta de

las oportunidades y asumen riesgos, afrontando la incertidumbre para abrir nuevos mercados, diseñando productos y desarrollando procesos innovadores” (Reynolds, et al., 1999, p.7).

Aunque muchos académicos influyentes han mantenido, en el último siglo, que el espíritu empresarial es una de los más importantes factores dinámicos en el desarrollo de una economía, y por ende, de una sociedad; las causas y consecuencias del fenómeno son aún conocidas sólo en parte. Consecuentemente, los responsables de políticas públicas no han tenido a su alcance modelos efectivos y políticas adecuadas para fomentar y desarrollar este fenómeno en sus naciones o regiones. El Proyecto GEM trata de dar respuesta a estas necesidades socioeconómicas.

La Contribución al conocimiento y la comprensión del proceso emprendedor¹ que hace el GEM es única, ya que, no existe ninguna fuente de datos que pueda aportar información consistente a través de los países y medidas de la actividad emprendedora en un contexto global.

El GEM está dirigido fundamentalmente a dos audiencias, complementarias, pero por este orden: Decisores políticos y Académicos.

Un hecho importante es que GEM está generando una Base de Datos y una red sobre actividad emprendedora, únicos en el mundo.

Con el propósito de entender el papel de la función empresarial en el crecimiento económico, se profundiza en el conocimiento de las variables que inciden en el fenómeno de la creación de empresas y se construye un indicador, el TEA (Total Entrepreneurial Activity), que refleja la actividad emprendedora

¹ Siguiendo al profesor Veciana (1997), utilizaremos el término emprendedor sólo como adjetivo y nunca como sustantivo, para cuya denominación emplearemos, empresario. Para referirnos a la actividad desarrollada por el empresario, también utilizaremos los términos: iniciativa emprendedora, actividad emprendedora o espíritu empresarial.

en los diferentes países y regiones. De este indicador, se derivan todos los demás.

El beneficio de los resultados generados por el Proyecto GEM son una serie de indicadores directos de los procesos de actividad emprendedora, tanto a nivel de individuos como de empresas existentes. Esto representa un revolucionario desarrollo en estudios cuantitativos ya que los individuos y las empresas, que ellos crean y dirigen, son los agentes primarios de la actividad emprendedora.

No existen estudios similares que puedan ser usados como bases para comparaciones internacionales confiables ni para determinar y analizar las motivaciones de los agentes económicos individuales. De igual forma, tampoco hay otras estadísticas que puedan utilizarse para informar a los responsables de políticas públicas sobre cómo fomentar el desarrollo del capital humano emprendedor.

En el Anexo II del informe nacional se hace referencia y se profundiza en este tema, destacando, que aunque “la mejor forma en que se podría demostrar la fiabilidad de los datos GEM sería contrastándolos con los proporcionados por otras fuentes que también midan la actividad emprendedora..., los esfuerzos que GEM Global ha realizado para comparar sus resultados con los de fuentes estadísticas oficiales de los países en que más o menos eso es posible, hallan siempre la dificultad de que los conceptos y definiciones no son coincidentes al 100%”. Sin embargo, GEM es el único estudio que proporciona datos armonizados y comparables a nivel internacional, obtenidos a partir de encuestas a la población y con la misma metodología, de forma que no es sencillo hallar otras fuentes con las que poder establecer comparaciones” (De la Vega et al., 2006).

En el Proyecto GEM se define la función empresarial con un concepto muy amplio, que da cabida a todo tipo de esfuerzo emprendedor que genere valor añadido en el mercado:

“Cualquier intento de crear un nuevo negocio, incluyendo el autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas, de forma independiente o dentro de una empresa en funcionamiento”. (Reynolds, et al., 1999: 3)

La gran diferencia que aporta el proyecto, aparte de ser el único estudio internacional de esta envergadura, es que proporciona medidas directas y comparables de los procesos emprendedores que están en funcionamiento actualmente en diversas partes del mundo, estableciendo un marco de comparación entre los distintos países para el seguimiento de las tasas de actividad emprendedora. Por tanto, la investigación ofrece la oportunidad de contribuir al desarrollo de las políticas públicas para que éstas se adecuen a las necesidades reales de los nuevos empresarios.

En síntesis, se puede afirmar que el Proyecto GEM se centra en una de las más importantes fuerzas asociadas con el cambio económico. La comprensión de estos mecanismos ha resultado difícil tanto para investigadores como para responsables de políticas públicas, debido, entre otras causas, a la carencia de datos comparables internacionalmente y dignos de confianza.

Interpretación de los datos GEM

La metodología del proyecto es idéntica para todas las naciones o regiones y está basada, como bien se explica en el Anexo I del Informe Nacional, que reproducimos al final, en una encuesta a la población activa (Adult Population Survey) de cada país o región, una entrevista personal a diferentes expertos del área a investigar (Expert Questionnaire, con dos partes diferenciadas), y una base de datos secundarios, común para todos los equipos Gem, con más de 600 variables, recopiladas de fuentes solventes, tales como: FMI, OCDE, UE, ONU, USA Census, INE, etc. Los cuestionarios están

estructurados de una forma concreta y común para todos los países y regiones participantes.

Los resultados aportados por los Informes GEM son particularmente útiles para entender el potencial emprendedor así como la actividad emprendedora total.

Como consecuencia de esto, los datos aportados en los Informes GEM no pueden ser interpretados como una medida comparativa exacta del actual número de empresas, en países, regiones, o sectores concretos. En cambio, sí deberían ser tomados como una medida del número de empresas que es probable que se creen si se dan las condiciones adecuadas.

Este proyecto genera anualmente informes en tres diferentes niveles: mundial, nacional y regional

Informe GEM Mundial.

Las instituciones participantes, patrocinadores, investigadores (más de 200 especialistas trabajan en el proyecto) de más de 43 países, todo ello referido al año 2005, muestran que el GEM es un esfuerzo de colaboración en términos de recursos financieros, y de desarrollo intelectual, así como de diseño y análisis. Algunos datos, sobre la cobertura del proyecto avalan esto: 93% del Producto Interior Bruto Mundial y el 67% de la población mundial

A principios del mes de Enero de cada año tiene lugar una reunión de todo el Consorcio GEM, para analizar, planificar y coordinar todos los equipos en todas y cada una de las fases del proyecto. Más de 150 personas de los 5 continentes, pertenecientes al proyecto GEM participan en estas reuniones.

Así, a primeros de enero del año 2005 se presentó, en el Babson College (institución líder mundial en creación de empresas) el GEM 2005, elaborado por los siguientes expertos: Maria Minniti, William D. Bygrave y Erkko Autio. Por parte española asistieron Ignacio de la Vega (director del proyecto GEM España), Alicia Coduras (directora técnica) y Ricardo Hernández

(coordinador de la red española de equipos regionales GEM).

Los aspectos más notables de esta reunión fueron los siguientes:

- 1) 2005 marca el comienzo de la Fase 2 del GEM:

Un proyecto de la amplitud y objetivos del GEM requiere mejoras continuas con respecto a la calidad de los datos y la forma en que son interpretados. Por ello, en el año 2005 se inicia la Fase 2 del GEM. Los cambios pueden ser resumidos en 2 categorías:

- Cambios relacionados con la recogida y documentación de los datos.
- Cambios relacionados con el uso e interpretación de los datos.

Respecto al primer grupo de cambios realizados, se subraya el punto fuerte que tiene el GEM en cuanto a la posibilidad de aportar datos comparables entre países. Por ello, la calidad de los datos es primordial.

Con relación a los cambios relacionados con el uso e interpretación de los datos, en el pasado, el GEM se ha enfocado en el estudio de la actividad emprendedora en el early-stage. Sin embargo, la actividad emprendedora es un fenómeno multifacético y complejo. Aunque se continuarán recogiendo y estudiando datos del comportamiento de potenciales emprendedores, el Gem 2005 analiza la existencia y características de empresas establecidas (established business owners); el grado de innovación, competitividad y crecimiento esperado de early-stage y de empresas establecidas. También se estudia la existencia y características del entorno social favorecedor a la actividad emprendedora.

- 2) Se recuerda a todos los asistentes que uno de los objetivos del Proyecto GEM es influir en los decisores y diseñadores de políticas públicas.
- 3) Se hace mucho hincapié en los nuevos equipos, sobre aspectos de metodología y

operatoria (Austria, Filipinas, Indonesia, Colombia, Jamaica, Lituania, China, Méjico, Suiza).

- 4) Se valora como muy positivo el año 2005, tras los cambios internos en la organización producidos en el año 2004.
- 5) Ahora somos una organización mundial y debemos ser inflexibles en lo fundamental.
- 6) Papel fundamental del Research Committe (en el que Alicia Coduras, directora técnica del proyecto en España, está representando a los países socios).
- 7) No olvidar que preguntamos a personas, no a las empresas.
- 8) GEM está generando una BD y una red sobre actividad emprendedora, únicos en el mundo.

Tras siete años de Informes GEM, las recomendaciones en ellos contenidas van teniendo un peso específico en las distintas Administraciones Públicas, UE, OCDE, ONU siendo incluidas en las estadísticas oficiales en algunos países o regiones como en las de Extremadura o Castilla León. Se constata, igualmente, que se ha logrado llamar la atención sobre un fenómeno, la creación de empresas, que necesita de gran apoyo para su desarrollo. Así, de los estudios de impacto internos que se realizan en el seno del proyecto, se desprende que, desde su aparición, el Informe ha influido en la toma de medidas de políticas públicas, tanto en la Comisión Europea como en la mayoría de países implicados, dando una amplia visibilidad al fenómeno emprendedor y favoreciendo la creación de empresas en general. Asimismo, desde el punto de vista investigador, cada vez son más los artículos y trabajos científicos presentados en foros y congresos, tanto nacionales como internacionales, en los que se tratan estos temas.

En cuanto al TEA, como señala Alicia Coduras (GEM Informe Ejecutivo España 2005), en el ámbito internacional, se sigue poniendo de manifiesto una amplia variación en las tasas de actividad emprendedora y su calidad. Los países

en vías de desarrollo tienden a proporcionar porcentajes más elevados de población involucrada en empresas nacientes y nuevas que los desarrollados. Así, la tasa media de actividad emprendedora en los primeros se sitúa alrededor de un 10%, mientras que para los segundos está cerca de un 6,5%, siendo esta diferencia, estadísticamente significativa. Las empresas creadas en los países en vías de desarrollo son de menor volumen y calidad y tienen menor esperanza de vida que las que se crean en países desarrollados. Todo ello se debe a una mayor proporción de empresas creadas por necesidad en los países de menor renta, así como a su menor potencial de desarrollo y crecimiento y al uso de tecnologías menos avanzadas, aunque sean nuevas en su contexto.

Informe GEM España e Informes Regionales.

Un equipo del Instituto de Empresa², dirigido por Ignacio de la Vega, viene realizando desde el año 2000 el Informe GEM para España, utilizando, como el resto de las naciones y regiones, la misma metodología y objetivos que el Informe GEM Mundial y representando a España junto con el coordinador de los equipos regionales, en las reuniones anuales del consorcio GEM.

Se constituye la *Red de Regiones* a principios del año 2003 siendo pioneros los equipos investigadores de Andalucía, Cataluña y Extremadura³.

Durante el año 2005 se han incorporado a esta red los siguientes equipos: Navarra y Galicia. Por ello, durante este año se elaborarán y publicarán 10 informes regionales GEM, con las ventajas de conocimiento regional sobre creación

² El equipo central de España del Instituto de Empresa. en el año 2005 ha estado formado por los profesores: Ignacio de la Vega, Alicia Coduras, Cristina Cruz, Rachida Justo y María Pía Nogueira. La dirección técnica de todo el equipo español la lleva a cabo Alicia Coduras.

³ El equipo de Extremadura lo forman los profesores Ricardo Hernández y Juan Carlos Díaz (Universidad de Extremadura).

de empresas, de referencias y de base de datos que ello conlleva, además de aumentar la capacidad investigadora del proyecto GEM España, con especialistas de las referidas comunidades autónomas.

Esta mayor dimensión de la red de equipos regionales ha tenido, entre otras consecuencias positivas, el aumento del tamaño muestral de la investigación (379 expertos consultados, más de 19.000 encuestas realizadas, en el año 2005) y del número de investigadores dedicados en el proyecto GEM (50 investigadores pertenecientes a 11 equipos españoles).

Por otra parte, la perspectiva regional es muy ilustrativa de las diferencias existentes en actividad emprendedora. No es lo mismo emprender en una región en la que el empresario no se siente apoyado que hacerlo en una región en la que este colectivo se sabe estudiado, analizado y en el que las instituciones tanto gubernamentales como educativas, disponen de información anual sobre la evolución del entorno en que desarrollan sus iniciativas y actividades. No hay duda de que informar acerca de los problemas y barreras que pueden frenar las nuevas iniciativas, comparar nuestro entorno de la actividad emprendedora con el de otros países o regiones, destacando los logros y los avances que tienen lugar, explicar las características de los nuevos empresarios y otros muchos temas, proporciona una base para la mejora de esta plataforma de riqueza que cada vez tiene más relevancia frente a la evolución recesiva del mercado laboral tradicional.

Informe de Extremadura

Los comienzos no suelen ser fáciles. Menos aún en un proyecto tan complejo y ambicioso como el GEM.

Este número, que el lector tiene en sus manos, es el tercero del Informe GEM Extremadura.

La experiencia de participar en este consorcio mundial que vamos acumulando desde que iniciamos los contactos con el Consorcio GEM, el año 2001, va haciendo que el equipo de

Extremadura vaya generando una estructura y una filosofía flexible, pero sólida, y sobretudo, un aprendizaje, que le permite garantizar la continuidad del proyecto, a la vez que su desarrollo en estrecha cooperación con el programa de doctorado Empresa-Finanzas y Seguros que se imparte en la Facultad de Estudios Empresariales y Turismo de la Universidad de Extremadura.

Así, en estos momentos, hay más de 80 expertos, profesionales y empresarios que aportan sus conocimientos y experiencias al proyecto (concretamente en la fase EQ), procedentes de diversos campos como la administración pública, educación, financiero, I + D + I, empresarial y otros.

El *Consejo GEM Extremadura*, constituye una singularidad del proyecto GEM a nivel nacional y mundial, siendo una garantía de continuidad para el proyecto en Extremadura, así como una fuente información, ideas y opiniones de primera categoría para la mejora continua del Informe GEM Extremadura. En 2005 comenzó su funcionamiento, con 2 sesiones. En la sesión de primavera, el especialista invitado fue el catedrático de la Universidad Politécnica de Cataluña y creador y director del programa Innova, Francisco Solé Parellada. En la sesión de otoño, el especialista invitado fue Rafael Periañez titular de la cátedra de Creación de Empresas de la Universidad de Sevilla.

Este Consejo está constituido por una veintena de socios de diferente naturaleza, pero con un decidido compromiso en trabajar y apoyar la actividad emprendedora en Extremadura que bien pudiera ser visto en clave de la nueva realidad de extremeña: economía colaborativa, foco de atracción de inversiones industriales, de servicios, etc.

Los socios son los siguientes:

Junta de Extremadura, Universidad de Extremadura, Central Nuclear de Almaraz, Sodieux, Arram Consultores, Sofiex, Construcciones Pinilla, Caja de Badajoz, Cámara

de Comercio e Industria de Badajoz, Grupo Katry, Infostocks, Grupo Alfonso Gallardo, Caja Rural de Extremadura, Urvicasa, Fundación Academia Europea de Yuste, Servex, CCOO Unión Regional de Extremadura, Palicrisa, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, Conyser, UGT Unión General de Trabajadores, y Federación Empresarial Cacereña (de reciente incorporación).

Durante 2005 se ha continuado con la política de comunicación diseñada, lo cual ha dado como resultado una fuerte presencia en los medios de comunicación regionales, tanto escritos como hablados y en las televisiones locales, siendo líderes en cobertura del GEM a nivel nacional. Así, GEM está presente a lo largo del año, en varios medios de comunicación regionales, particularmente en los periódicos regionales y en los suplementos de negocios.

Asímismo, se ha creado una página web (www.fundacionxavierdesalas.web) en el seno de la Fundación Xavier de Salas, que contiene no sólo el Informe GEM Extremadura, sino todos los Informes GEM disponibles en formato pdf (global, nacional, otras comunidades autónomas), así como enlaces a las páginas webs claves en el Proyecto GEM.

Igualmente, el informe se encuentra disponible en las páginas webs del Gem Consortium, del

Instituto de Empresa, en la de la London Business School y en las webs de cada uno de los equipos regionales.

Siguiendo las indicaciones de la dirección ejecutiva del Consorcio GEM, hemos incluido una traducción completa en lengua inglesa del Informe Ejecutivo, al objeto de darle mayor visibilidad internacional.

En cuanto a la fiabilidad, transparencia y clarificación de los procesos y datos para la obtención de los indicadores típicos del Informe GEM, este año se ha incluido el Anexo I sobre aspectos metodológicos de interés, además del Anexo II con la Ficha Técnica de la Investigación.

EL MODELO TEÓRICO DEL PROYECTO GEM⁴

El análisis tradicional del crecimiento económico tiende a enfocarse hacia las grandes empresas y olvida las innovaciones y la competitividad con las que la creación de pequeñas empresas contribuye a la economía global.

A diferencia de la mayoría de los estudios, lo que distingue al Modelo Conceptual Gem es que considera las contribuciones realizadas a la economía por todos los empresarios de un país; es decir, integra en su análisis del crecimiento económico tanto las aportaciones de las grandes empresas como de las pequeñas y medianas. (Reynolds et al., 2005).

El modelo GEM considera que el crecimiento económico nacional es el resultado de dos conjuntos de actividades interrelacionadas. Aquellas asociadas con las “empresas ya establecidas” (como muestra la parte superior de la figura 1), y aquellas otras relacionadas directamente con el proceso emprendedor (como muestra la parte inferior de la figura 1).

Para las grandes empresas, la habilidad para influir en el crecimiento de la economía nacional está a su vez influenciada por las condiciones generales empresariales (Condiciones Generales del Entorno Nacional), que son específicas para cada país.

Estas grandes compañías influyen el crecimiento económico, primeramente a través de la creación de nuevos establecimientos, lo cuales se convierten en oportunidades para crear empleo. Además, cuando un antiguo negocio es reemplazado, las nuevas tecnologías empleadas provocan un incremento de la productividad. Las nuevas empresas que afectan positivamente a la economía nacional de esta manera pueden ser

creadas por empresas de ámbito nacional o por empresas multinacionales (Acs y Armington, 2004).

Para los empresarios potenciales, la decisión de poner en marcha una empresa está influenciada por las características adicionales dentro del entorno empresarial existente (Condiciones del Entorno Empresarial en la figura 1). Todas estas condiciones determinan la capacidad nacional para crear empresas y combinada con las habilidades y motivación de los empresarios que deseen poner en marcha su propio negocio influyen el proceso empresarial. Cuando la combinación tiene éxito, estas condiciones llevarán a negocios derivados (economías de escala, negocios indirectos), que incrementarán la innovación y las competencias dentro del mercado en que se muevan. El resultado final es una influencia positiva en el crecimiento económico nacional. Estas dinámicas, descritas en la parte más baja de la figura 1, son el corazón del proyecto GEM.

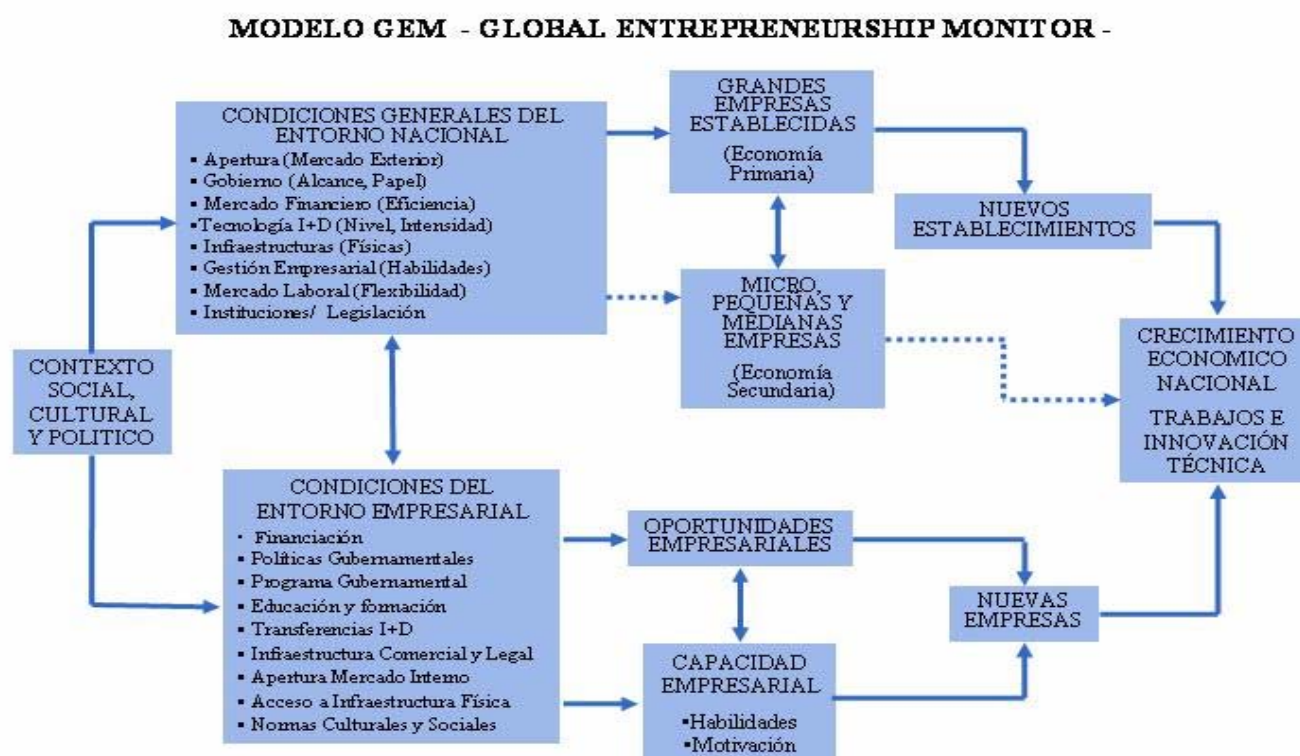
Será esta conexión entre el crecimiento económico del país y “la dinámica interrelacionada de empresas ya consolidadas y empresas nuevas” lo que le da un carácter diferente e integrador al modelo GEM, y a su vez es lo que permite comprender de forma más clara porqué el “entrepreneurship”⁵ es vital para la economía global.

La relación entre creación de empresas, corporaciones y crecimiento económico es compleja y el modelo del GEM, tal como se muestra aquí, ilustra de una manera simplificada la interrelación de los tres factores. Al aplicar este modelo a la economía nacional, se pueden esbozar importantes conclusiones.

⁴ Este epígrafe recoge la explicación sobre el modelo dada en el Informe Global de 2004 por los autores Zoltan J. Acs, Pia Arenius, Michael Hay y María Minniti y traducida libremente por nuestro equipo respetando casi todas las citas originales.

⁵ El término “entrepreneurship”, de difícil traducción al español, engloba los aspectos de la investigación referidos al empresario, la función empresarial y la creación de empresas y por razones de brevedad, podemos denominar simplemente “creación de empresas” (Veciana, 1999).

FIGURA 1. Modelo conceptual del Proyecto GEM



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor, 2004

Como se muestra en la figura, el desarrollo económico de un país depende de una combinación exitosa entre actividad emprendedora y fuerza de las grandes compañías. Ahora bien, este desarrollo tendrá mayor o menor impacto en virtud del PIB per cápita. Así bajos niveles de PIB per cápita se corresponden con altos niveles de actividad emprendedora que proporciona oportunidades laborales y facilita espacios para la creación de empresas. Por el contrario, a medida que el PIB per cápita aumenta, la emergencia de nuevas tecnologías y economías de escala permite a las grandes empresas consolidadas satisfacer el incremento de la demanda creciente, así como aumentar su papel relativo en la economía. De esta manera el número de iniciativas emprendedoras decrece porque aumenta el número de personas con trabajo estable.

Finalmente, cuando se producen mayores incrementos de renta, la importancia del sector emprendedor crece de nuevo ya que cada vez son más los individuos que poseen recursos suficientes para poner en marcha sus propios negocios, especialmente en aquellos entornos económicos que permiten la explotación de oportunidades.

En países con rentas altas, el sector emprendedor puede volver a disfrutar de ventajas competitivas si hay un elevado desarrollo tecnológico y los costes de puesta en marcha de las empresas son bajos.

En definitiva, los nuevos empresarios se mueven en entornos específicos y escenarios generales que dependen de cada país, por lo que las políticas públicas acertadas para una zona pueden no serlo para otra. Deberán pues analizarse los factores de cada política pública que contribuyen a lograr incrementos en la actividad empresarial

1. PANORÁMICA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

1.1. Actividad emprendedora general

El proyecto GEM ha venido calculando el nivel global de actividad emprendedora a través del índice TEA (Total Entrepreneurial Activity). En base a él, GEM estima el nivel de actividad empresarial que se encuentra en su estado inicial (early-stage) sumando a los empresarios nacientes los nuevos empresarios (propietarios-gerentes de nuevos negocios).

Los empresarios nacientes son aquellos individuos entre 18 y 64 años que han iniciado alguna acción para crear un nuevo negocio durante el último año, que son propietarios de al menos una parte de la empresa que están poniendo en marcha y aún no han pagado salarios por más de tres meses.

Por su parte, los nuevos empresarios son aquellos propietarios que están involucrados en la dirección de la empresa y que han pagado salarios durante más de 3 meses y menos de 42.

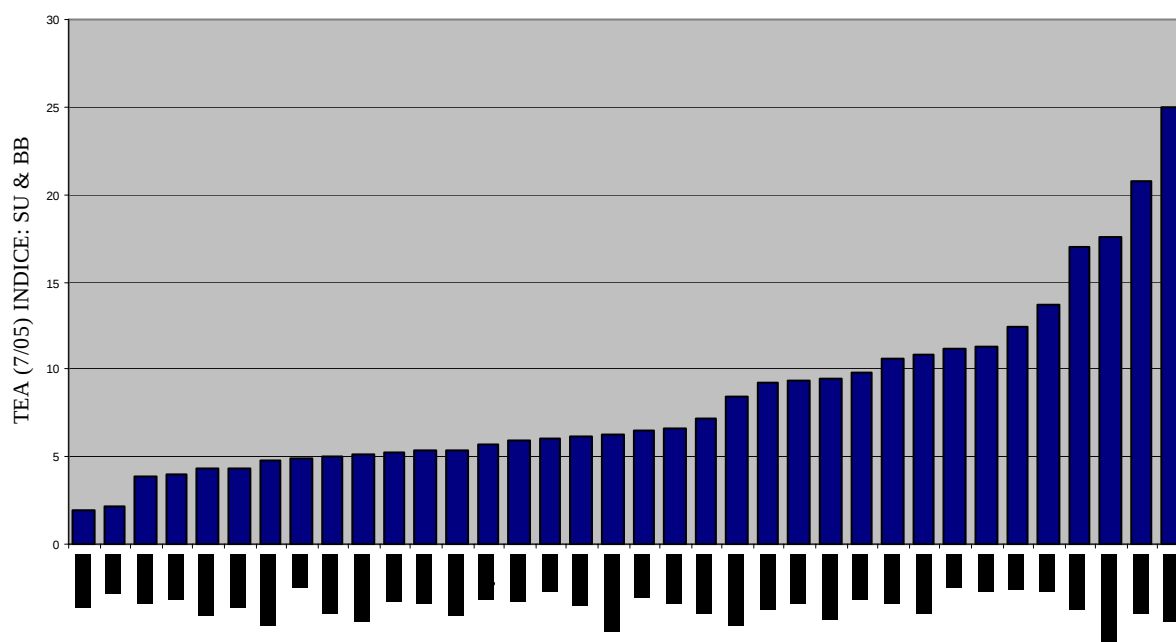
El Gráfico 1 nos muestra la actividad emprendedora en su estado inicial de los 35 países que participan en la edición de este año. En general, durante 2005 ha habido más países que han visto incrementar su actividad emprendedora que los que han sufrido disminuciones de ésta. Aunque la media del conjunto de los países GEM nos muestra una bajada de actividad con respecto al año anterior (9,38% vs. 8,43%), el análisis de las medias sin los valores tan extremos que se dieron en ciertos países (Perú 40,34%, Uganda 31,5%, Ecuador 27,24% o Jordania 18,26%) en 2004, incluso eliminando los valores más altos de este año (Venezuela 25%, Tailandia 20,74%, Nueva Zelanda 17,57% y Jamaica 17%), nos ofrece una situación más ajustada a la realidad en la que vemos que la actividad emprendedora internacionalmente crece, ya que su media sin

estos valores extremos se vería incrementada desde el 6,8% de 2004 al 7,21% del año actual.

En el gráfico podemos distinguir un grupo de países con altas tasas de participación en la actividad emprendedora, como Venezuela, Tailandia, Nueva Zelanda o Jamaica. Por otro lado, tenemos a países con muy bajas tasas de actividad como Hungría (1,9%) o Japón (2,2%). Con tasas de actividad media tenemos un amplio espectro de países, entre los que se encuentra España (5,65%), como Alemania (5,39%), Francia (5,35%), México (5,91%), Suiza (6,06%), Reino Unido (6,22%), Grecia (6,5%), etc. Un grupo menos numeroso tiene buenas tasas de participación, como China (13,72%), Estados Unidos (12,44%), Brasil (11,32%), Chile (11,15%) o Australia (10,87%).

Después de siete años de realización del proyecto a escala internacional, se ha puesto de manifiesto que el tener altas tasas de actividad emprendedora no es sinónimo de desarrollo económico. Los países con mayor nivel de desarrollo tienen índices de creación de empresas menores que aquellos que poseen un nivel económico más bajo, pero la calidad de sus iniciativas en términos de dimensión, innovación, creación de empleo, etc. es menor que en los países más ricos (De la Vega et al., 2005). En éstos principalmente se emprende para aprovechar una oportunidad de negocio, mientras que es la necesidad (falta de empleo, falta de alternativas, salida de la pobreza,...) la que lleva a impulsar la creación del propio negocio en los países más desfavorecidos. Esto hace que el ratio de oportunidad / necesidad de actividad emprendedora sea mayor en los países con altos ingresos que en los que tienen ingresos medios o bajos.

Basándose en esto, y con el fin de hacer comparables las tasas de actividad emprendedora y homogeneizar los análisis, el GEM, como ya hizo en 2004, establece dos grandes grupos de comparación basados en el nivel de ingresos per capita y el crecimiento del PIB de los diferentes países.

GRÁFICO 1. Comparación de la Actividad Emprendedora Total (Early-Stage) en el GEM. TEA (2005)

La tabla 1 compara las tasas de los diferentes estados de actividad emprendedora entre los dos grupos de países. La tasa de participación total (que incluye el TEA y a las empresas establecidas) es más alta entre los individuos medidos en los países con ingresos medios (15,6% vs. 12,7%). Sin embargo, cuando comparamos el TEA y la actividad de las empresas establecidas encontramos una importante diferencia, ya que mientras el grupo

de países de ingresos medios es primero en la actividad emprendedora (10% vs. 6,4%), el grupo de países con ingresos altos muestra una mayor tasa en empresas establecidas (6,8% vs. 6,1%). Las diferencias en las tasas de frecuencia entre los dos grupos de países son estadísticamente significativas con un nivel de confianza del 99%.

TABLA 1. Grupos de países GEM según sus niveles de renta per capita y crecimiento.

GRUPO DE PAÍSES	Países	TEA 2005 (Nacientes + nuevas)	Empresas Establecidas	Tasa de participación total
GRUPO 1: 13 países. Ingresos Medios y Altos Crecimientos. Promedio del PIB per capita: 6,252 \$ Promedio real crecimiento del PIB: 4.5	Argentina, Brasil, Chile, China, Croacia, Eslovenia, Hungría, Jamaica, Letonia, México, Sudáfrica, Tailandia, Venezuela.	10.0%	6.1%	15.6%
GRUPO 2: 22 países. Ingresos Altos y Bajos Crecimientos. Promedio del PIB per capita: 38.722 \$ Promedio real crecimiento del PIB: 2.6	Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Islandia, Irlanda, Italia, Japón, Nueva Zelanda, Noruega, Reino Unido, Singapur, Suecia, Suiza.	6.4%	6.8%	12.7%
Número de observaciones		108.604	108.604	108.604

Fuente: Elaboración a partir de datos del Global Entrepreneurship Monitor. 2005 Executive Report. (Minniti et al., 2006)

Esto sugiere que el ratio de empresas establecidas por empresarios que se encuentran en una fase inicial (nacientes y nuevos), también varía significativamente entre los grupos de países. Este "ratio de transición" puede ser interpretado como una aproximación a las posibilidades de supervivencia de los empresarios que están en una etapa inicial en un país, siempre y cuando el TEA como la tasa de empresarios establecidos permanezcan constantes a lo largo del tiempo (Minniti et al., 2006).

La posibilidad de sobrevivir más de 42 meses varía significativamente según los países, por lo que es más probable que los empresarios que están en un periodo inicial sobrevivan en países con altos ingresos que en países con ingresos medios. Además, la posibilidad de fracasar para estas empresas incipientes es menor en países que tienen tasas relativamente bajas de creación de empresas por necesidad.

Estos análisis están demostrando que la actividad emprendedora parece responder a diversos modelos de comportamiento emprendedor que se corresponden con el nivel de desarrollo y de crecimiento económico que tiene cada país (Coduras, De la Vega, 2005). En los países desarrollados la actividad emprendedora es más moderada pero la calidad de sus iniciativas es mayor y el número de empresas que alcanzan los 42 meses de vida es más alto que en países con menor nivel de desarrollo, en los que se emprende más por necesidad.

El gráfico 2 nos muestra cómo el índice TEA depende significativamente del grado de desarrollo de los países, que viene representado por el PIB real per capita a precios corrientes del 2005.

En él podemos observar a la izquierda un grupo de países en vías de desarrollo (Venezuela, Tailandia, Jamaica, Brasil, Argentina, Chile) con un PIB per capita bajo pero altas tasas de

actividad emprendedora (TEA), sustentadas en mayor proporción que en otros países en la necesidad, pero que no parecen tener mucho impacto en el PIB.

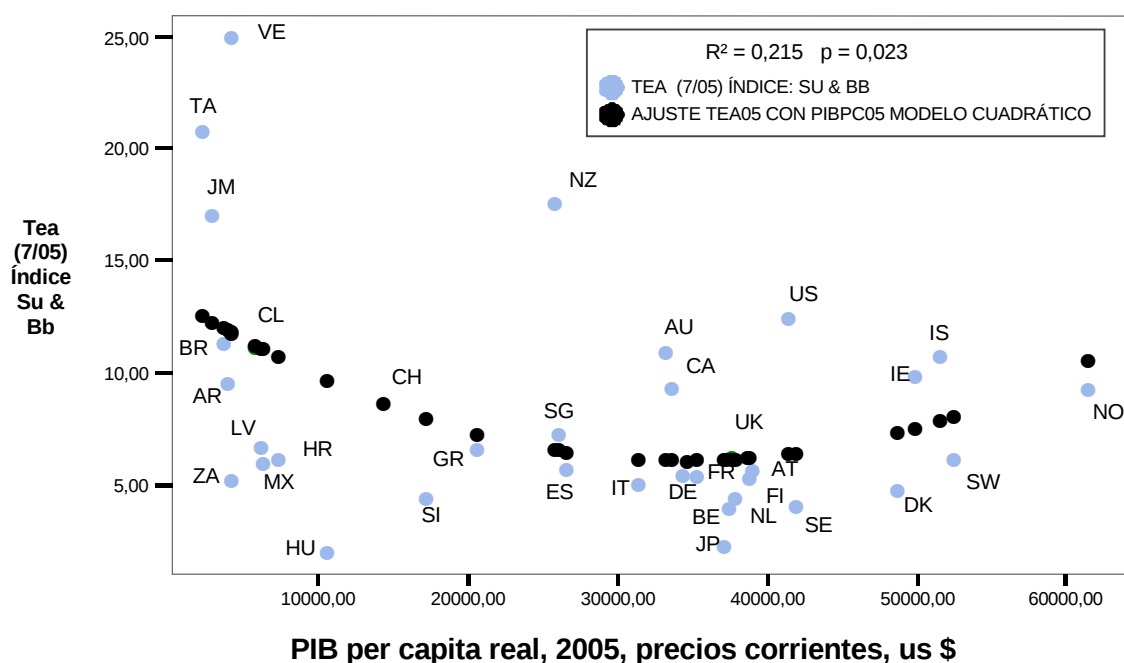
En la parte central vemos a los considerados países desarrollados (Reino Unido, Francia, Italia, Bélgica, Alemania, Holanda, España, etc.) que tienen tasas bastante más moderadas que el grupo anterior, con un PIB más elevado, pero en los que la creación empresarial tiene más incidencia en el crecimiento y desarrollo económico.

A la derecha del gráfico observamos a un conjunto de países (Irlanda, Islandia, Noruega, Dinamarca, etc.) con el PIB más elevado que corresponden a lo que Coduras y De la Vega (2005) denominan "modelo nórdico", en el que se crean iniciativas emprendedoras de calidad que generan empleo, riqueza y por su puesto tienen gran incidencia en su PIB.

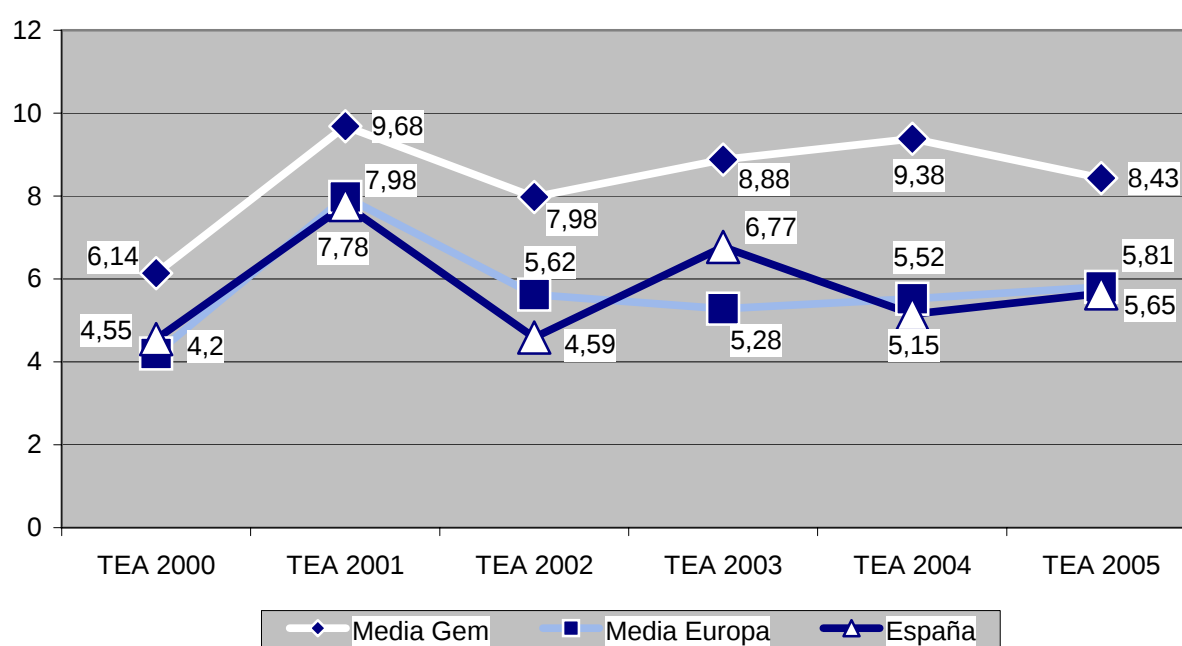
Como observamos en el gráfico, España se encuentra en una situación intermedia junto con los países de su entorno europeo, con un PIB medio y una tasa moderada de actividad emprendedora, que este año ha tenido un incremento de casi el 10% con respecto al año anterior.

Este año 2005 España, que contaba con una población activa (18-64 años) de 28,74 millones, ha involucrado directamente en los procesos de creación de empresas alrededor de un millón seiscientas mil personas, lo que supone que un 5,65% de la población activa española ha participado en iniciativas emprendedoras de negocios que se encuentran en su fase inicial (hasta 42 meses de actividad).

Si comparamos el TEA español (5,65%) para este año con la media GEM (8,43%) y la de Europa (5,81%) vemos que la tasa española se alinea con la de la media europea, y como viene siendo habitual, por debajo de la del conjunto de países del GEM.

GRÁFICO 2. Relación de dependencia del TEA respecto al nivel de desarrollo de los países GEM en 2005

Fuente: De la Vega, I; Coduras, A.; Cruz, C.; Justo, R.; Pía, M. (2006).

GRÁFICO 3. Comparación TEA Media GEM, TEA Media Europa y TEA España para 2000-2005.

1.1.1. Extremadura en el mundo

Según los datos GEM para 2005, Extremadura tiene una tasa de actividad emprendedora (TEA) del 6,98%, con lo que prácticamente se repite la tasa de 2004 (6,97%). Esto supone que de cada cien personas entrevistadas casi el 7% participa en iniciativas empresariales que se encuentran en su estado inicial. Sobre una población total de 1.083.879 personas⁶ en la Comunidad Autónoma Extremeña y una población activa de entre 18 y 65 años de 670.793 individuos, desde julio de 2004 a julio de 2005 se han visto involucrados en actividades de creación de empresas alrededor de 46.821 personas, de las cuales 28.428 han sido hombres y 18.393 mujeres.

En cuanto a la posición que ocupa Extremadura dentro de los países del estudio, ésta se mantiene en el lugar 15, en niveles semejantes a los de Reino Unido, Grecia o Singapur. El TEA extremeño es superior al de la media española (5,65%) e inferior al de la media GEM (8,43%).

1.1.2. Extremadura en Europa

Cuando analizamos sólo los países europeos que configuran el proyecto, vemos que Extremadura se encuentra en la cuarta posición en actividad emprendedora, detrás de Islandia, Irlanda y Noruega. En 2004, la posición fue la quinta, pero la salida de Polonia del estudio y el fuerte incremento en el TEA de Noruega, que ha aumentado su tasa un 32,5%, han hecho que se gane una posición.

Después de tres años de realización del estudio la posición de Extremadura se consolida en los primeros lugares europeos superando su media por tercer año consecutivo.

Este año se efectúa por primera vez una comparación con los países de la OCDE en la que observamos a un grupo de cabeza con altas tasas de actividad como Nueva Zelanda, Estados

Unidos, Australia, Canadá o los europeos ya mencionados anteriormente como Islandia, Irlanda o Noruega. La región extremeña se sitúa detrás de ellos, por encima de la media OCDE y junto a un segundo grupo de países como Grecia, Reino Unido, Suiza o México.

1.1.3. Extremadura en España

En general, 7 de las 8 comunidades que participaron en el proyecto en 2004 han visto incrementados sus tasas de actividad emprendedora, lo que se ha visto reflejado en la media española con un aumento de casi el 10%. Solo Andalucía ha tenido una pequeña bajada del TEA en un 4,1%.

Extremadura por tercer año consecutivo sigue liderando dentro de España el índice de actividad emprendedora siendo su TEA un 23.54% mayor que la media nacional.

Madrid y Cataluña tienen tasas muy similares a la extremeña, ya que han aumentado sus porcentajes un 54,6% y un 21,7% respectivamente con respecto a 2004, mientras que la tasa extremeña ha permanecido prácticamente estable.

Valencia, Canarias, que este año ha tenido un fuerte incremento de su tasa (38,48%) y Andalucía, que ha sido la única región que ha bajado sus iniciativas emprendedoras en un 4,18%, se sitúan por encima de la media; mientras que Galicia, Navarra o el País Vasco tienen tasas por debajo de ésta. No obstante, todas estas comunidades poseen tasas de actividad sin grandes diferencias entre ellas. Por su parte, Castilla León que posee un TEA algo más bajo, ha crecido este año casi un 6%.

⁶ Fuente: INE (2005): Población referida al 01/01/2005.

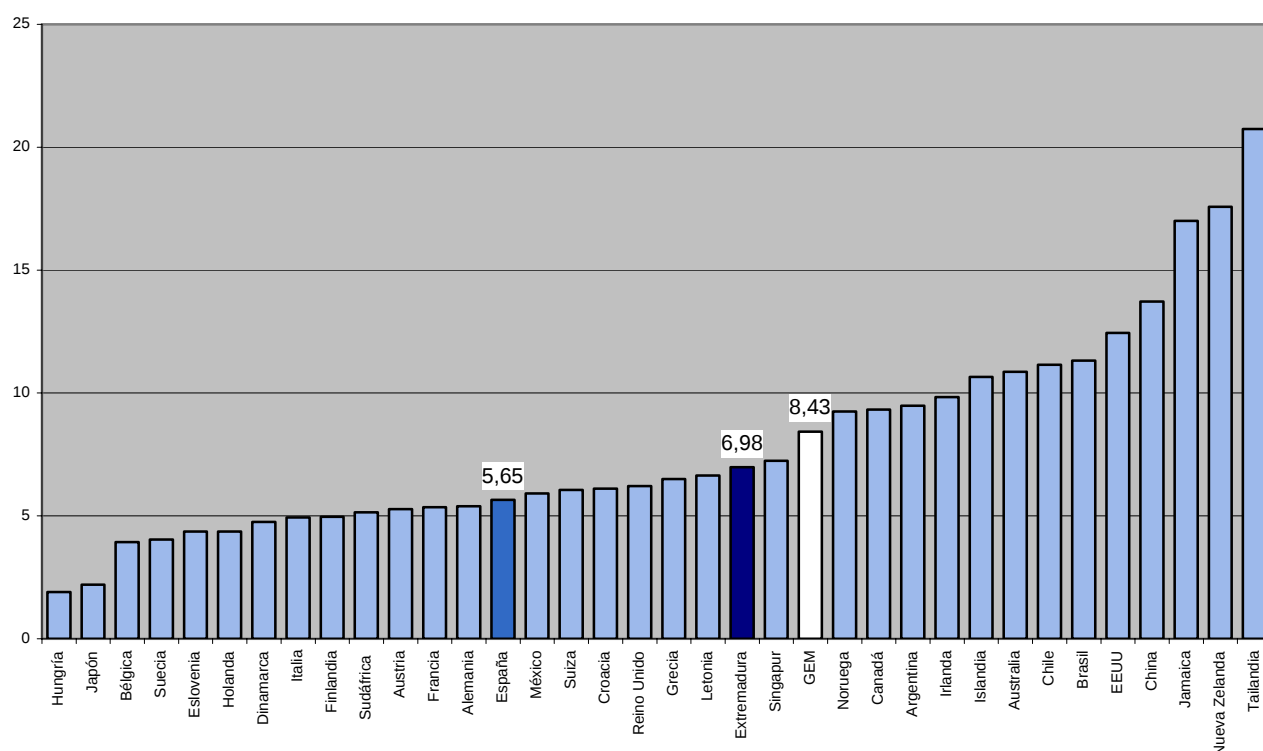
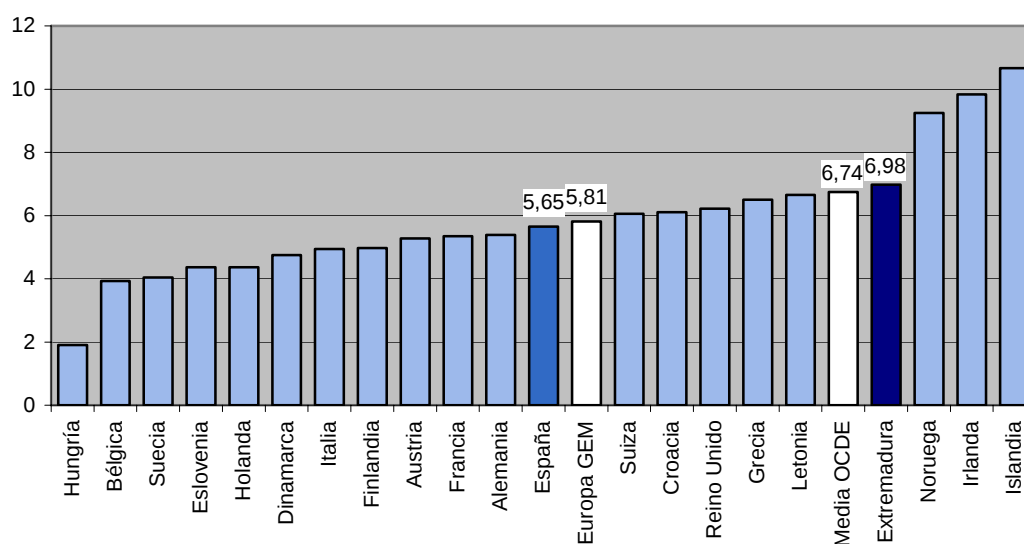
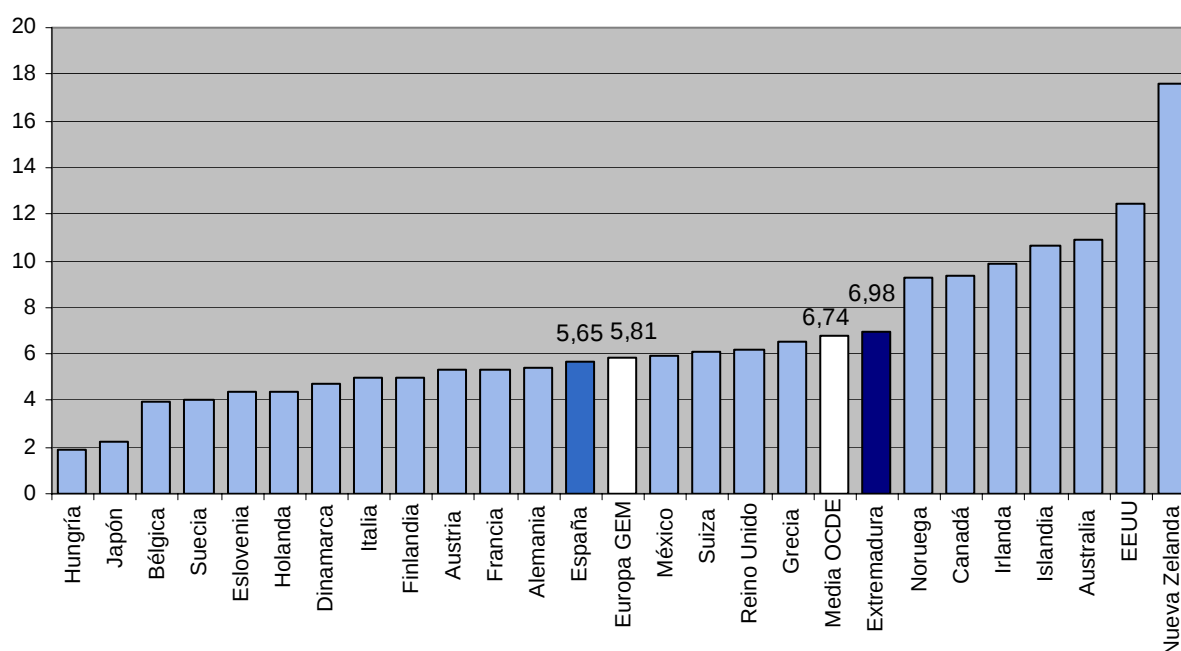
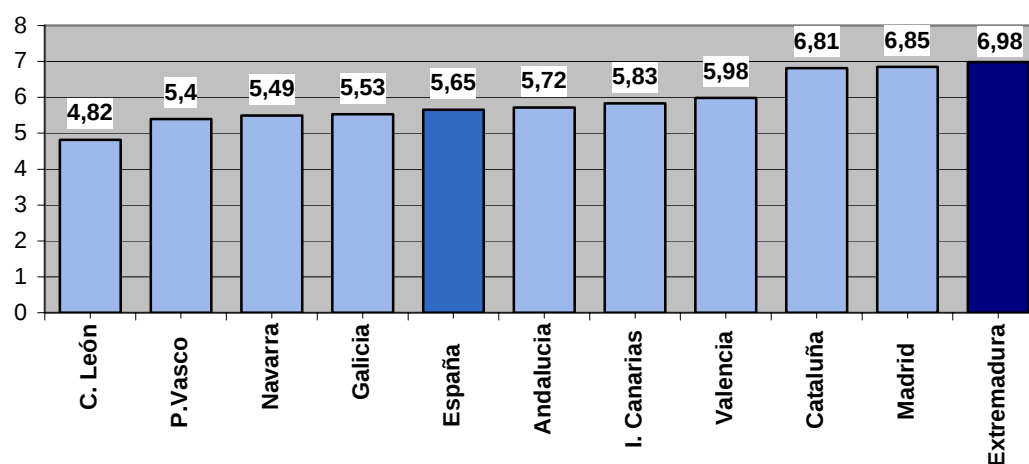
GRÁFICO 4. Extremadura entre los países del GEM (TEA 2005).**GRÁFICO 5.** Extremadura entre los países de la Europa GEM (TEA 2005).

GRÁFICO 6. Extremadura entre los países de la OCDE (TEA 2005).**GRÁFICO 7.** Extremadura en la España GEM (TEA 2005).

1.1.4. Extremadura por áreas, zonas y provincias

Como ya indicamos en 2004, los datos que aquí presentamos han de ser tomados con cautela, ya que las subdivisiones muestrales pueden hacer perder validez a los resultados. No obstante, los presentamos como una aproximación que nos deja ver las tendencias manifestadas.

Así pues, hemos desglosado el índice TEA por áreas, zonas urbanas o rurales⁷ y por provincias.

⁷ Se define como zona urbana a la población con más de 5000 habitantes y zona rural a la de menos de 5000.

Extremadura por áreas

La división en cinco grandes áreas realizada concentra y configura la producción, la población, las infraestructuras y las relaciones económicas, en función del criterio geográfico y el económico-cultural. Estas áreas conforman unidades territoriales muy relacionadas, que cuentan con diferentes concentraciones urbanas que centralizan las actividades económicas de la zona. Las cinco áreas son:

1) Área Norte. Esencialmente formada en torno al regadío, reúne a 205.458 personas y ha alcanzado en los últimos años un gran potencial económico.

2) Área de Cáceres. Formada por la franja horizontal que centraliza la ciudad de Cáceres,

cohesiona un entorno muy definido. Cuenta con 202.836 habitantes.

3) Área de las Vegas del Guadiana. Determinada por el área que ocupan las Vegas del río Guadiana y sus afluentes, reúne una zona importante de regadío. Tiene una población de 454.50 habitantes.

4) El Área de Barros. Compuesta por la agrupación de pequeñas ciudades y pueblos cohesionados por un área agropecuaria uniforme, acoge a 148.014 personas.

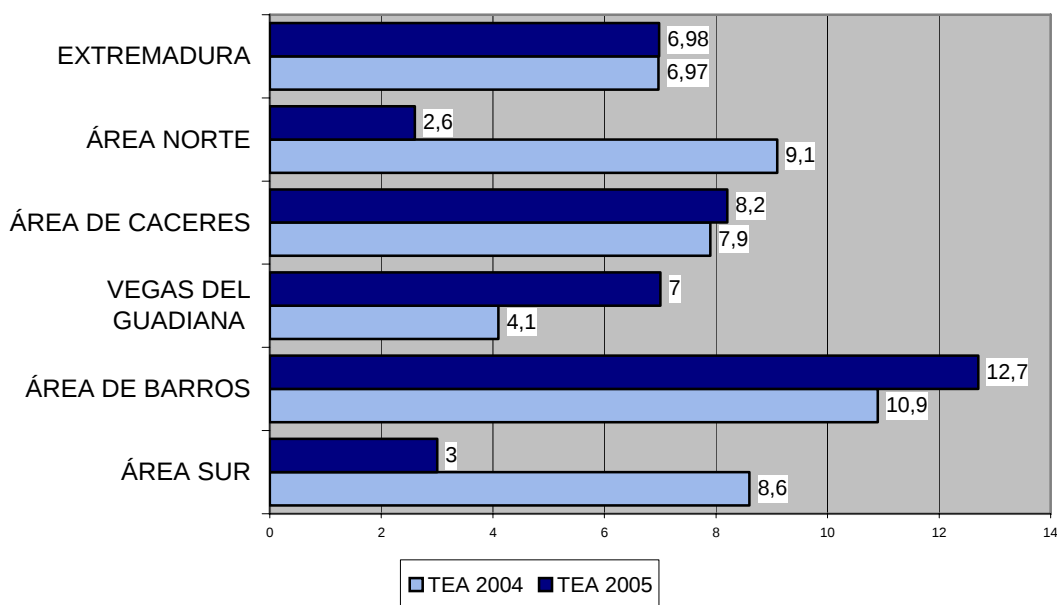
5) El Área Sur. Zona que se estructura entre Jerez de los Caballeros y Azuaga. Agrupa a 73.064 habitantes.

FIGURA 2. Mapa de las áreas de Extremadura.



Durante 2005 parece que la mayor actividad emprendedora se ha concentrado en las zonas centrales de la Comunidad, ya sea en la zona de Barros, Vegas del Guadiana o en el área de Cáceres, que han tenido aumentos en su porcentaje emprendedor, mientras que las zonas

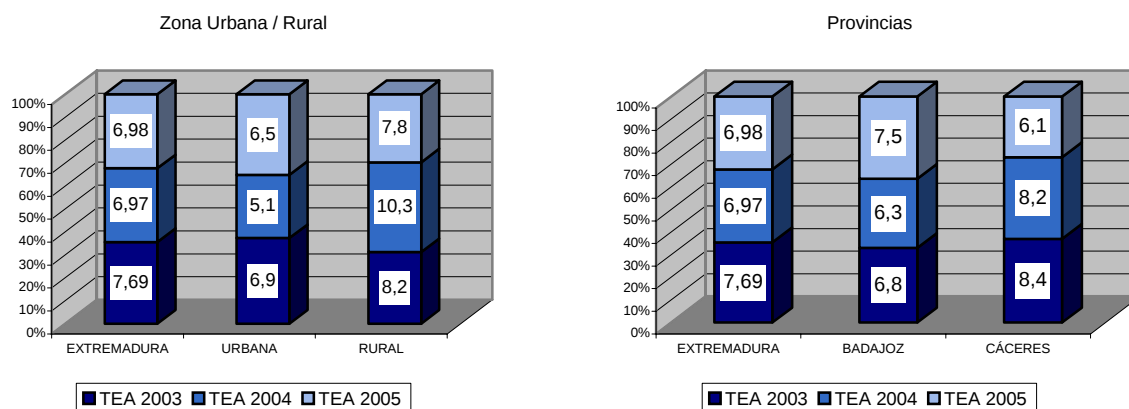
Norte y Sur han sufrido importantes bajadas en su TEA.

GRÁFICO 8. Extremadura por áreas (TEA 2004-2005).

Extremadura por zonas y provincias

Al separar el índice TEA por zonas y provincias confirmamos los datos de años anteriores que nos indican que la iniciativa emprendedora sigue siendo mayor en zonas rurales que en las urbanas. Aunque no existe la importante diferencia del 2004, sí encontramos un 20% más de actividad emprendedora en las poblaciones de menos de 5000 habitantes.

Por otro lado, el gráfico 9 también nos revela una mayor TEA en la provincia de Badajoz que en la de Cáceres, invirtiéndose la tendencia de los dos años anteriores. El fuerte incremento del TEA en las áreas del Guadiana (70,73%) y de Barros (16,5%), junto con la importante bajada de éste en el Área Norte (71,43%) queda reflejado en el índice de cada una de las provincias.

GRÁFICO 9. Extremadura por zona urbana o rural y por provincias (TEA 2003-2005).

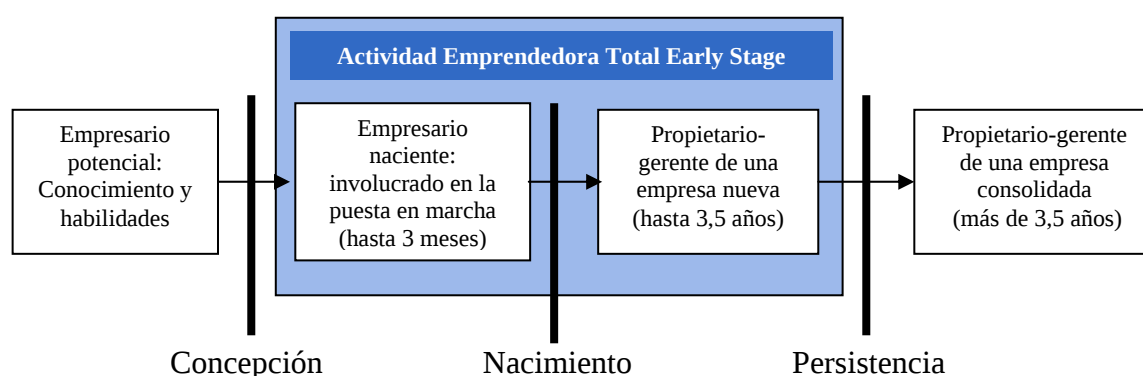
1.2. Desglose de la actividad empresarial en Extremadura.

En años anteriores hemos venido desglosando la actividad empresarial a través del análisis de las diferentes fases que se dan en el proceso de creación de una empresa. Así, hemos considerado la actividad emprendedora total que se produce en la fase inicial (early stage) a través del análisis de los empresarios nacientes (nascent firms) y de las empresas nuevas (baby firms). El proyecto GEM utiliza estos dos conceptos para calcular el TEA. Éste nos muestra el porcentaje

de personas de la población activa de un país o región que están involucradas en procesos de creación de empresas nacientes (menos de 3 meses de actividad) o de empresas nuevas (entre 3 y 42 meses de actividad).

Este año incorporaremos al desglose de estos dos tipos de empresas, no solo la descripción de las empresas ya consolidadas (más de 42 meses de actividad) y el porcentaje de negocios cerrados, sino también el que hace referencia al empresario potencial, reflejado en la primera parte de la figura 3.

FIGURA 3. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del Proyecto GEM



Fuente: Reynolds et al. (2005:209)

Esta figura recoge las diferentes fases que se producen en el proceso de creación de una empresa distinguiendo entre concepción, nacimiento y permanencia. El empresario potencial se encuentra en una fase de gestación de la idea que finalizará con la constitución de la empresa y el pago de los primeros meses de salarios (empresario naciente). Desde aquí hasta los 42 meses el "nuevo empresario" tratará de afianzar su empresa en el mercado para llegar a consolidarse una vez que hayan transcurrido los tres años y medio.

El GEM mide la actividad emprendedora en la fase inicial (early stage) de los empresarios nacientes y nuevos (zona sombreada de la figura) a través del TEA.

Las tablas 2 y 3 nos resumen el desglose de la actividad empresarial en los países del proyecto GEM y en España en 2005, es decir, el porcentaje de personas entre 18 y 64 años que se encuentran involucradas en actividades empresariales en las diferentes fases del proceso de creación y mantenimiento de una empresa

TABLA 2. Desglose de la actividad empresarial en los países del proyecto GEM en 2005.

	% Empresarios Potenciales	% Empresas Nacientes	% Empresas Nuevas	% Empresas Establecidas	% Cierres de negocios (7/2004-7/2005)
Alemania	7,34	3,12	2,71	4,19	1,27
Argentina	22,23	5,93	3,93	4,95	9,53
Australia	14,99	6,47	4,66	9,6	3,8
Austria	7,56	3,02	2,37	3,84	1,33
Bélgica	7,67	2,89	1,17	5,63	1,28
Brasil	24,19	3,29	8,17	10,11	5,82
Canadá	14,61	6,56	3,59	7,4	2,24
Chile	12,99	6,04	5,31	3,78	9,1
China	28,51	5,64	9,4	13,24	5,18
Croacia	8,36	4,09	2,5	3,65	1,81
Dinamarca	8,98	2,44	2,44	4,35	1,79
EEUU	16,37	8,79	5,23	4,67	3,63
Eslovenia	10,26	2,98	1,44	6,26	1,08
España	5,93	2,39	3,36	7,71	1,42
Finlandia	6,19	3,14	1,88	8,59	1,61
Francia	12,98	4,67	0,68	2,27	3,76
Grecia	15,37	5,18	1,6	10,49	2,97
Holanda	6,16	2,54	1,93	5,66	1,47
Hungría	2,29	1,09	0,82	2,01	0,46
Irlanda	12,59	5,66	4,73	8,06	2,25
Islandia	19,41	8,52	2,73	7,29	2,37
Italia	11,07	2,93	2,25	6,41	1,63
Jamaica	30,37	10,55	6,66	9,53	13,4
Japón	1,56	1,06	1,14	5,38	0,46
Letonia	14,12	4,17	2,77	5,01	2,04
México	19,22	4,59	1,36	1,89	9,02
Noruega	11,45	4,39	5,17	7,27	3,37
Nueva Zelanda	18,72	9,4	9,99	10,83	3,05
Reino Unido	9	3,44	2,92	5,09	1,76
Singapur	16,97	3,89	3,67	4,75	2,26
Sudáfrica	10,68	3,57	1,74	1,3	2,89
Suecia	15,69	1,71	2,54	6,32	2,33
Suiza	8,83	2,65	3,71	9,69	1,65
Tailandia	41,97	9,73	13,06	14,1	6,09
Venezuela	47,79	18,8	7,48	8,59	5,66

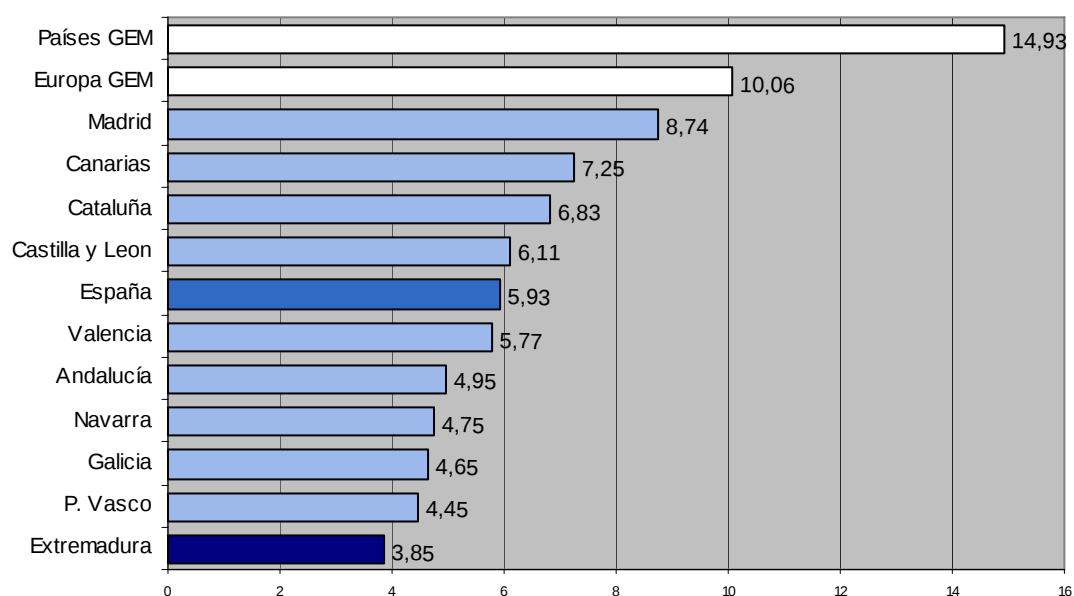
El empresario potencial hace referencia al número de personas comprendidas entre 18 y 64 años que están considerando emprender un negocio en los próximos tres años. Para ello

GEM pregunta: ¿Espera acometer un nuevo negocio en los próximos tres años?

El gráfico 10 nos muestra el porcentaje de población que espera poner en marcha una empresa en los próximos tres años en España

TABLA 3. Desglose de la actividad empresarial en España por regiones GEM en 2005.

	% Empresarios Potenciales	% Empresas Nacientes	% Empresas Nuevas	% Empresas Establecidas	% Cierres de negocios (7/2004-7/2005)
Países GEM	14,93	5,01	3,86	6,57	3,41
Europa GEM	10,06	3,56	2,49	5,99	1,88
Andalucía	4,95	2,4	3,48	7,39	1,6
Canarias	7,25	2,48	3,45	8,77	1,22
Castilla y León	6,11	1,9	2,98	8,65	1,13
Cataluña	6,83	2,94	4	8,46	1,27
Extremadura	3,85	2,22	4,77	7,69	1,03
Galicia	4,65	1,96	3,57	6,94	1,33
Madrid	8,74	2,96	4,02	8,4	1,27
Navarra	4,75	1,92	3,57	8,77	1,59
País Vasco	4,45	1,96	3,53	8,79	1,08
Valencia	5,77	2,54	2,93	9,64	1,33

GRÁFICO 10. Porcentaje de Empresarios Potenciales Esperados en los próximos tres años en España.

Como podemos observar, Extremadura tiene el porcentaje más bajo de empresarios potenciales de las regiones analizadas en 2005, por lo que las intenciones hacia la creación empresarial para los próximos tres años no parecen corresponderse con los porcentajes de actividad emprendedora actual, pero si parecen indicarnos tener precaución ante el futuro de los índices de iniciativa emprendedora, máxime cuando desde 2003 el valor viene descendiendo (5% en 2004 y 4,32% en 2005).

Las **empresas nacientes** hacen referencia al porcentaje de adultos entre 18 y 64 años involucrados en la puesta en marcha de una nueva empresa de la cual poseen, al menos una parte, y en la que aún no se han pagado salarios durante más de tres meses.

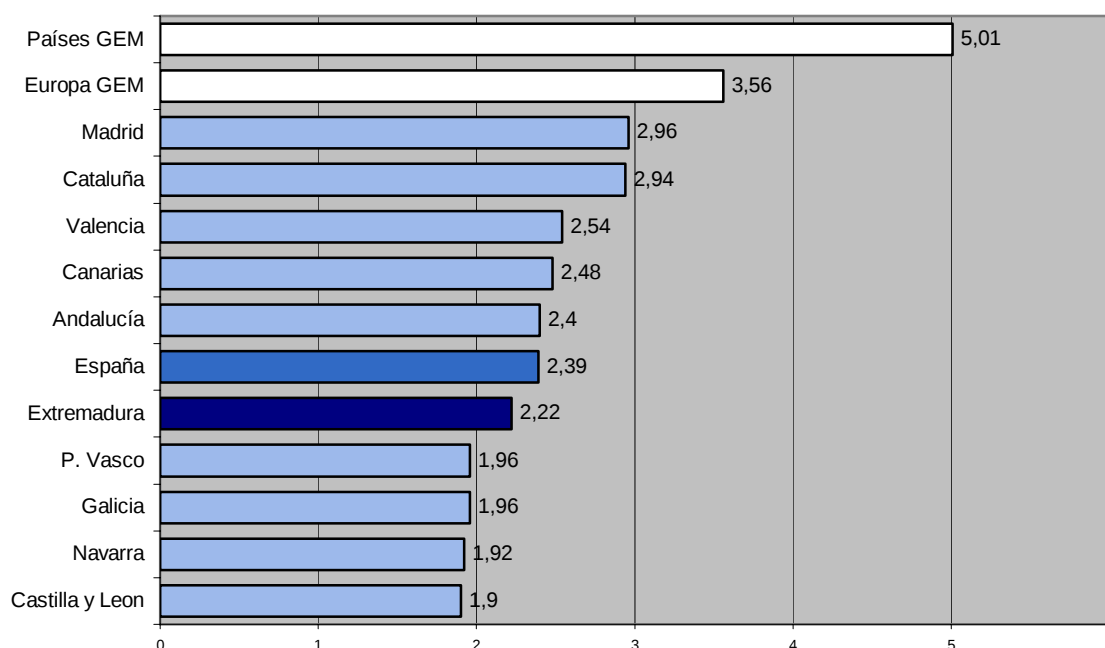
En 2005, por segundo año consecutivo, el porcentaje de empresas nacientes ha vuelto a disminuir con respecto a 2003, quedando en el 2,22%, lo que ha supuesto en los dos últimos años baje un 53,26%, si bien es cierto que la

mayor caída se ha producido en este año (41,9%).

En general, el porcentaje de empresas nacientes ha bajado en el conjunto de los países del estudio. Así, la media de los países GEM ha bajado un 43,7%, la de Europa un 26,7% y la

española un 23,4% con respecto a 2004. No obstante, la bajada de Extremadura ha sido significativamente mayor lo que hace que este año estemos por debajo de la media nacional y de regiones como Andalucía, Canarias, Valencia, Cataluña y Madrid.

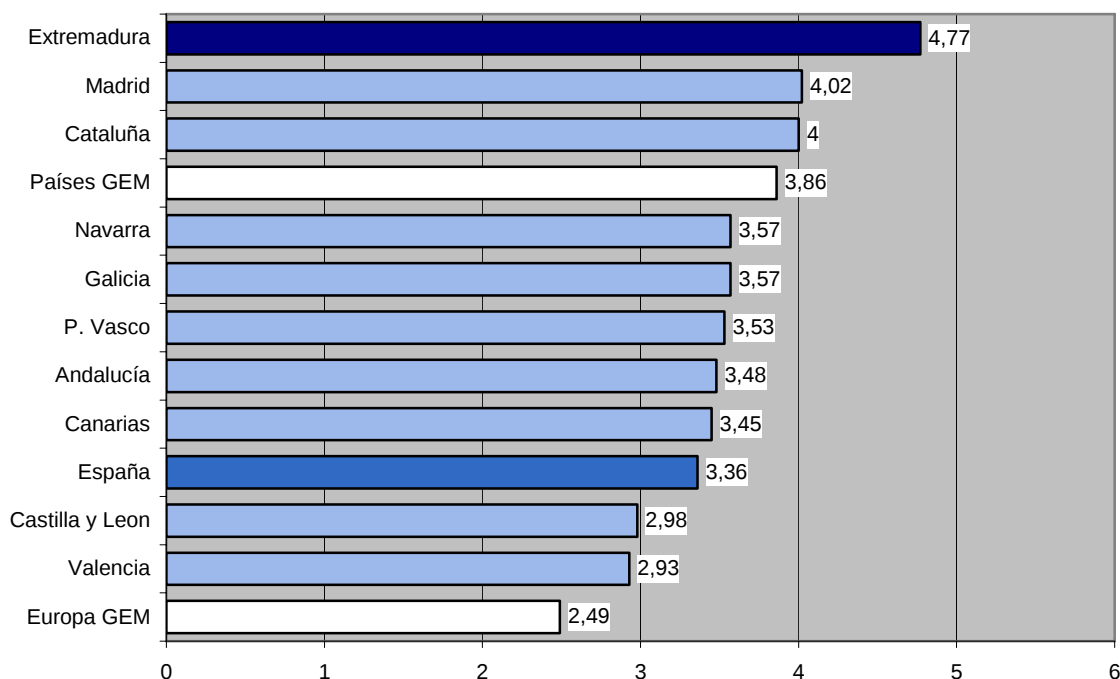
GRÁFICO 11. Porcentaje de Empresas Nacientes en España



Las **empresas nuevas**, se refieren al porcentaje de adultos de 18 a 64 años que están involucrados en la propiedad y dirección de un negocio que lleva pagando salarios por un periodo que oscila entre los 3 y los 42 meses.

El tanto por ciento de empresas nuevas con respecto al año anterior ha crecido un 16,9% y en proporción a 2003 un 11,71%. Este crecimiento

ha hecho que el TEA se mantenga en niveles similares a los del 2004 lo que sitúa a Extremadura por tercer año consecutivo con el mayor porcentaje de nuevas empresas en España, superando incluso la media de los países GEM al igual que Madrid, que ha experimentado una fuerte subida, y Cataluña.

GRÁFICO 12. Porcentaje de Empresas Nuevas en España

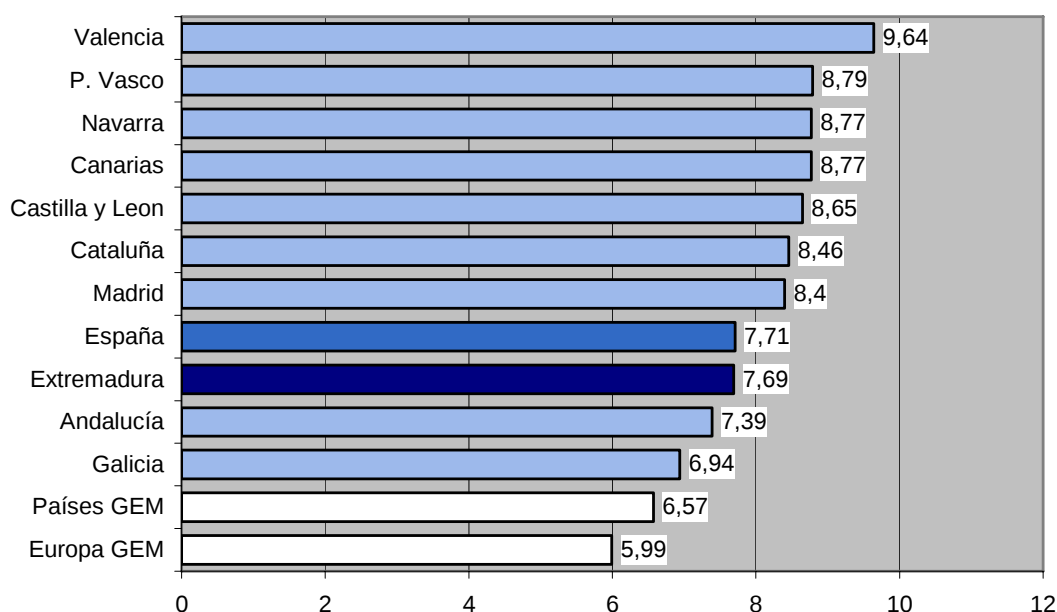
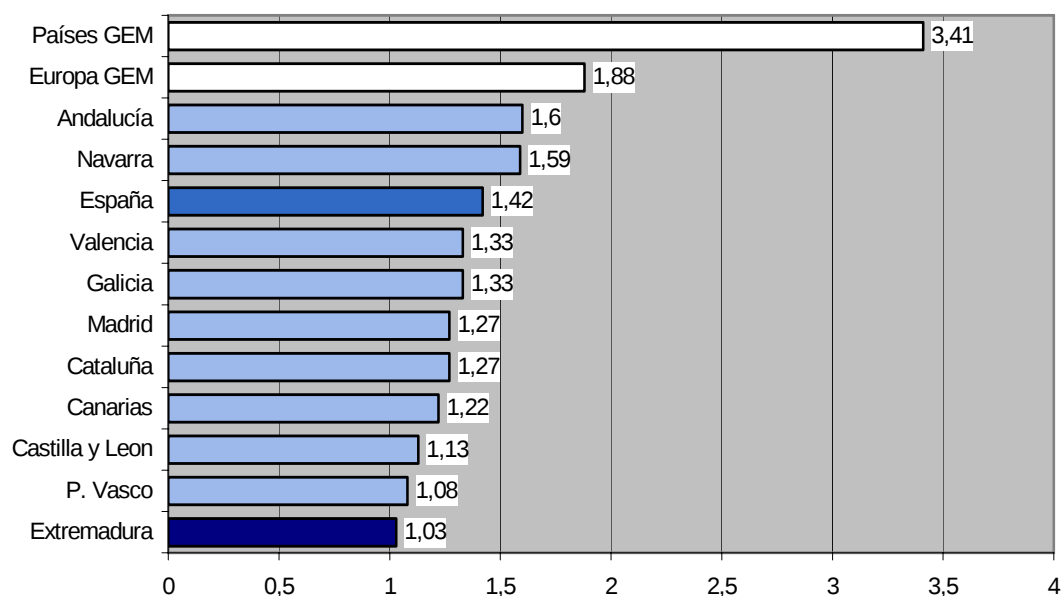
Las **empresas establecidas** o consolidadas nos muestran el porcentaje de adultos entre 18 y 64 años involucrados en nuevos negocios como propietarios-directores, que llevan pagando salarios por más de 42 meses.

El porcentaje de empresas establecidas ha crecido en 2005 en seis de las ocho regiones que participaron en el proyecto el año anterior. Sólo bajan sus porcentajes Cataluña (4,3%) y Extremadura (1,79%), aunque con valores pequeños.

Es de destacar que en este apartado, todas las comunidades analizadas están por encima de las medias GEM y europea. En Extremadura por su parte, el número de empresas consolidadas parece situarse en torno a los valores de la media española (7,71%), aunque solo por encima de Andalucía (7,39%) y Galicia (6,94%).

El porcentaje de **negocios cerrados** en los últimos doce meses anteriores a la realización de la recogida de datos para la elaboración del informe, es decir, entre julio de 2004 y julio de 2005, nos muestra el porcentaje de personas que han disuelto o abandonado una actividad empresarial en los países y regiones analizadas.

Extremadura ha pasado de unas tasas del 1,23% en 2003 al 1,03% para este año, lo que supone un decremento en el porcentaje del cierre de negocios del 16,26% en dos años. Si bien, el año pasado la tasa de cierre estuvo en el 1,44%, en 2005 Extremadura tiene el porcentaje de negocios cerrados más pequeño de las diez regiones estudiadas. Muy por debajo de las medias GEM y europea y un 27,46% menor que la media nacional.

GRÁFICO 13. Porcentaje de Empresas Establecidas en España**GRÁFICO 14.** Porcentaje de Negocios Cerrados en España (7/2004-7/2005)

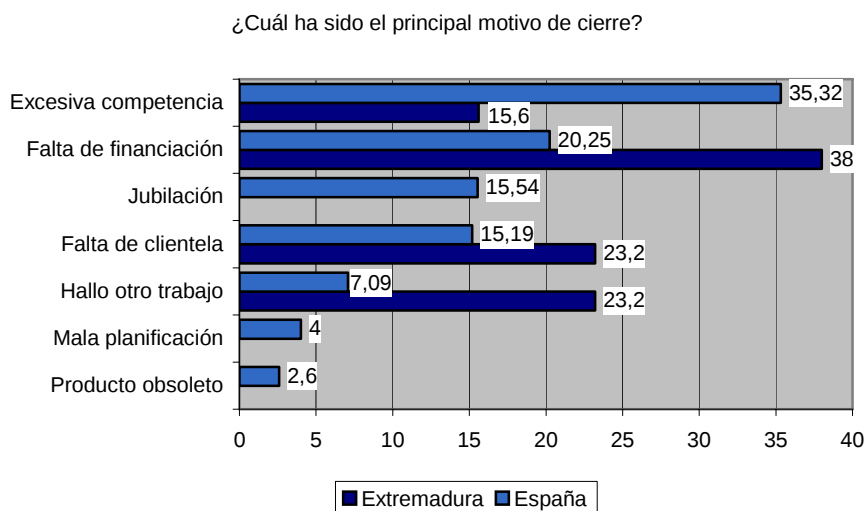
Este año, la encuesta efectuada a la población adulta española ha indagado sobre los motivos de cierre de los negocios. Aunque en Extremadura el número de clausuras no es

significativo, el análisis de los datos junto con los obtenidos a escala nacional nos proporcionará una aproximación de la validez de estos motivos.

La excesiva competencia, la falta de financiación o de clientela, junto con la jubilación del empresario, son los principales motivos del cierre argüidos por los entrevistados en España.

En Extremadura, por su parte, aparecen mencionados también la falta de financiación, de clientela o la excesiva competencia.

GRÁFICO 15. Principal motivo de cierre de negocios en Extremadura y España (7/2004-7/2005)



Para finalizar, la comparación de los diferentes desgloses de la actividad empresarial en las regiones españolas y las referencias que nos ofrecen las distintas medias, nos puede dar una algunas claves a tener en cuenta.

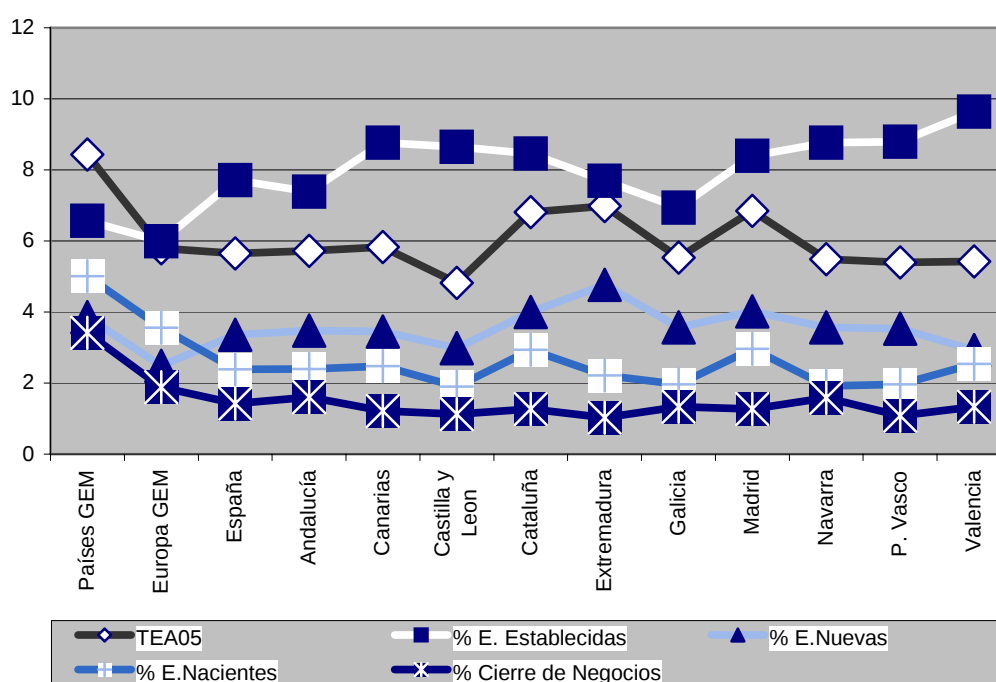
Tanto las medias GEM como las de Europa, nos indican que parece mantenerse la tendencia de años atrás en la que las empresas nacientes sustentan en mayor medida el TEA que las empresas nuevas. Caso contrario de lo que sucede en España y en todas sus regiones, en las En España, no sucede lo mismo, ya que la estructura la distribución de los porcentajes es distinta. El cierre de empresas siempre se mantiene por debajo de los porcentajes de empresas nacientes, las nuevas en 2005 superan a las que se acaban de crear y las establecidas superan al TEA.

En general, desde 2003 se observa una paulatina disminución de los porcentajes de empresas nacientes, que empezaron teniendo indicadores mayores que las nuevas, vieron igualados éstos en 2004 y se sitúan por debajo en 2005. A la vez, las empresas de menos de 42 meses se han incrementado. Esto parece indicarnos que en el conjunto de las regiones españolas la actividad emprendedora se está manteniendo por la subida

que el porcentaje de nuevas empresas supera al de nacientes.

El TEA europeo, sin ser significativamente superior al español, tiene tasas muy similares a las de las empresas establecidas, mientras que en el caso de España, los porcentajes de empresas ya consolidadas siempre son mayores que el TEA. Además, el porcentaje de cierre de negocios en las medias GEM y europea, es bastante semejante al de sus empresas nuevas que aún no han pasado de los tres años y medio de actividad. de las empresas nuevas, pero cuando éstas pasen a considerarse empresas establecidas, el TEA se puede ver resentido, ya que los porcentajes de empresas recién creadas son menores.

Extremadura por su parte, desde 2003 también ha sufrido de forma importante la disminución de los valores de sus empresas nacientes (41,9%), que se han visto compensados en su TEA por el mantenimiento y subida de las empresas nuevas (11,71%). Al igual que sucede en el resto de España, la amenaza de bajada de estos porcentajes de empresas recién creadas y la consolidación de las nuevas, puede hacer que el índice de actividad emprendedora en la región se vea afectado en años sucesivos.

GRÁFICO 16. Comparación del desglose de la actividad empresarial

1.2.1. Actividad emprendedora en empresas ya existentes

Este es el primer año que en Extremadura se obtienen datos para poder mostrar la actividad emprendedora de las empresas ya existentes. Hasta ahora nos hemos acercado a la iniciativa emprendedora desde el punto de vista del empresario independiente que crea su empresa, aunque lo haga con varios socios, pero este año podemos ofrecer algunos datos sobre la generación de nuevos negocios o proyectos empresariales que se realizan dentro de una empresa ya existente.

Ante la creciente globalización y competitividad de la economía, vuelven a tener auge las políticas de competencia y crecimiento basadas en la búsqueda de oportunidades y el desarrollo de nuevos productos en la propia empresa. Esto hace que la innovación y la creatividad cobren especial interés y se desarrollen sistemas y modelos para la generación y gestión de nuevos proyectos innovadores ("Venture Management" o "Corporate Venturing"). Hoy en día el término que más se está utilizando para indicar la

actividad emprendedora desarrollada por las empresas que ya están funcionando es el de "Corporate Entrepreneurship" o "Intrapreneurship", pero si como apuntó Wortman (1987), ya es difícil ponerse de acuerdo en una definición generalmente aceptada de "entrepreneurship"⁸, el actual énfasis en los términos como Corporate Entrepreneurship sirve sólo para elevar la complejidad. Máxime cuando, como Zahra (1991) comentó, los autores utilizan muchas expresiones para referirse a los aspectos de la Corporate Entrepreneurship: Intrapreneurship (Pinchot 1985), Corporate Venture (Ellis y Taylor, 1987), e Internal Corporate Venture (Burgelman y Sayles, 1986),....

⁸ El programa de investigación científica definido por el término anglosajón "entrepreneurship", estudia al empresario, la función empresarial y la creación de empresas. Este programa científico, lo podemos dividir en tres subprogramas: 1) Función Empresarial y Creación de Empresas, que estudia el empresario independiente y los nuevos proyectos empresariales o innovadores en empresas ya existentes, 2) Pymes, que estudia toda la problemática relacionada con las pequeñas y medianas empresas y, 3) Empresas Familiares, que estudia las características y problemas de las empresas familiares.

No obstante, podríamos definir la “Corporate Entrepreneurship” como la actividad que tiene por objeto identificar nuevas oportunidades y generar nuevos negocios para la empresa (Veciana, 1996,1999). Por tanto, nos estamos refiriendo a los procesos de creación de un nuevo proyecto empresarial dentro de una empresa establecida, para promover el beneficio de la organización y realzar a la empresa a una posición competitiva (Zahra, 1991).

El gráfico 17 nos muestra la clasificación de todas las actividades empresariales del proceso emprendedor, tanto en España como en Extremadura. En él se contempla el porcentaje de participación de los diferentes tipos de empresa en las actividades empresariales. Destacamos los tres valores inferiores (BB+SU, EB+SU y EB+BB) como las actividades emprendedoras de las empresas ya existentes, de tal manera que:

- BB+SU: nos indica las empresas nuevas que han creado una empresa naciente
- EB+SU: son las empresas establecidas que han creado una empresa naciente

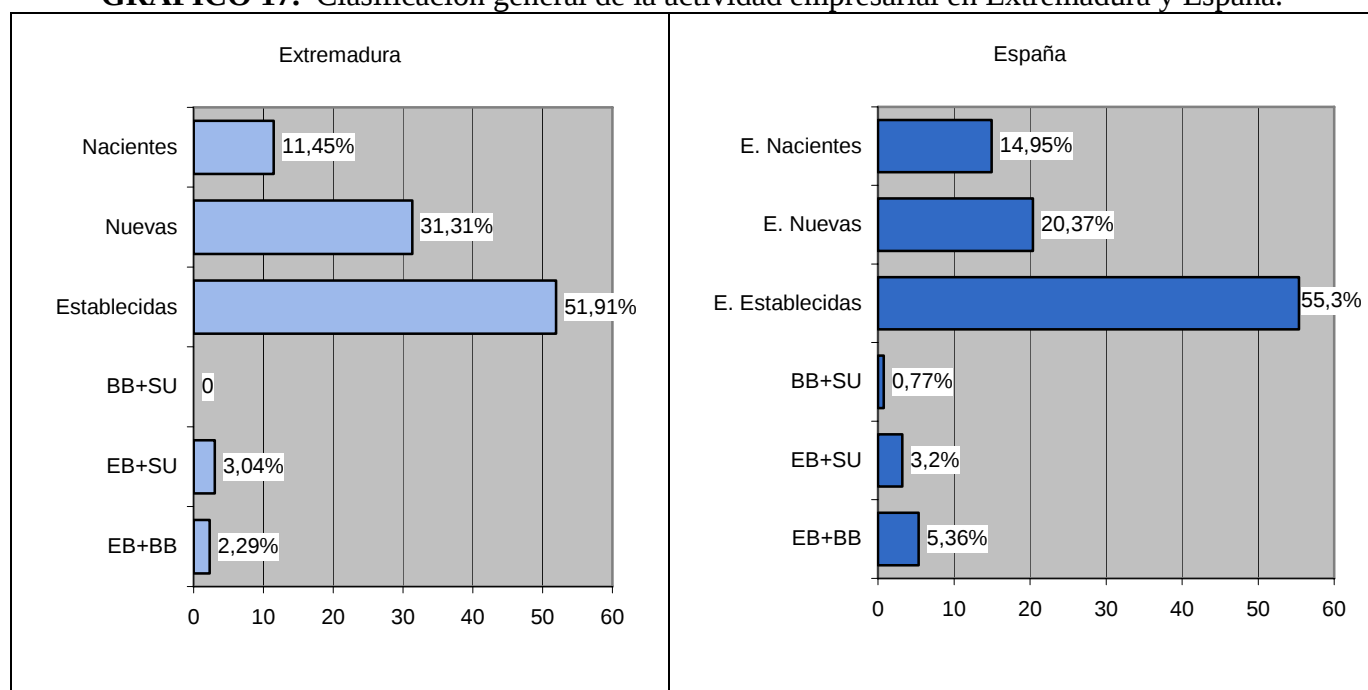
- EB+BB: son las empresas establecidas que han creado una empresa nueva.

En Extremadura, el 5,33% de las empresas ya establecidas realizan actividades emprendedoras relacionadas con la puesta en marcha de un nuevo negocio, de manera que el 3,04% de éstas ha creado una empresa que aún no tiene tres meses de vida, mientras que el 2,29% ya tienen más de tres pero menos de 42 meses.

En España, es el 9,33% de las empresas nuevas o establecidas el que desarrolla actividades emprendedoras. El 0,77% de las empresas nuevas ya ha puesto en marcha una empresa que aún no tiene 3 meses de actividad, mientras que el 3,20% de las establecidas han creado alguna naciente y el 5,36% tiene también alguna nueva.

Mientras que los datos para España reflejan que mientras más maduras sean las empresas más posibilidades tienen de iniciar otras actividades emprendedoras, en Extremadura no parece ser así, ya que las empresas establecidas encontradas que poseen empresas nuevas, son menos que las han creado alguna empresa hace menos de tres meses.

GRÁFICO 17. Clasificación general de la actividad empresarial en Extremadura y España.



2. MOTIVACIÓN Y TIPOS DE COMPORTAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

2.1. Crear una empresa por necesidad o por oportunidad

Como en años anteriores el proyecto GEM sigue distinguiendo en su marco de trabajo dos tipos de motivos fundamentales en el comportamiento de las personas a la hora de crear una empresa:

- Aquellos que llevan a cabo la puesta en marcha de una nueva empresa para explotar una oportunidad de negocio (empresarios por oportunidad)
- Aquellos que se ven abocados a la creación empresarial por la falta de otras alternativas mejores para salir de situaciones de marginalidad o desarrollar una carrera profesional (empresarios por necesidad).

Este año, GEM ha querido profundizar en esta clasificación y ha establecido una serie de preguntas sobre la motivación específica (mayor

independencia, incremento de ingresos, etc.) y sobre el proceso de puesta en marcha la empresa, preguntando a los entrevistados sobre si tuvieron antes la idea o el deseo de emprender. Aspectos que veremos en los apartados 2.3 y 2.4.

En Extremadura, la tasa de actividad emprendedora (TEA) en 2005 ha permanecido prácticamente estable, aumentado ligeramente con respecto al año anterior un 0,14%, pasando de un 6,97% a un 6,98% para este año. Esta pequeña subida se debe al aumento de las tasas de creación de empresas por necesidad, que han crecido respecto a 2004 un 38,88%, fundamentalmente en las zonas urbanas y en la provincia de Cáceres. Frente a esto, las tasas por oportunidad han disminuido su porcentaje en un 9,1% debido a la bajada en las zonas rurales y también a la provincia de Cáceres.

Analizando la tabla 3, observamos que con respecto a 2003, la actividad emprendedora por oportunidad permanece estable, el TEA por necesidad ha bajado un 44,44%, mientras que aparece un pequeño porcentaje de motivaciones diferentes a las anteriores.

TABLA 4. Evolución de la actividad emprendedora en Extremadura según la motivación.

Año	TEA	Tea oportunidad	Tea necesidad	Tea otros casos
2003	7,69	5,79	1,8	0,1
2004	6,97	6,25	0,72	0,01
2005	6,98	5,68	1	0,29

Al analizar la situación española advertimos que en 2005 los indicadores por oportunidad y necesidad están por debajo de la media europea.

Solo Cataluña y Madrid superan la media por oportunidad, mientras que Andalucía, Extremadura o Valencia, tienen tasas por necesidad mayores a la media de la Europa GEM.

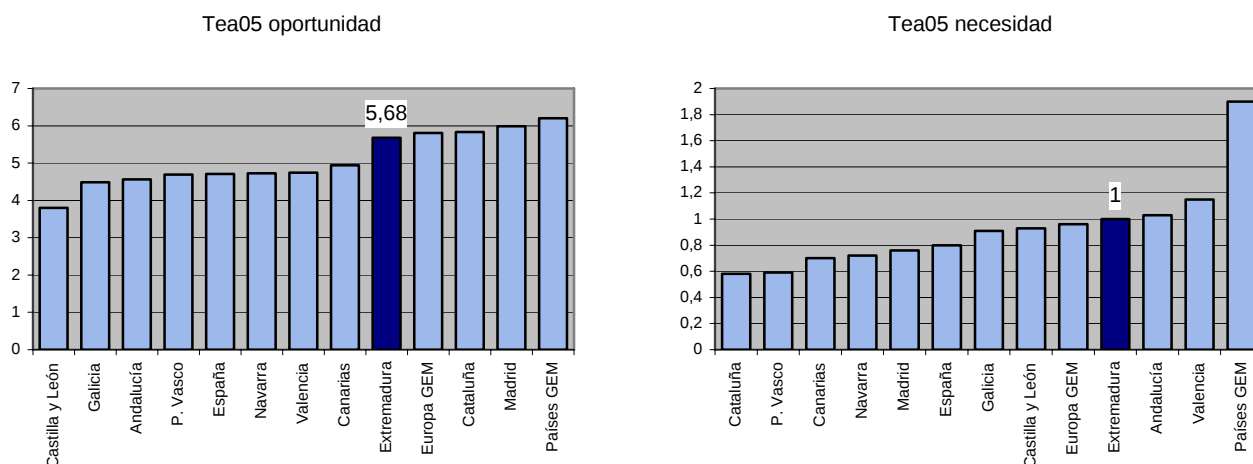
Extremadura, que en 2004 tenía el mayor porcentaje de actividad emprendedora por

oportunidad, ha visto como este año es superada por Madrid (5,99) y Cataluña (5,83%), que ocupan el primer y segundo puesto respectivamente.

Mientras que en la tasa por necesidad son Valencia (1,15%) y Andalucía (1,03%) las que tienen valores por encima de Extremadura, que no obstante sigue liderando en su conjunto el TEA de las regiones GEM

TABLA 5. Desglose de la actividad emprendedora por regiones según la motivación.

Año 2005	Tea05opp	Tea05nec
Países GEM	6,2	1,9
Europa GEM	5,81	0,96
España	4,71	0,8
Andalucía	4,56	1,03
Canarias	4,94	0,7
Castilla y León	3,8	0,93
Cataluña	5,83	0,58
Extremadura	5,68	1
Galicia	4,49	0,91
Madrid	5,99	0,76
Navarra	4,73	0,72
P. Vasco	4,69	0,59
Valencia	4,74	1,15

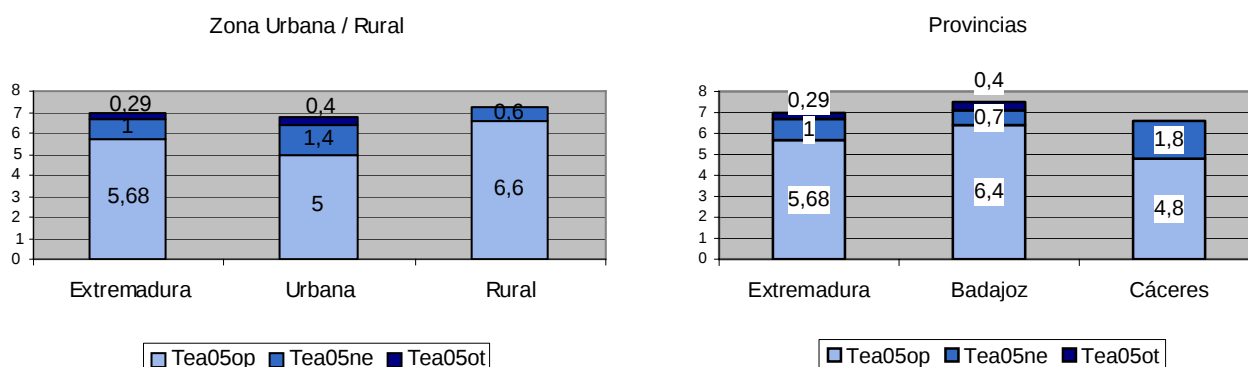
GRÁFICO 18. TEA 2005 por regiones españolas según motivación

Al analizar la motivación para la puesta en marcha de una empresa en zonas rurales y urbanas con referencia a 2004, observamos que la tasa de actividad emprendedora ha aumentado en zonas urbanas (27,45%), tanto en oportunidad (13,63%) como en necesidad (133,3%), mientras que en el ámbito rural disminuye (24,27%) en ambas motivaciones, siendo la reducción del 30,52% en oportunidad y el 25% en necesidad.

Al estudiar la separación por provincias, vemos que se ha producido un incremento del TEA en

la provincia de Badajoz del 19,05%. Este aumento se ha sustentado en el crecimiento de la tasa de actividad emprendedora por oportunidad (16,36%), ya que las tasas de necesidad han bajado un 12,5%.

La provincia de Cáceres disminuye su actividad un 25,6%, debido a la bajada del TEA por oportunidad (36,8%), ya que la fuerte subida de los índices por necesidad (260%) no han podido compensarla.

GRÁFICO 19. Extremadura por zonas urbana-rural y provincias: oportunidad y necesidad (TEA 2005)

El gráfico 19 nos muestra diferentes comparaciones socioeconómicas en función de la motivación. Así, en función del sexo observamos cómo en 2005 la mujer que crea empresas por oportunidad ha vuelto a participar activamente en la iniciativa emprendedora de la región creciendo ésta en un 75,5% con respecto a 2004. Por su parte, los hombres han creado un 31,9% menos empresas por oportunidad y un 75,44% más por necesidad, dando paso a que aparezcan otras motivaciones diferentes a las dos anteriores con un porcentaje del 3,3% entre los jóvenes de 25 a 34 años.

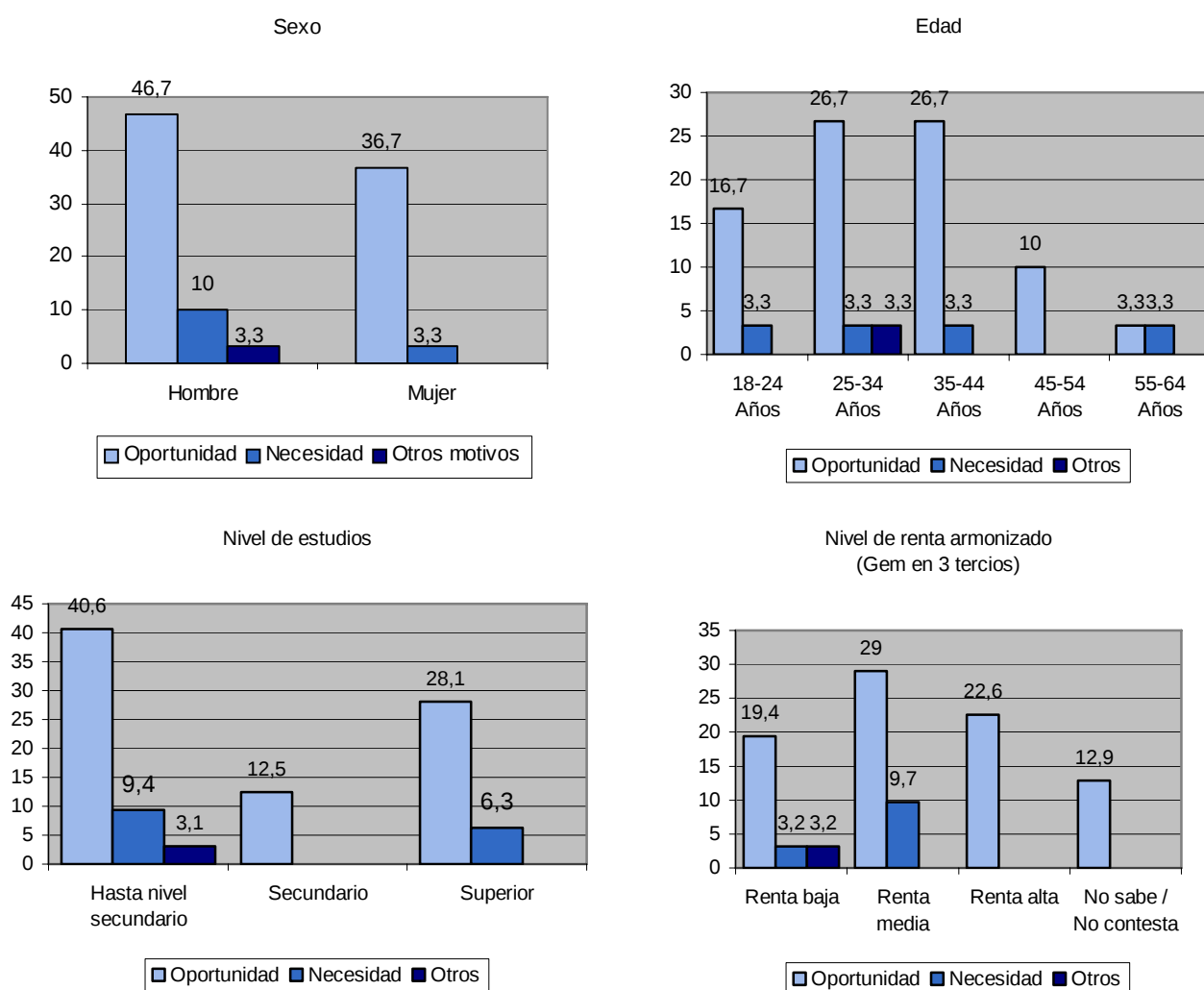
En general, durante 2005 la situación entre los dos sexos se ha igualado más a la hora de crear sus empresas. Los dos emprenden más por oportunidad que por necesidad, aunque este año tiene más peso la necesidad en la creación masculina, ya que por cada hombre que pone en marcha un nuevo negocio por necesidad, hay casi cinco que lo hacen por oportunidad, mientras que en el caso femenino, por cada iniciativa por necesidad llevada a cabo por una mujer, hay once que son puestas en marcha para aprovechar una oportunidad de negocio.

En cuanto a los grupos de edad, observamos que han crecido los índices de creación de empresas tanto por oportunidad como por necesidad entre los jóvenes de 18 a 35 años, que la actividad

empresarial ha disminuido a partir de los 35 años en ambas motivaciones, excepto para los comprendidos entre 55 y 64 años, que incrementan fuertemente sus iniciativas por necesidad.

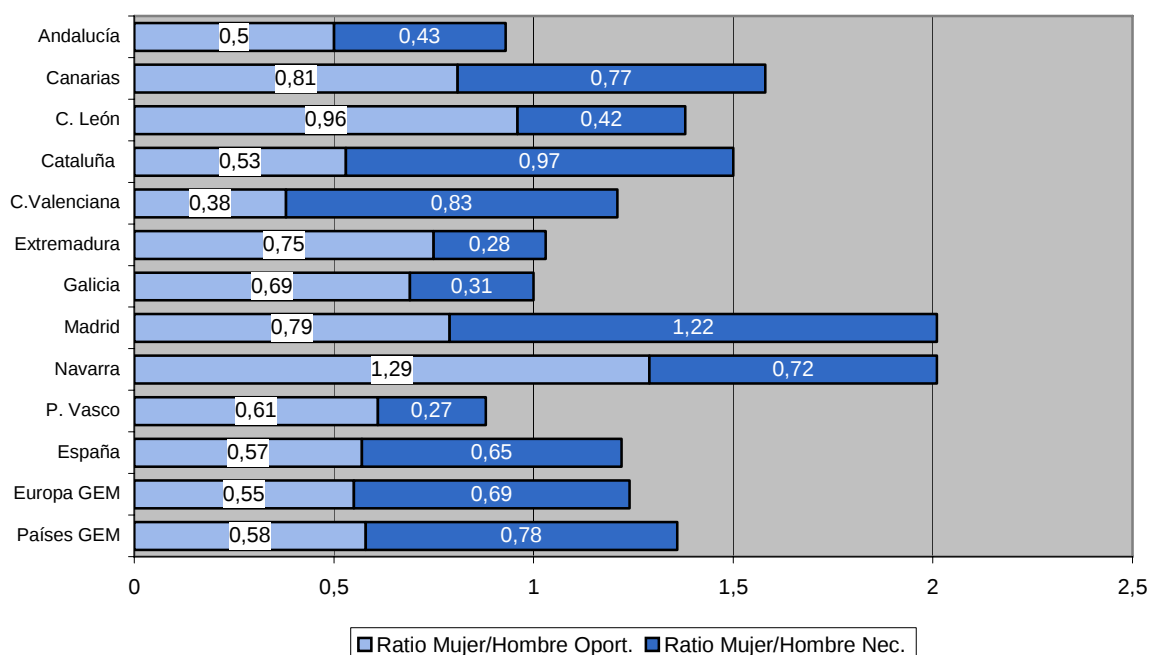
Al contemplar los diferentes niveles de estudios, vemos cómo ha existido un incremento de participación en la actividad emprendedora del grupo que tiene estudios superiores, tanto para aprovechar una oportunidad (22,7%) como por razones de necesidad (117,2%). También esta necesidad se ha reflejado en las personas con un nivel de estudios primarios que han emprendido en un 224% más que en 2004 por este motivo, mientras que el grupo niveles educativos medios o secundarios ha disminuido su actividad emprendedora en ambas motivaciones.

En cuanto al nivel de renta, han sido los grupos con rentas medias y bajas los que más han emprendido en 2005, mientras que baja el porcentaje de personas que hayan puesto en marcha una empresa con rentas altas. Así, mientras los motivos de oportunidad y necesidad han crecido en el grupo de renta baja un 22,8% y un 77,7% respectivamente y para el de renta media un 17,9% y un 38,57%, el de renta alta ha visto disminuir su motivación por oportunidad en un 55,6%.

GRÁFICO 20. Sexo, edad, nivel de estudios y nivel de renta según motivación (en %)

Cuando comparamos en función de la motivación el ratio mujer/hombre ($\text{tea05mujer/tea05hombre}$) que se recoge en el gráfico 20, advertimos que por cada hombre que aprovecha una oportunidad para crear una empresa, existen 0,75 mujeres que lo hacen, mientras que cuando es la necesidad la que impele esta puesta en marcha del negocio, por cada hombre encontramos a 0,28 mujeres. Es decir, en 2005 ha aumentado el número de hombres con respecto a las mujeres que han creado sus empresas por necesidad, mientras que han existido menos diferencias en cuanto a la oportunidad.

Al comparar Extremadura con el resto de las regiones españolas del estudio, podemos ver que el ratio mujer/hombre por oportunidad se mantiene en unos valores superiores a las medias española, europea y del GEM, pero cuando miramos el ratio de necesidad, observamos que durante 2005 el número de hombres que han emprendido por necesidad con respecto a las mujeres es, junto con el del País Vasco (0,27), el más alto de España (0,28). Datos que contrastan con los del año anterior en el que por cada hombre había más de una mujer que creaba su empresa por necesidad.

GRÁFICO 21. Ratio mujer / hombre según motivación.

Como conclusión, se puede decir que en 2005 se han creado menos empresas por oportunidad que el año anterior, debido fundamentalmente a la disminución de la iniciativa emprendedora en zonas rurales y en la provincia de Cáceres.

Esta menor actividad se ha manifestado en el menor aprovechamiento de oportunidades por parte de los hombres mayores de 35 años que tienen estudios secundarios y rentas altas.

Por el contrario, la necesidad, que ha hecho que se emprenda más en zonas urbanas y en la provincia de Cáceres, ha afectado mayoritariamente a los hombres en edad de trabajar de 18 a 35 años o de más de 55 años, y esencialmente, con estudios primarios o superiores y con niveles de renta medios o bajos.

El ratio mujer/hombre según motivación, acerca a los dos sexos en cuanto a la creación de empresas por oportunidad, pero el hombre se ha visto impulsado a emprender por necesidad bastante más que la mujer durante este año.

2.2. Tipos de empresa según motivación

Como el año anterior, nos planteamos en este punto si existen diferencias significativas entre las empresas según se hayan creado por oportunidad o por necesidad.

En 2004, observamos que sí existían diferencias explicativas en algunos de los aspectos que analizamos, como el nivel de competencia esperado en empresas nuevas o en el porcentaje que se exporta en empresas nacientes y nuevas.

Este año aparecen más variables que confirman que las empresas que se crean por oportunidad son distintas a las que lo hacen por necesidad.

En concreto, aquellas referidas a la novedad de los productos o servicios ofertados, el nivel de competencia esperado, el tiempo que hace que la tecnología necesaria esté disponible en el mercado o el nivel de exportación de las empresas creadas. Veámoslas.

La tabla 5 nos ofrece siete variables de análisis en el proceso inicial de la empresa (early stage), que desglosamos en empresas nacientes (menos de 3 meses) y en nuevas empresas (entre 3 y 42 meses).

Según el sector de actividad, vemos tanto para las empresas nacientes como para las nuevas, que los empresarios siguen creando sus empresas principalmente en sectores orientados al consumidor, como venta al detalle, restauración, hostelería, servicios al consumidor, enseñanza, salud o servicios sociales, aunque sí es cierto que parece observarse una mayor diversificación en los sectores de las empresas que se han creado por necesidad.

En cuanto al empleo que se ha creado, tanto unas empresas como otras, optan por crear mayoritariamente su puesto de trabajo o de uno a cinco puestos más, cuando se crean por oportunidad (entre el 81,8% y el 90%) y el 100% cuando se han visto en la necesidad de ponerse en marcha. Además, podemos decir que los que no han creado nada más que su puesto de trabajo, ya sea por un motivo u otro, no esperan crear ningún empleo más en los cinco años siguientes y los que en principio han creado empleo, esperan seguir creándolo, aunque en mayor medida en las empresas fundadas por necesidad o por otros motivos.

La capacidad de innovación viene determinada por la consideración que hará el mercado acerca de la novedad de los productos o servicios que el empresario trata de introducir en él. En este sentido, parecen no existir diferencias entre las empresas nacientes y nuevas, ya que en ambos casos la mayor parte de ellas (entre el 63,6% y el 75%) no cree que sus potenciales clientes consideren nuevo o desconocido su producto o servicio. En cambio, sí existen diferencias estadísticamente significativas en las empresas

nacientes en cuanto a su motivación, en las que observamos que son las creadas por necesidad las que esperan que todos sus clientes consideren novedosos sus productos o servicios en un 33,3% de los casos.

El nivel de competencia esperado por las nuevas empresas muestra valores semejantes para los empresarios por oportunidad y necesidad. Por el contrario, no es así para las empresas nacientes, ya que el 80% de los empresarios por oportunidad espera tener muchos competidores y apenas un 20% unos pocos. En cambio, existen diferencias estadísticamente significativas con los que emprendieron el negocio por necesidad ya que éstos reparten por igual sus porcentajes entre muchos competidores, pocos o ninguno.

Algo similar sucede con la disponibilidad de las tecnologías necesarias para producir o realizar el producto o servicio, ya que mientras que en las empresas nuevas, todos los empresarios han respondido que la tecnología estaba disponible hace más de 5 años, y por tanto se la considera ya vieja; en las empresas nacientes, existe una diferencia que da valores estadísticos significativos entre los empresarios por oportunidad y por necesidad, pues un 25% de éstos últimos al menos emplean una tecnología intermedia que lleva en el mercado entre 1 y 5 años.

Por último, al analizar la exportación esperada (proporción de clientes potenciales que viven fuera del país), hemos encontrado sustanciales diferencias en las empresas nacientes, pero no en las nuevas.

Mientras que la gran mayoría de las empresas creadas por oportunidad y necesidad no exportan en las empresas nuevas, en las nacientes, un 66,7% si lo hace, y además espera tener entre un 51% y un 90% de sus clientes en el extranjero.

TABLA 6. Motivación en la fase inicial (early stage): diferencias entre empresas nacientes y nuevas.

Sector de actividad ⁹	% EMPRESAS NACIENTES		% EMPRESAS NUEVAS		
	Oportunidad	Necesidad	Oportunidad	Necesidad	Otros
Extractivo					
Transformación	15,8	25	9,1	25	100
Servicios a empresas	21,1	50	27,3	25	
Orientados al consumidor	63,2	25	63,6	50	
Empleo creado					
Ningún empleo	15	33,3	18,2	33,3	
1-5 Empleos	75	66,7	63,6	66,7	100
6-19 Empleos	10		18,2		
Más de 20 Empleos					
Empleo esperado en 5 años					
Ningún empleo	15	33,3	20	33,3	
1-5 Empleos	65	33,3	50	33,3	
6-19 Empleos	20	33,3	30	33,3	100
Más de 20 Empleos					
Nuevos productos / servicios*					
Nuevo para todos los clientes		33,3			
Nuevo para algunos de los clientes	25		36,4	33,3	100
Nuevo para ninguno de los clientes	75	66,7	63,6	66,7	
Nivel de competencia esperado*					
Muchos competidores	80	33,3	72,7	66,7	100
Pocos competidores	20	33,3	18,2	33,3	
No hay competidores		33,3	9,1		
¿Tecnología disponible hace un año?*					
Nueva tecnología: < 1 año					
Tecnología intermedia: 1-5 años		25			
Tecnología vieja: > de 5 años	100	75	100	100	100
Exportación (nº de clientes potenciales)**					
No exporta	94,7	33,3	83,3	66,7	100
Sí exporta	5,3	66,7	16,7	33,3	
1-25% de los clientes					
26-50% de los clientes	5,3		8,3		
51-75% de los clientes		33,3		33,3	
76-90% de los clientes		33,3	8,3		
91-100% de los clientes					

* Sig < 0,05 (Solo en empresas nacientes); ** Sig < 0,01 (Solo en empresas nacientes).

⁹ Extractivas: Sector agropecuario, caza, pesca y minería. Transformación: Sector manufacturero, transporte, construcción, venta al mayor y comunicaciones. Servicios Comerciales: Servicios de intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias y servicios a profesionales. Servicios Orientados al Consumidor: Venta al detalle, restauración, hostelería, servicios al consumidor, enseñanza, salud y servicios sociales.

2.3. Principales motivos para crear la empresa

Como comentábamos al principio del capítulo, en la edición de 2005 el proyecto GEM ha querido profundizar en las preguntas relacionadas con la motivación. Así vemos en la tabla 6, los tipos de motivación en los estados iniciales de la actividad emprendedora y cómo se ahonda en el motivo oportunidad, distinguiendo entre si aprovechar una oportunidad ha sido

exclusivamente la causa del inicio de la empresa o ha habido otros motivos que han compartido con éste la decisión.

Como podemos ver, los resultados muestran el predominio de la motivación para emprender por oportunidad, pero observamos que un 28% de ésta no es totalmente pura, teniendo valores un poco superiores a este porcentaje en las empresas nuevas y menores en las nacientes.

TABLA 7. Tipo de motivación en los estados iniciales de la actividad emprendedora en Extremadura.

Tipo de motivación	Empresas Nacientes	Empresas Nuevas	Actividad total en su estado inicial (TEA)
Oportunidad pura	1,4	2,7	4,1
Oportunidad en parte	0,4	1,2	1,6
Necesidad	0,4	0,6	1,0

También, se ha tratado de identificar de una forma más específica cual ha sido el principal motivo de los empresarios para aprovechar una oportunidad, obteniendo así los valores reflejados en la tabla 7 del total de empresarios que han respondido a estas preguntas complementarias.

En Extremadura, el deseo de independencia ha movido a la mayoría de ellos a crear la empresa,

mientras que un 21,5% ha buscado aumentar sus ingresos y un 15,1% mantener su nivel actual. Parece observarse que conforme crece la empresa se hacen más patentes los motivos relacionados con los ingresos y pierde fuerza el de la independencia, pero este aspecto no lo corroboran los valores nacionales en donde aumentar o mantener los ingresos tiene más peso que en Extremadura.

TABLA 8. Principal motivación para crear una empresa por oportunidad en Extremadura y España.

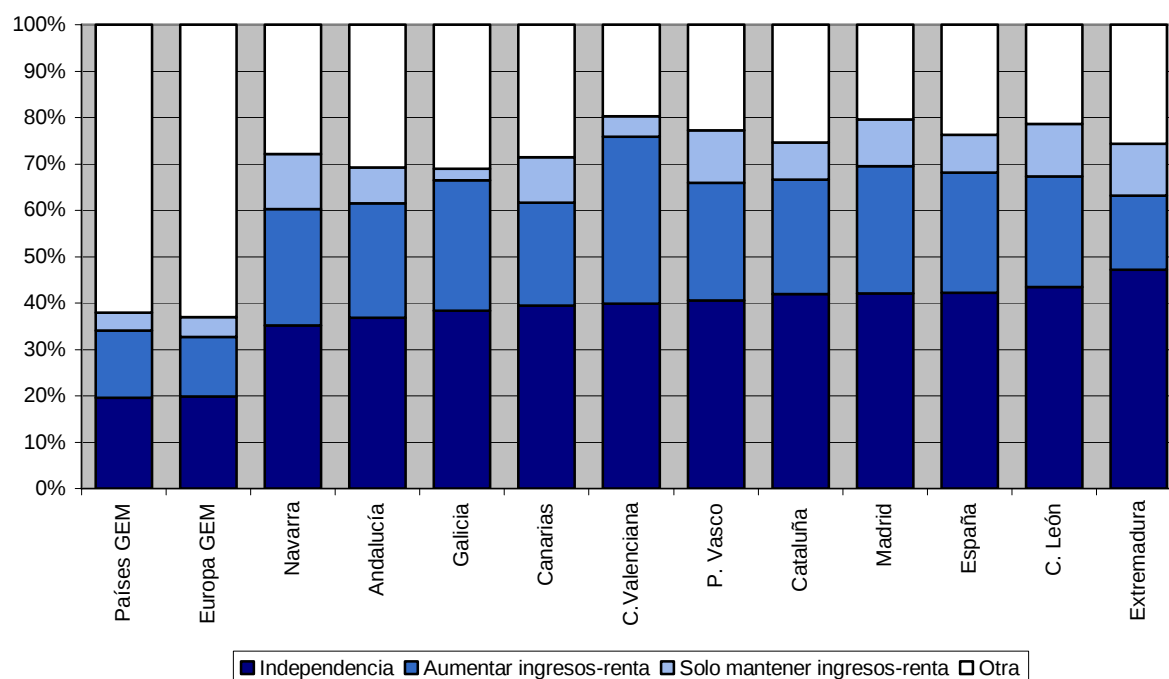
Motivo para crear la empresa por oportunidad	% Empresas Nacientes		% Empresas Nuevas		% Tea 2005 (nac. + nuevas)	
	Extremadura	España	Extremadura	España	Extremadura	España
Independencia	70,3	52,5	58,6	56,5	63,4	54,4
Aumentar los ingresos	16,8	39,8	24,8	29,0	21,5	34,5
Mantener los ingresos actuales	12,9	7,8	16,6	14,5	15,1	11,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006)
Para Extremadura: elaboración propia.

Como nos muestra el informe nacional (De la Vega, et al., 2006), España está a la cabeza como país en el que los empresarios que aprovechan una oportunidad lo hacen llevados por el deseo de independencia, mientras que para el resto de los países predominan otros motivos.

Extremadura por su parte, revela unos valores aún mayores que los de la media nacional, por lo que, como vemos en el gráfico siguiente, es la comunidad en la que el motivo independencia tiene el mayor porcentaje de todas las regiones españolas analizadas.

GRÁFICO 22. Principal motivación para emprender por oportunidad en España.
(Promedio (7/05) Tea05 tipo de oportunidad)



2.4. Desarrollo del proceso emprendedor

Este año también se explora por primera vez el desarrollo de puesta en marcha de la empresa. Para ello se ha preguntado a los empresarios si vino antes la idea específica de negocio o el deseo de ponerlo en marcha. Los resultados obtenidos para empresarios nacientes por un lado y para los nuevos y consolidados por otro, vienen reflejadas en la tabla 8, tanto para España como para Extremadura.

Podemos decir, que en general en el conjunto del territorio español, la idea de negocio viene antes o es paralela al deseo de emprender un negocio,

tanto para los empresarios nacientes como para el resto. En Extremadura, esto se confirma y acrecienta, ya que también la idea surge primero, pero con unos porcentajes bastante más altos que en los de España. Además, a nivel nacional no hay diferencia entre los diferentes tipos de empresarios (38,1% vs. 38,2%), mientras que en la región sí existe diferencias entre unos y otros (60,9% vs. 48%).

También parecen existir diferencias en cuanto los empresarios nacientes que han expresado que el deseo vino primero, ya que en España es un 24,7% mientras que a nivel regional solo es el 11,7%.

TABLA 9. Idea de negocio versus deseo de crear la empresa en Extremadura y España

	% Empresarios Nacientes		% Empresarios Nuevos y Establecidos	
	Extremadura	España	Extremadura	España
La idea de negocio	60,9	38,1	48	38,2
El deseo de poner en marcha un negocio	11,7	24,7	16	17,1
Ambas cosas al mismo tiempo	27,4	37,2	35,3	39,0
No sabe / No contesta			0,7	5,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006)

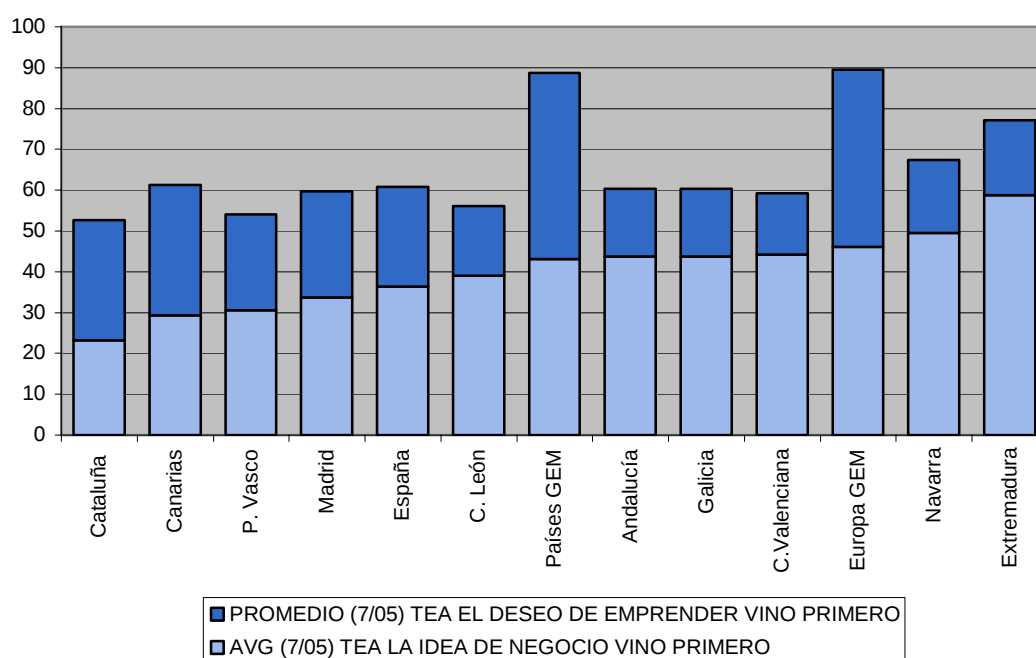
Para Extremadura: elaboración propia.

Al analizar lo que sucede en la etapa inicial (early stage) de la empresa en las diferentes regiones españolas que realizan el proyecto, nos encontramos que los empresarios nacientes y nuevos que han montado su empresa en Extremadura son los que contestan en mayor número porcentual de toda España que la idea ha sido lo primero que les ha llevado a montar el

negocio. Otras regiones españolas también superan la media nacional en este apartado como Navarra, Valencia, Galicia, Andalucía o Castilla León.

Además, esta primera posición de la región extremeña en cuanto al reconocimiento de que la idea fue lo primero, supera las medias de los países del GEM y de Europa.

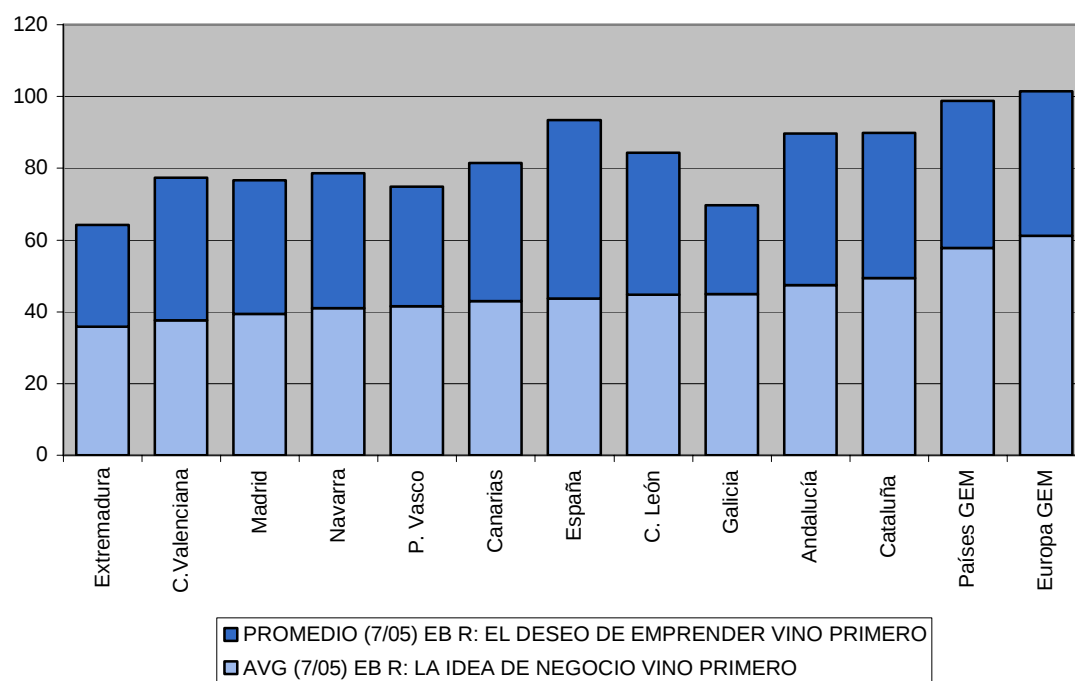
GRÁFICO 23. Desarrollo del proceso de puesta en marcha: idea vs. deseo.
(% de empresarios en fase inicial: nacientes y nuevos)



Cuando analizamos a los empresarios consolidados (más de 42 meses de actividad), la situación cambia radicalmente, ya que Extremadura se sitúa en última posición de todas las regiones españolas por lo que encontramos sustanciales diferencias entre estos empresarios establecidos y los que aún no han llegado a cumplir los tres años y medio de actividad.

Esta situación no solo se da en Extremadura sino también en el conjunto de los países GEM en donde se han encontrado grandes diferencias entre los empresarios consolidados y el resto a la hora de responder a esta pregunta.

GRÁFICO 24. Desarrollo del proceso de puesta en marcha: idea vs. deseo.
(% de empresarios consolidados)



3. PERFIL DEL NUEVO EMPRESARIO EXTREMEÑO Y DE SUS EMPRESAS

3.1. Características socioeconómicas de los nuevos empresarios

1) Sexo y edad

Los resultados de la edición de 2005 nos muestran que de cada cien empresarios recientes, aproximadamente 60 son hombres y 40 mujeres. Estos datos coinciden totalmente con los de la media nacional (60,8% vs. 39,2%) a la que Extremadura ya se acercó el año anterior.

Tanto a escala nacional como regional, ha representado un avance en la actividad emprendedora femenina, ya que si en el conjunto de España ha estado estancada alrededor del 30% durante varios años, en Extremadura parece recuperarse el nivel del 2003 (58,2% vs. 41,8%).

En general, la distribución por edades de la actividad emprendedora sigue siendo similar a la de años anteriores, aunque con algunas particularidades. La edad media del empresario más o menos se mantiene, en torno a los 40 años (39,56). Otra vez, el grupo con mayor iniciativa ha sido el comprendido entre 35 y 44 años de edad, aunque este año se apreciado una disminución en él. También ha bajado, prácticamente a la mitad, el porcentaje de personas entre 45 y 54 años que han acometido una nueva actividad empresarial. Estos dos grupos, de entre 35 y 55 años, acometían más del 60% de la actividad emprendedora total en 2003 y 2004, pero en este año sus porcentajes han descendido casi un 30% en favor de una mayor iniciativa de los jóvenes de entre 18 y 34 años, que han crecido un 34,19% sobre el último año y un 10,94% sobre 2003.

Es de distinguir también un aumento paulatino desde que se realiza el informe de dos grupos de edad: el de los jóvenes comprendidos entre 18 y 24 años (46%) y el de más de 55 años, que ha tenido un fuerte incremento de la actividad

emprendedora (177,8%), sobre todo este último año.

2) Nivel de estudios

Del análisis de la distribución del nivel de estudios de las personas que han acometido una iniciativa empresarial en los tres últimos años podemos extraer algunas primeras tendencias constantes:

- Aumenta el número de personas que acometen una actividad empresarial con un nivel de estudios primarios (64,1% más que en 2003).
- Disminuyen las personas que crean empresas con estudios secundarios (69,6% menos que en 2003).
- Aumentan el número de universitarios que se deciden a poner en marcha un negocio (54,8% más que en 2003).

Estos aumentos de actividad emprendedora entre las personas con estudios primarios y universitarios tienen un componente muy importante de necesidad, ya que ésta ha crecido mucho más que la motivación por oportunidad en el último año.

En cuanto a las posibles causas de estos comportamientos, sería interesante ahondar en las relaciones con diferentes variables que podrían explicar la situación. Variables como la falta de alternativas de trabajo o de preparación profesional, el fracaso escolar, la falta de oportunidades para trabajar en consonancia al nivel de preparación universitaria, nuevas oportunidades que genere el tejido empresarial, políticas de fomento de la iniciativa emprendedora, etc., podrían darnos algunas claves.

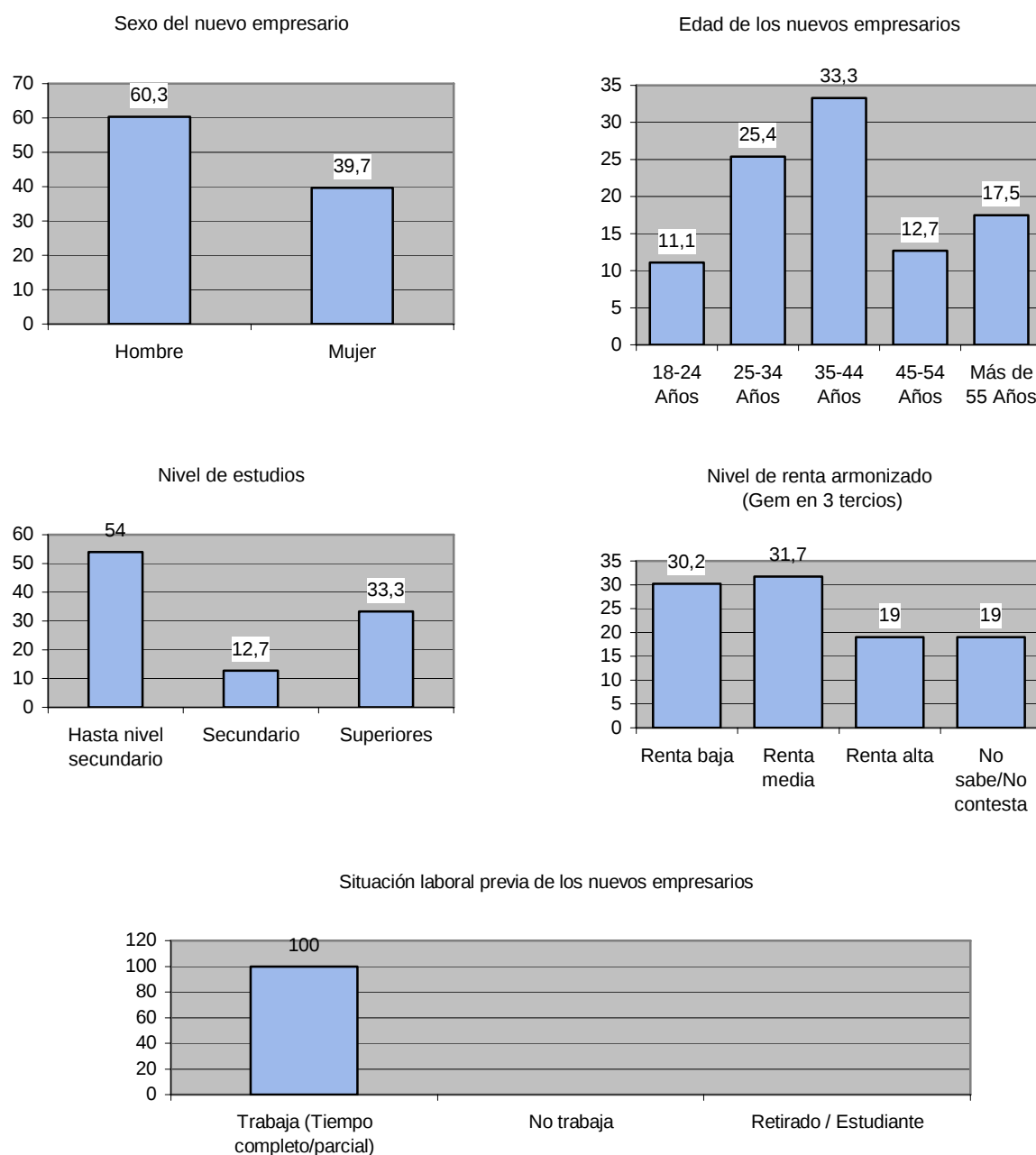
3) Nivel de renta

Si el porcentaje de empresarios con un nivel de renta medio que inician una nueva empresa parece mantenerse alrededor del 32% un año tras otro, los que tienen rentas bajas y altas han fluctuado de forma importante. Este año, el incremento en los porcentajes de empresarios con rentas bajas parece corresponderse con la

mayor actividad emprendedora de los jóvenes de entre 18 y 24 años, ya sea por oportunidad o necesidad; mientras que la disminución de los que poseen rentas altas, quizás esté relacionado

con la bajada del número de iniciativas emprendedoras por oportunidad por parte de los que tienen entre 35 y 55 años.

GRÁFICO 25. Características socioeconómicas de los nuevos empresarios. Sexo, edad, nivel de estudios, nivel de renta y situación laboral previa.



4) Situación laboral previa y dedicación del empresario

Como en años anteriores, observamos que la situación laboral previa de la persona que crea su empresa es bastante nítida: todos estaban trabajando con anterioridad a tiempo completo o parcial cuando forman su empresa. Por tanto, la experiencia laboral previa parece ser una constante a la hora de iniciar un negocio, pero ¿dejan los nuevos empresarios esta actividad laboral que desarrollan y se dedican

completamente a su empresa o solo le dedican una parte de su tiempo?

Para dar respuesta a esta pregunta, el proyecto GEM presenta por primera vez los datos relativos a la dedicación de los empresarios a su actividad. La tabla siguiente nos muestra los resultados.

TABLA 10. Porcentaje de dedicación del empresario según la etapa en la que se encuentra.
Datos para Extremadura y España.

	% Empresarios Nacientes		% Empresarios Nuevos		% Empresarios Consolidados	
	Extremadura	España	Extremadura	España	Extremadura	España
Dedicación parcial	10,5	11,3	3,7	6,2		4,2
Dedicación completa	89,5	88,7	96,3	93,8	100,0	95,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006)
Para Extremadura: elaboración propia.

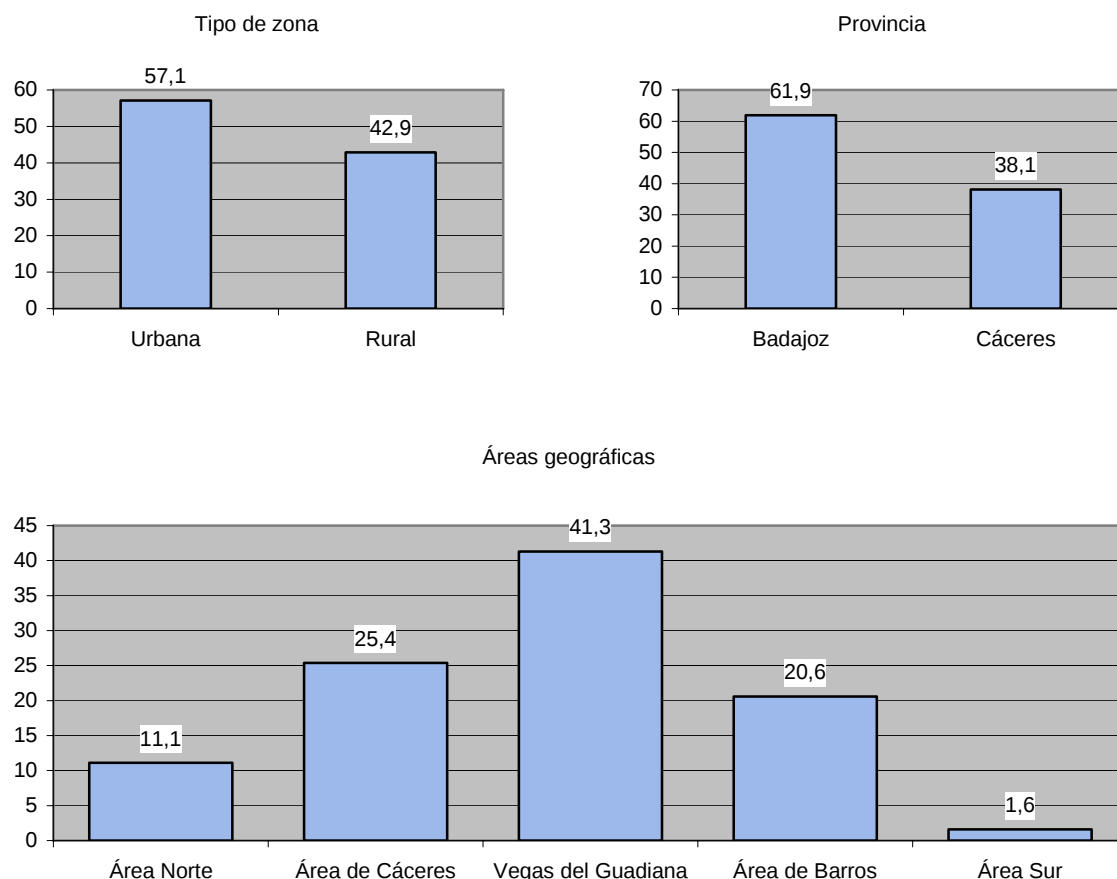
Podemos observar que los datos de Extremadura son muy similares a los de la media nacional: la inmensa mayoría se dedica por completo a su empresa casi desde el inicio, pero cuando no es así, vemos que la dedicación aumenta conforme se van superando diversas fases de la empresa o esta va creciendo y necesitando mayor tiempo por parte del empresario, estando cercana al 100% cuando la empresa está ya consolidada.

5) Zona, provincia y áreas geográficas

En 2005, se han encontrado más personas que han emprendido en zonas urbanas que rurales, más o menos en las mismas proporciones que hace dos años, mientras que el año anterior fue al contrario.

Por provincias, se mantiene la tendencia de encontrar a más nuevos empresarios en Badajoz, aunque este año se ve incrementada la diferencia entre las dos provincias, ya que Cáceres ha bajado sus porcentajes y por tanto, Badajoz los ha aumentado.

En lo concerniente a las áreas geográficas, encontramos mayores diferencias en los porcentajes de las distintas franjas estudiadas, ya que mientras las de las Vegas del Guadiana y el área de Cáceres han aumentado sus porcentajes de empresarios en un 70% y un 18,7% respectivamente, las demás, los han disminuido: un 54,3% el área Norte, un 3,7% la zona de Barros y un 81,4% la zona Sur.

GRÁFICO 26. Características socioeconómicas de los nuevos empresarios. Zona, provincia y áreas geográficas.

6) Determinantes psicológicos y sociales del empresario

Además de las diferentes características socioeconómicas ya analizadas en ediciones anteriores, este año se profundiza en los diferentes factores psicológicos y sociales de los empresarios frente a los no empresarios.

La tabla 10 nos muestra diversos factores que clarifican aún más el perfil del empresario. Así, encontramos que éstos, conocen a más empresarios que han puesto en marcha un negocio en los últimos dos años, que perciben más oportunidades que los no empresarios, que, por supuesto, creen en sus propios conocimientos, habilidades y experiencia para montar su propia empresa, y que tienen menos miedo al fracaso que el resto de las personas.

TABLA 11. Factores psico-sociales en Extremadura. Empresarios vs. no empresarios

	Empresarios (% Sí)	No empresarios (% Sí)
	Total	Total
Conoce empresario que ha creado en 2 últimos años	50,8	23,3
Buenas oportunidades en próximos 6 meses	41,2	24,5
Conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	85,7	39,1
Miedo al fracaso	31,7	51,1

3.2. Perfil de las empresas extremeñas creadas

a) Propiedad, número de socios y empleo

Como el año anterior, hemos tratado de efectuar un perfil de las empresas que se han creado en 2005. El gráfico 26 nos da una panorámica de los rasgos más sobresalientes de estas empresas en cuanto a la propiedad del capital, el número de socios y el empleo creado y potencial.

El 63% de los nuevos empresarios poseen la totalidad de la propiedad del capital, tanto para las empresas nacientes como para las nuevas, por lo que este año parece mantenerse estable el capital. Si bien, es verdad que seguimos encontrando que en los inicios (menos de 3 meses) las empresas se constituyen con un número de socios mayor que en las empresas entre 3 y 42 meses ya vemos reducido. No obstante, también aparecen casos (2,3%) en los que el número de propietarios ha aumentado significativamente, quizás por la necesidad de capital ante el rápido crecimiento en el mercado.

El empleo creado tanto por las empresas nacientes como por las nuevas ha aumentado en 2005, ya que nos encontramos con menos empresas que no crean puestos de trabajo. El 73,9% de las nacientes y el 63,6% de las nuevas han creado entre uno y cinco puestos de trabajo, porcentajes que se han visto incrementados casi 20 y 11 puntos respectivamente. Sin embargo, se ha reducido significativamente el número de empresas nacientes que creaban más de 6 puestos de trabajo (de 19,1% a 6,5%) y ha aumentado ligeramente (de 10,8% a 12%) en las empresas nuevas, no encontrado ninguna que haya creado más de 20 empleos.

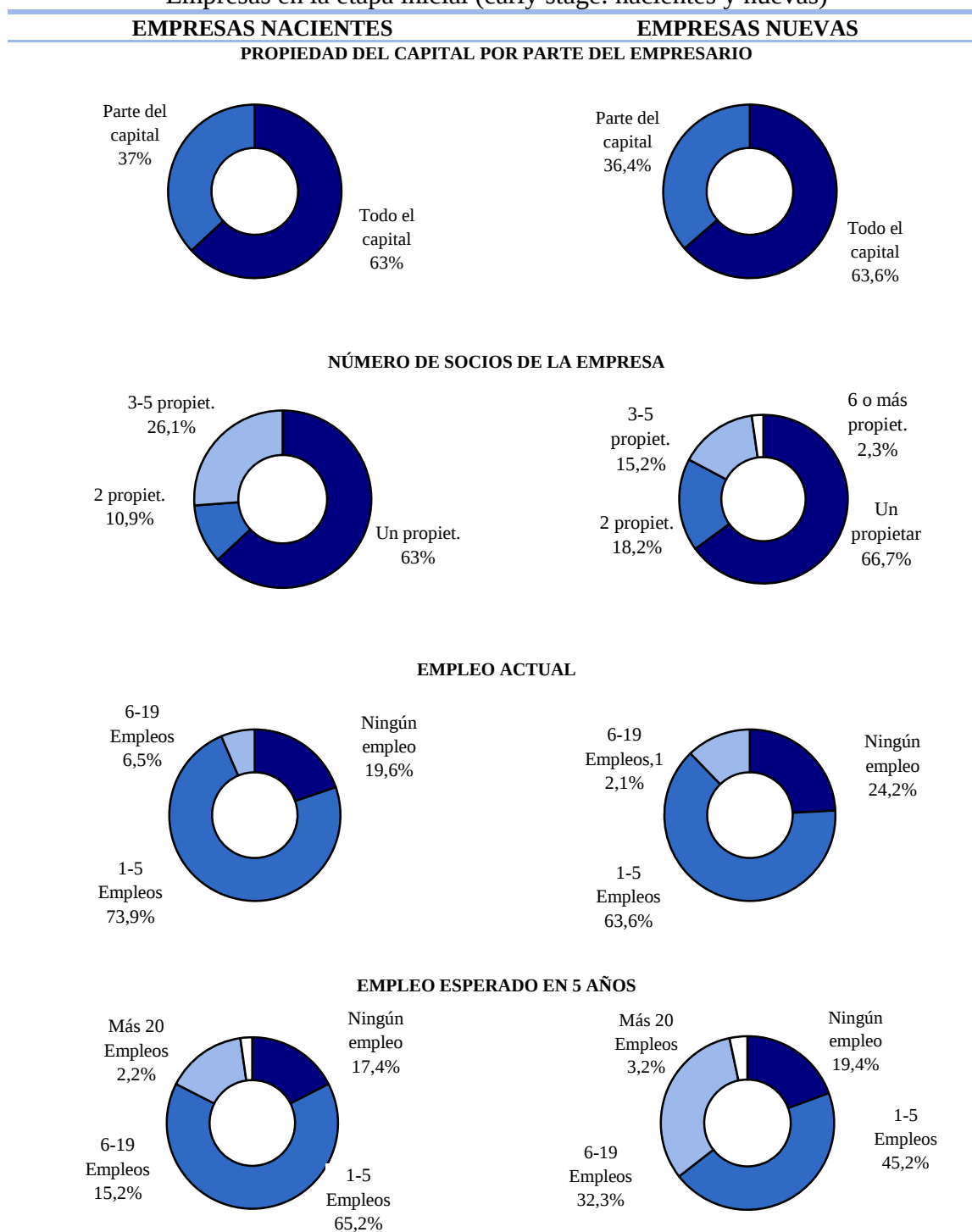
En general, a pesar de que el 82,6% de las empresas nacientes y el 80,6% de las nuevas, espera crear puestos de trabajo, las perspectivas de generación de empleo por parte de las empresas creadas no son tan optimistas como el año anterior. Las que acaban de nacer esperan crear unos 15,3% menos puestos de trabajo, mientras que las empresas nuevas con menores expectativas de generación de empleo (entre 0 y 5 puestos), esperan contratar un 21,4% menos que en 2004. No obstante, entre las nuevas empresas existe un porcentaje muy importante (32,3%) que espera poder contratar entre 6 y 19 personas más y un 3,2%, que incluso espera hacerlo con más de 20. Esto ha supuesto un incremento del 100% con respecto a los porcentajes de empleo esperados de 2004 que se referían al 17,7% de las nuevas empresas.

b) Innovación

El grado de innovación de las empresas extremeñas en la etapa inicial lo reflejamos a través de los cuatro aspectos mostrados en el gráfico 27: nuevos productos y servicios, nivel de competencia en el mercado que espera el empresario, novedad de la tecnología a utilizar y capacidad de exportación.

El primero de los aspectos nos revela la proporción de clientes potenciales que considerarán como novedosos los productos y/o servicios ofrecidos por la empresa. Así, las empresas nacientes parecen ofrecer al mercado menos innovaciones que el año anterior, mientras que las nuevas parecen ser más innovadoras, sobre todo en el 30,3% de aquellas empresas que esperan que algunos de sus clientes potenciales consideren sus productos como novedosos

GRÁFICO 27. Perfil de las empresas extremeñas creadas.
Empresas en la etapa inicial (early stage: nacientes y nuevas)



El segundo concepto hace referencia al nivel de competencia esperado, es decir, a la existencia de competidores que ofrezcan los mismos productos y/o servicios a los clientes potenciales de nuestra empresa.

Las consideraciones de las empresas nacientes respecto a este tema, son muy similares a las de hace dos años. Solo un 2,2% considera que no tendrá competidores, un 21,7% espera encontrarse con pocos, mientras que el 76,1% no será nada innovador al creer que su producto tendrá muchos competidores. Por su parte, las empresas de más de tres meses y que no han cumplido aún los tres años y medio, muestran una tendencia cada vez más pesimista o menos innovadora a encontrar cada vez menos competidores en el mercado. Esto se manifiesta en dos grupos de datos: 1) El porcentaje de “muchos competidores esperados” crece año tras año (53,5%, 66,9%, 69,7%), y 2) El porcentaje de “pocos competidores” decrece desde que se inició el informe (37%, 28,9%, 24,2%). Esto quiere decir que, analizando esta corta serie de datos, las empresas nuevas están en una tendencia cada vez menos innovadora, ya que no son capaces de poner en el mercado productos/servicios que sean lo suficientemente novedosos como para tener pocos competidores.

Por otro lado, el 6,1% de las nuevas empresas que se manifiestan como muy innovadoras al esperar no tener competidores en el mercado, parece que en 2005 recuperan el nivel de hace dos años (6,5%), perdido en 2004 (4,1%).

En cuanto a la novedad de la tecnología utilizada en los nuevos productos y/o servicios ofertados por las empresas en la fase inicial, parece confirmarse lo comentado el año anterior: las nuevas empresas acceden a tecnologías más modernas que aquellas que acaban de crearse.

Por último, el nivel de exportación esperado medido a través del número de clientes

potenciales que viven fuera del país, también nos ofrece una medida de la capacidad de innovación de las empresas. Aquí, no hay diferencia este año en unas y otras ya que el 15,2% de ambas tienen clientes potenciales fuera del país, habiendo crecido con respecto al año anterior, bastante más las empresas nuevas (42%) que las nacientes (6,3%).

c) Tipo de negocio que se crea

Por tercer año consecutivo, los sectores orientados al consumidor son los preferidos por las empresas que se encuentran en la fase inicial (hasta 3,5 años) para montar sus negocios, pero este año se ha producido un fuerte incremento en el número de empresas encontradas en ellos, tanto en las nacientes (25,4%) como en las nuevas (42,5%). Negocios relacionados con la venta al detalle, la hostelería, la restauración, la salud, la educación y los servicios sociales han sido los elegidos por los empresarios.

Por su parte el sector de la transformación (construcción, minero, transportes, comunicaciones, manufactura, venta al por mayor y reparaciones) ha sufrido un retroceso importante, aunque mayor para las empresas menores de 3 meses (58,8%), que para las que aún no han llegado a los 42 de vida (41,57%).

Una situación dispar se da en los servicios comerciales, en los que las nuevas empresas han tenido una disminución del 6,4%, mientras que las nacientes han aumentado en un 44,5% los porcentajes de empresas que han abierto negocios relacionados con actividades financieras, inmobiliarias, de seguros o con servicios profesionales.

Este año, no hemos encontrado ninguna empresa que se dedique al sector extractivo, como si sucedió en los dos años anteriores.

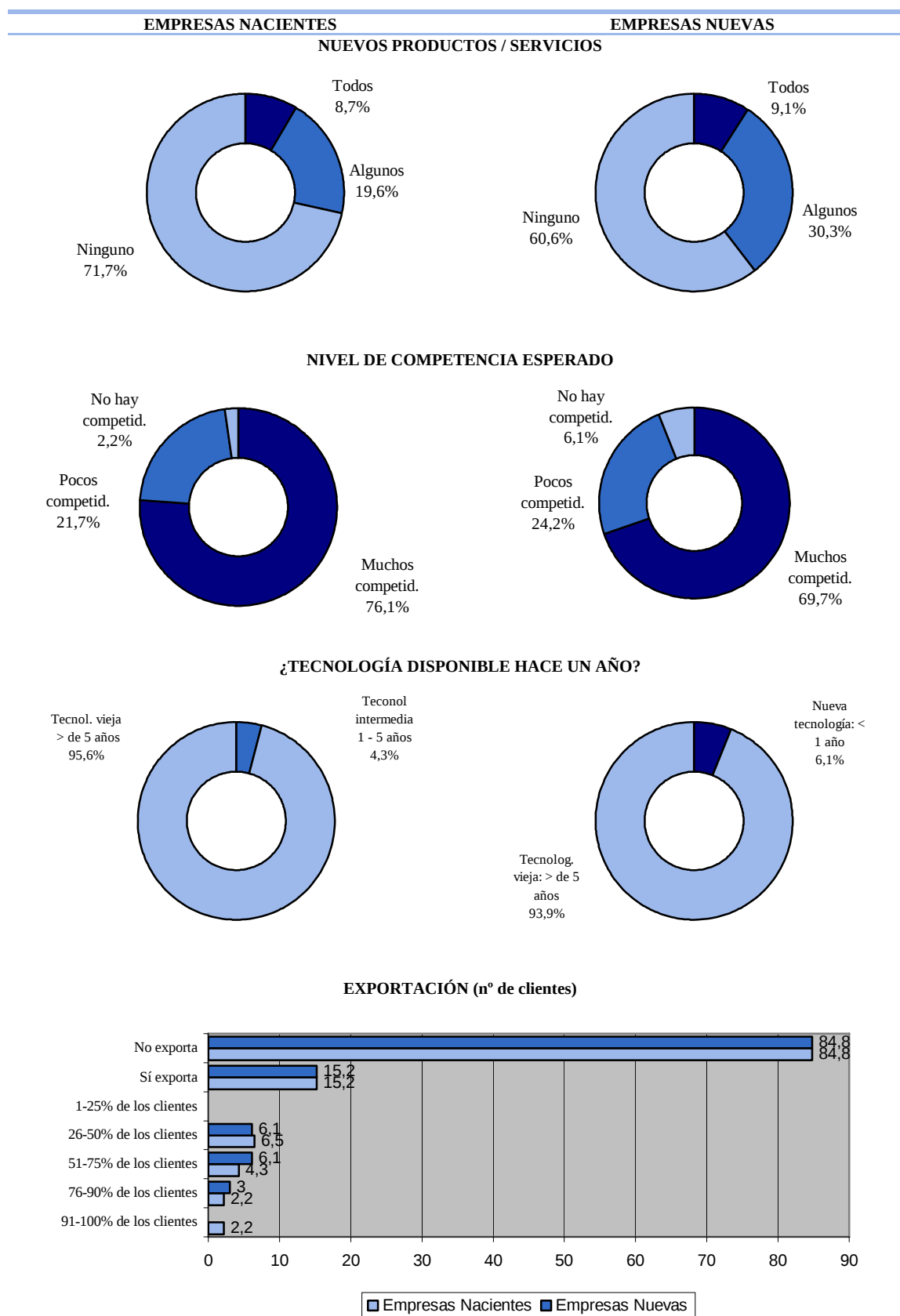
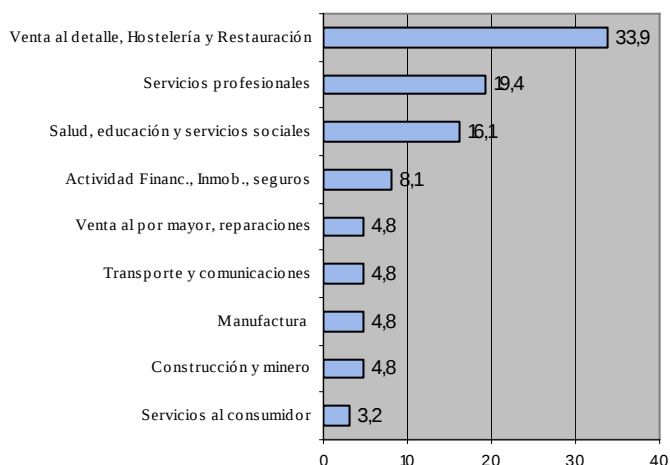
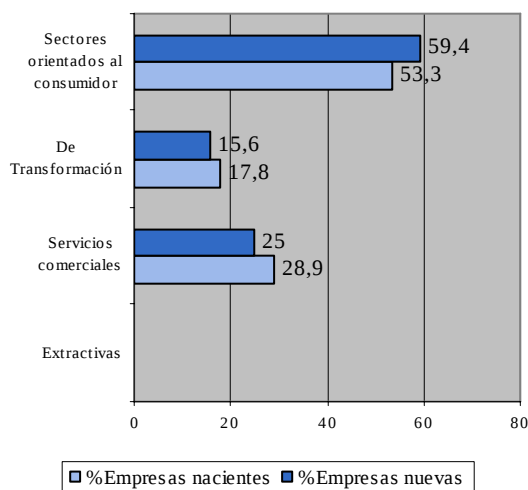
GRÁFICO 28. Innovación empresas creadas. Etapa inicial (early stage: nacientes y nuevas)

GRÁFICO 29. Distribución sectorial de la actividad emprendedora total.

Para concluir este capítulo, podemos efectuar el perfil del nuevo empresario extremeño diciendo que éste corresponde mayoritariamente a un hombre, de aproximadamente 40 años, con bajo nivel de estudios, rentas medias o bajas, que previamente a la creación de su empresa trabajaba a tiempo completo o parcial y que se dedica por completo a su empresa en más del 90% de los casos.

Por otra parte, en cuanto a las empresas que pone en marcha, mantiene la mayoría del capital, suele crearlas solo o con otro socio, generando entre 1 y 5 puestos de trabajo, que espera mantener y

aumentar entre uno y cinco más al cabo de cinco años. La mayor parte de sus productos y/o servicios no son nuevos para el mercado en el que espera tener muchos competidores, utiliza tecnologías viejas que ya estaban disponibles en el mercado hace cinco años y fundamentalmente no exporta, creando sus empresas en el sector servicios, principalmente en negocios de venta al detalle, hostelería, restauración, servicios profesionales, salud, educación y servicios sociales.

4. LA FINANCIACIÓN DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Los recursos financieros son esenciales para la creación y el crecimiento de las empresas. Expertos mundiales vienen coincidiendo en señalar que el acceso a la financiación es uno de los frenos fundamentales a la actividad empresarial, especialmente cuando la empresa se encuentra en sus primeras fases. También la Unión Europea ha destacado, a través de la Encuesta ENSR a Empresas, que el acceso a la financiación es la principal limitación existente para el desarrollo empresarial al menos para el 25% de las empresas.

Mientras que en España, el 80% de las nuevas iniciativas empresariales durante el año 2005, se han visto obligadas a acudir a fuentes complementarias de financiación (De la Vega et al., 2006), en Extremadura, ha sido el 79% de las empresas nacientes el que ha acudido a otras fuentes financieras.

Los bancos u otras instituciones financieras suelen ser la fuente de financiación más frecuente a la que se acude, y para muchas empresas, la única existente.

Pero además de a éste, las empresas acceden a otras importantes fuentes de financiación, como inversores informales, las ayudas gubernamentales o el capital riesgo.

4.1. Capital necesario para crear una empresa y retorno de la inversión En términos generales podemos decir, que en 2005 se ha necesitado casi el doble de dinero para poner en marcha una empresa y que por tanto, los empresarios han elevado su participación propia para cubrir esta mayor inversión, aunque en porcentaje hayan puesto un 5,13% menos de lo que se necesitaba que el año anterior.

Los empresarios que acaban de crear un negocio, han necesitado de media un capital de 53.712 euros durante 2005, aunque el capital requerido más común ha sido de 60.000 euros, siendo el mínimo de 10.000 y el máximo de 180.000 euros.

Esto supone que de media se ha invertido un 89,75% más, que los montantes más comunes han sido 2,5 veces mayores y que el capital mínimo invertido ha crecido hasta el doble, aunque los proyectos con mayor inversión hayan bajado un 14,29%.

Por otro lado, el capital propio total que esperan invertir los empresarios ha aumentado un 75,64%, creciendo el importe más utilizado un 20%. El mínimo que esperan invertir es similar al del año anterior (5.000 vs. 5.500), mientras que el máximo asciende a 180.000 euros, lo que supone también un incremento del 20%.

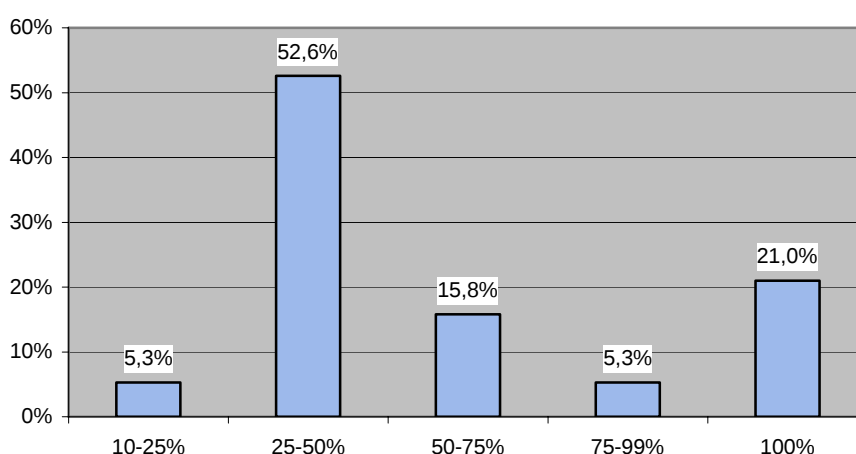
TABLA 12. Capital necesario y capital propio a invertir. Valores estadísticos.

Valores	Capital necesario para arrancar el negocio (en euros)	Capital propio total que se espera invertir (en euros)
Media	53.712	34.765
Moda	60.000	24.000
Mediana	35.000	24.000
Desviación típica	43.223	41609
Capital mínimo	10.000	5.500
Capital máximo	180.000	180.000

Como vemos en el gráfico siguiente, el 21% de los empresarios nacientes aporta la totalidad del capital necesario, mientras que el 57,9% de ellos pone al menos el 50% de lo que se necesita para arrancar su negocio.

Por término medio, los empresarios nacientes han puesto un 57% del capital necesario, aunque lo más frecuente es que pongan la mitad de lo que se necesita. El mínimo aportado ha sido un 10% del capital, mientras que el máximo ha sido el 100%.

GRÁFICO 30. Porcentaje del capital aportado por el empresario naciente en función del capital necesario



En cuanto al retorno de la inversión efectuada por los empresarios a la hora de iniciar su empresa, es importante que conozcamos las expectativas de éstos para profundizar en la motivación que les impulsa a emprender un negocio. La conclusión es clara: existe una fuerte expectativa de beneficio que les lleva a esperar recuperar cinco veces su inversión por término medio en un tiempo de 4 años.

Así el 31,6% espera recuperar al menos 5 veces su inversión y como máximo el valor de ésta multiplicado por veinte. El 52,6% espera recuperar entre el valor invertido y cinco veces esta cantidad.

En cuanto al tiempo, el 84,2% espera un periodo igual o menor a cinco años para la recuperación del capital invertido, mientras que solo un 10,5% cree que deberá esperar 10 o más años.

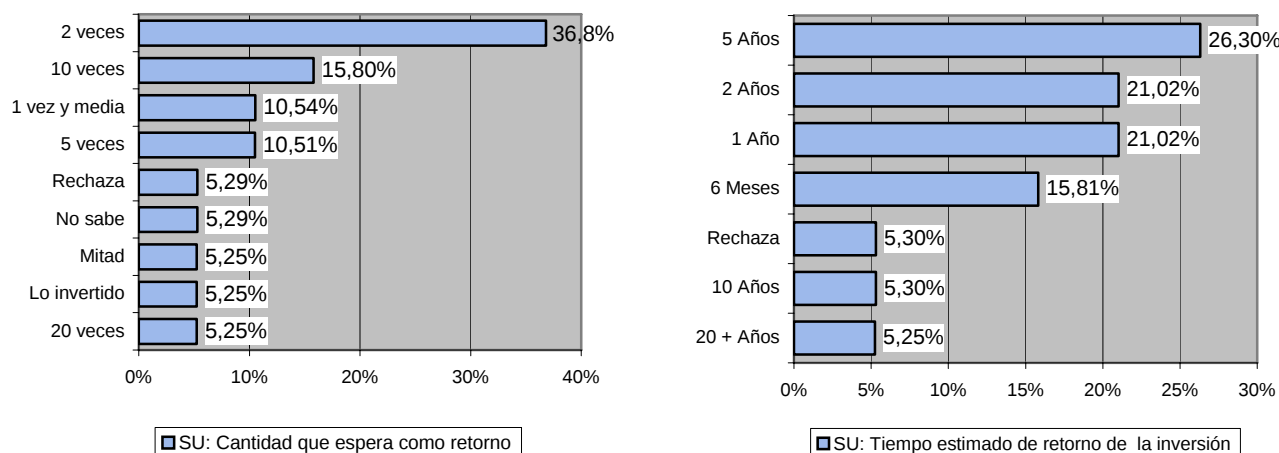
4.2. Fuentes de financiación utilizadas

En 2005, el empresario ha acudido en mayor medida a la financiación ajena, ya que como

hemos mencionado anteriormente, el empresario ha financiado totalmente la creación de su empresa en el 21% de los casos, mientras que el otro 79% ha tenido que acudir a alguna fuente de financiación externa, principalmente bancos u otras instituciones financieras.

Tanto las empresas nacientes (52,6%) como las nuevas (64,3%), han acudido mayoritariamente a las entidades financieras, aunque en este último caso el porcentaje es mayor incluso que el de la media española (55,4%).

La segunda fuente de financiación más importante ha sido, como en años anteriores, la de los inversores informales. Este año se han recuperado y superado los valores de 2003 (31%), llegando casi al 37% en el caso de las empresas de menos de tres meses. Estos porcentajes de inversores informales son semejantes a los de la media nacional, destacando con respecto a ésta en el caso extremeño la participación de los familiares directos.

GRÁFICO 31. Cantidad y tiempo de retorno de la inversión que espera el empresario naciente

Las ayudas gubernamentales ocupan el tercer eje financiero con más demanda por parte de los empresarios, aunque a escala regional se han empleado durante este año bastante menos que en el ámbito nacional, en donde el 22,6% de los empresarios nacientes y el 14% de los nuevos ha acudido a ellas. No obstante, desde 2003 se observa un decrecimiento de la utilización de este tipo de financiación por parte de los empresarios que montan sus empresas.

TABLA 13. Fuentes de Financiación para la creación de la empresa. Extremadura y España.

FUENTES DE FINANCIACIÓN	Extremadura		España	
	% del Total		% del Total	
¿Ha recibido o espera recibir dinero de...?	Nacientes	Nuevas	Nacientes	Nuevas
- Familia directa (esposa, hijos, hermanos, nietos, etc.)	26,3	28,6	14,6	19,3
- Otros familiares menos directos (primos, sobrinos, parientes)	5,3		5,0	7,5
- Compañeros de trabajo			5,8	5,5
- Del propio jefe				
- Amigos, vecinos, conocidos	5,3	7,1	7,2	5,9
Total Inversores Informales	36,9	35,7	32,6	38,2
- Bancos u otras instituciones financieras	52,6	64,3	55,8	55,4
- Ayudas gubernamentales	10,5	10,7	22,6	14,0
Total Fondos Externos Recibidos	63,1	75,0	78,4	69,4

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006)

Para Extremadura: elaboración propia.

En términos generales, en estos tres años que llevamos de realización del estudio GEM en Extremadura, la inversión informal ha tenido altibajos (31%, 16,2%, 36%), la financiación a través de entidades financieras ha crecido (25,9%, 53,5%, 58,45%) y la utilización de las

ayudas gubernamentales ha decrecido (17,2%, 11,6%, 10,6%).

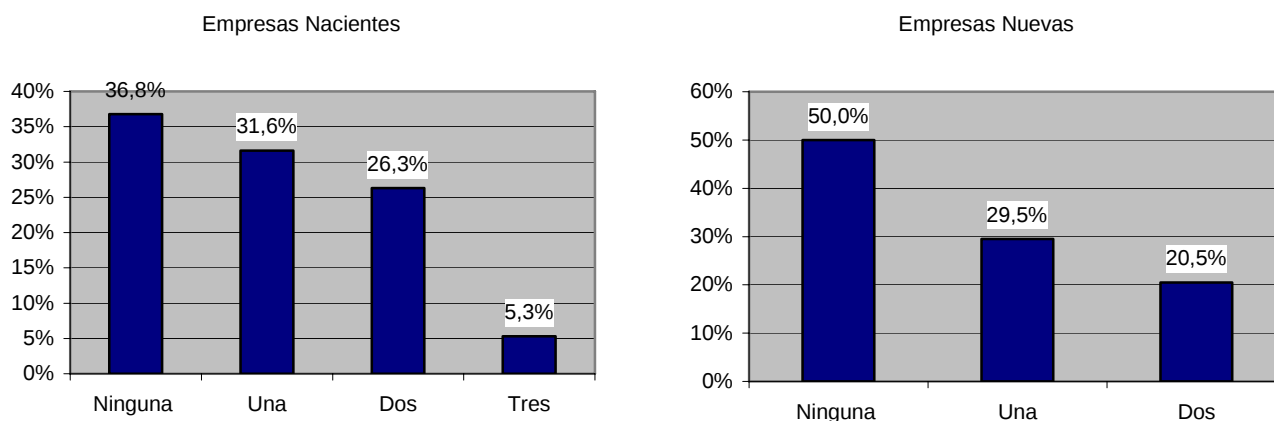
En el gráfico siguiente podemos ver el número de fuentes financieras empleadas por las empresas nacientes y por las nuevas.

Como observamos, los empresarios que acaban de arrancar su empresa y no llevan más de tres

meses funcionando utilizan un mayor número de fuentes financieras y en mayor medida que los

que ya ha superado esta fase.

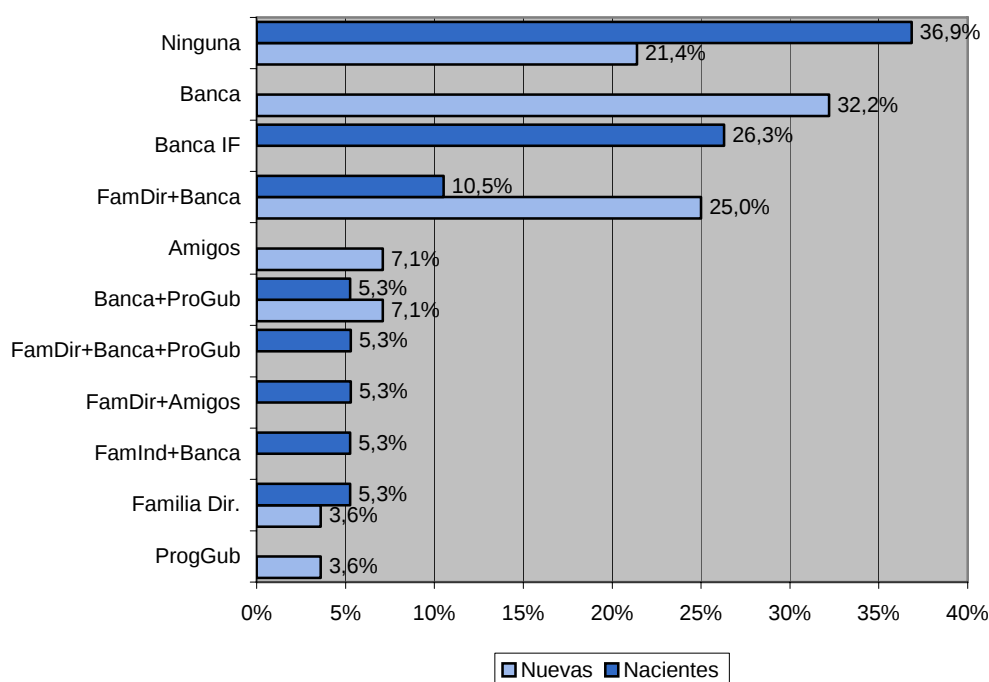
GRÁFICO 32. Número de fuentes financieras empleadas por las empresas nacientes y por las nuevas



Estas fuentes de financiación se utilizan muchas veces conjuntamente por lo en el gráfico siguiente reflejamos las combinaciones más usuales tanto para las empresas nacientes como para las nuevas. Este gráfico nos muestra en un primer grupo tres opciones de financiación muy

definidas, la de las entidades bancarias, la de los familiares directos o incluso la opción de no utilizar ayuda financiera. En un segundo grupo obtenemos diferentes combinaciones de éstas, incluyendo amigos y programas gubernamentales.

GRÁFICO 33. Combinación de fuentes financieras para empresas nacientes y nuevas



A continuación, analizaremos las fuentes principales de financiación utilizadas por los empresarios en el inicio de sus empresas, es

decir, los bancos e instituciones financieras, la inversión informal y el capital riesgo.

4.3. Bancos e instituciones financieras

Debido a la importancia que tienen en el proceso de creación de empresas las entidades financieras, en la edición de 2005, se han incluido por primera vez una serie de preguntas orientadas a descubrir cuál es la percepción que tienen los empresarios sobre las entidades bancarias que los apoyan en sus iniciativas

emprendedoras, así como qué es lo que más valoran de ellas en ese proceso.

Así, en la tabla 14, hemos reflejado los factores que más apoyan la puesta en marcha de nuevos negocios por parte de las instituciones financieras tanto en Extremadura como en el conjunto de España.

TABLA 14. Factores que apoyan la creación de empresas por parte de la banca e instituciones financieras. Extremadura y España.

¿De qué forma cree que realizan su apoyo a la puesta en marcha de nuevos negocios las entidades financieras?						
	% de respuesta de empresarios extremeños y españoles					
	Nacientes		Nuevos		Consolidados	
	Extremadura	España	Extremadura	España	Extremadura	España
Facilidades de pago	57,9	46,3	40,9	44,9	25,3	43,5
Asesoramiento	15,8	20,0	13,6	24,5	21,4	22,3
Precios		2,7	4,6	2,4	4,0	3,6
Otros		3,7	4,5	4,4	4,0	4,4
No sabe	26,3	16,8	31,8	13,7	42,7	15,9
Rechaza		10,5	4,5	10,1	2,7	10,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006)

Para Extremadura: elaboración propia.

Lo que más creen los empresarios que los apoya en su labor empresarial son las facilidades de pago por parte de las entidades financieras, independientemente de la fase de desarrollo empresarial en la que se encuentren. Si bien es cierto, que conforme la empresa va madurando en el mercado disminuye la importancia otorgada a este aspecto y cobran relevancia otros aspectos como el asesoramiento o los precios cobrados por los servicios.

Mientras que en Extremadura la importancia dada para el arranque de la empresa a las facilidades de pago baja a menos de la mitad de los empresarios nacientes a los consolidados (57,9% vs. 25,3%), en España el cambio es muy leve (46,3% vs. 43,5%) este descenso. Lo mismo sucede con la mayor consideración que dan los empresarios al asesoramiento aunque en menor nivel. Lo que sí parece observarse en Extremadura es el fuerte incremento del número de respuestas que no contestan o rechazan responder (26,3% vs. 45,4%) a medida que el

empresario avanza en su consolidación empresarial, aspecto que no sucede con la media española.

Por otro lado, la tabla 15, nos muestra lo que más valoran los empresarios de las instituciones financieras a la hora de poner en marcha su negocio. Así, el asesoramiento es muy valorado en los inicios de la empresa en Extremadura, aunque nacionalmente esta valoración es muy estable. También se aprecia cada vez más, conforme crece la empresa, los precios cobrados por las entidades financieras, ya sea en el tipo de interés o en las comisiones.

La disponibilidad horaria, apreciada más por los empresarios nacientes, pierde importancia cuando éstos se han consolidado. También observamos aquí, como son importantes los porcentajes de no respuesta y cómo fluctúan al alza conforme avanza la vida de la empresa.

TABLA 15. Factores que más valoran los empresarios en la ayuda prestada por parte de la banca e instituciones financieras en la creación de empresas. Extremadura y España.

¿Qué valora más de los bancos, cajas y entidades financieras?						
	% de respuesta de empresarios extremeños y españoles					
	Nacientes		Nuevos		Consolidados	
	Extremadura	España	Extremadura	España	Extremadura	España
Asesoramiento	47,4	28,8	27,3	28,9	17,3	25,8
Precio (Financiación tipo de interés)	21,1	18,9	29,6	23,8	28,0	25,7
Precio comisiones		10,8	9,1	10,4	12,0	11,8
Disponibilidad horaria (vía acceso a nuevas tecnologías)	5,3	1,0	4,5	2,6	1,3	1,9
Otros		7,9	13,6	7,4	10,7	6,2
No sabe	15,8	28,2	13,6	22,1	29,3	24,9
Rechaza	10,5	4,4	2,3	4,7	1,3	3,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006)
Para Extremadura: elaboración propia.

4.4. El inversor informal

El proyecto GEM recoge como inversores informales a aquellas personas que en algún momento durante los últimos tres años han proporcionado fondos personales para ayudar a otros en la puesta en marcha de un negocio, excluyendo la inversión en bonos, acciones o fondos comunes de inversión.

El porcentaje de personas entre 18 y 99 años que han estado involucrados como inversores informales en Extremadura desde el 2003 al 2005 ha sido del 1,9%, lo que supone que 12.744 personas han actuado como inversores informales en la región en este tiempo, generando un volumen total de inversión media total estimada de 212 millones de euros. Esto supone que con respecto a 2004 se ha producido un descenso del 11,65%.

Por segundo año consecutivo los porcentajes de participación de la población adulta como inversores informales en iniciativas emprendedoras de otras personas han decrecido con respecto al año anterior, lo que supone un 34,48% menos de inversores que en 2003. No obstante, aunque este año se ha producido un retroceso en la inversión total estimada, ésta ha crecido en dos años un 36,25%. Es decir, tenemos menos inversores informales, pero su inversión media total es mayor.

El gráfico 34 nos muestra los porcentajes de participación de la población adulta como inversores informales en iniciativas emprendedoras de otras personas en el contexto internacional,

Extremadura se encuentra en los valores más bajos, con respecto al conjunto de los países GEM. Ha perdido posiciones con respecto al año anterior y ha aumentado también la diferencia con la media nacional, encontrándonos en último lugar entre todas las comunidades autónomas analizadas en el estudio.

Perfil del inversor informal

Como en años anteriores cabe decir que la muestra de los inversores informales extremeños no es significativa, por lo que todos los datos relacionados con éstos los tomaremos de forma orientadora. La comparación con los de la media nacional nos aporta un criterio para la interpretación y fiabilidad de los datos obtenidos en Extremadura, ya que la sub-muestra nacional es suficientemente representativa, ya que para este año se ha superado las 20.000 realizadas en toda España

La tabla 16 recoge el perfil del inversor informal nacional y extremeño.

Según la edición del 2005, el inversor informal extremeño se localiza en casi un 60% en zonas urbanas, es hombre (57,4%) en la mayoría de los casos, de 54 años de edad, que trabaja (71,1%), con un nivel de estudios primarios (72,5%), con nivel de renta bajo (64,9%) y que mantienen una relación familiar directa con las personas beneficiarias de su ayuda (88,6%), que como media es de 16.641 euros, que destinan a crear sus empresas principalmente en el sector de la transformación (73,7%) y en sectores orientados al consumidor o empresas (26,3%).

Este año hemos encontrado bastantes variaciones con respecto al año anterior en el perfil del inversor informal. La edad media del inversor ha subido de 40 a 54 años, su nivel de renta de se concentra más en niveles bajos, es más urbano, se ha acrecentado de forma importante la relación familiar directa del inversor con el beneficiario de la inversión y a pesar de que la

A pesar de que la deseabilidad personal o social hacia la creación de empresas haya subido entre los inversores informales, la intención para acometer la creación de una empresa en los próximos tres años ha disminuido (18,2% vs. 12,2%). La percepción de menos oportunidades empresariales en los próximos seis meses (38,9% vs. 22,8%), el obstáculo del miedo al fracaso (36,4% vs. 49,1%) o el incremento del cierre de empresas propias por

mayoría han sido hombres, la mujer ha vuelto a participar con fuerza en la inversión informal (42,6%). El 28,9% de las personas que manifestaban trabajar lo hacían en su domicilio como amas de casa. Quizás podemos encontrar una relación entre las variables relación familiar directa con el beneficiario de la inversión, amas de casa y niveles bajos de renta.

En general, el inversor informal piensa que existe una mayor deseabilidad social hacia la creación de empresas, puesto que la opción de ser empresario como carrera profesional aumenta (66,7% vs. 89,9%), la consideración de que lograr el éxito empresarial es sinónimo de alcanzar un alto estatus social también crece (45% vs. 85,1%), y además, piensan que los medios de comunicación han cubierto en mayor medida que el año anterior suficiente información sobre nuevos negocios o empresarios (33,4% vs. 79,1%).

parte de éstos (4,5% vs. 32,3%), puede haber supuesto que la intención final hacia la creación de un nuevo negocio se haya visto afectada.

El año anterior, el perfil del inversor informal extremeño coincidía bastante con el del inversor informal medio español, pero este año encontramos bastantes peculiaridades por lo que estudios más profundos y el tiempo nos aclararán estas diferencias.

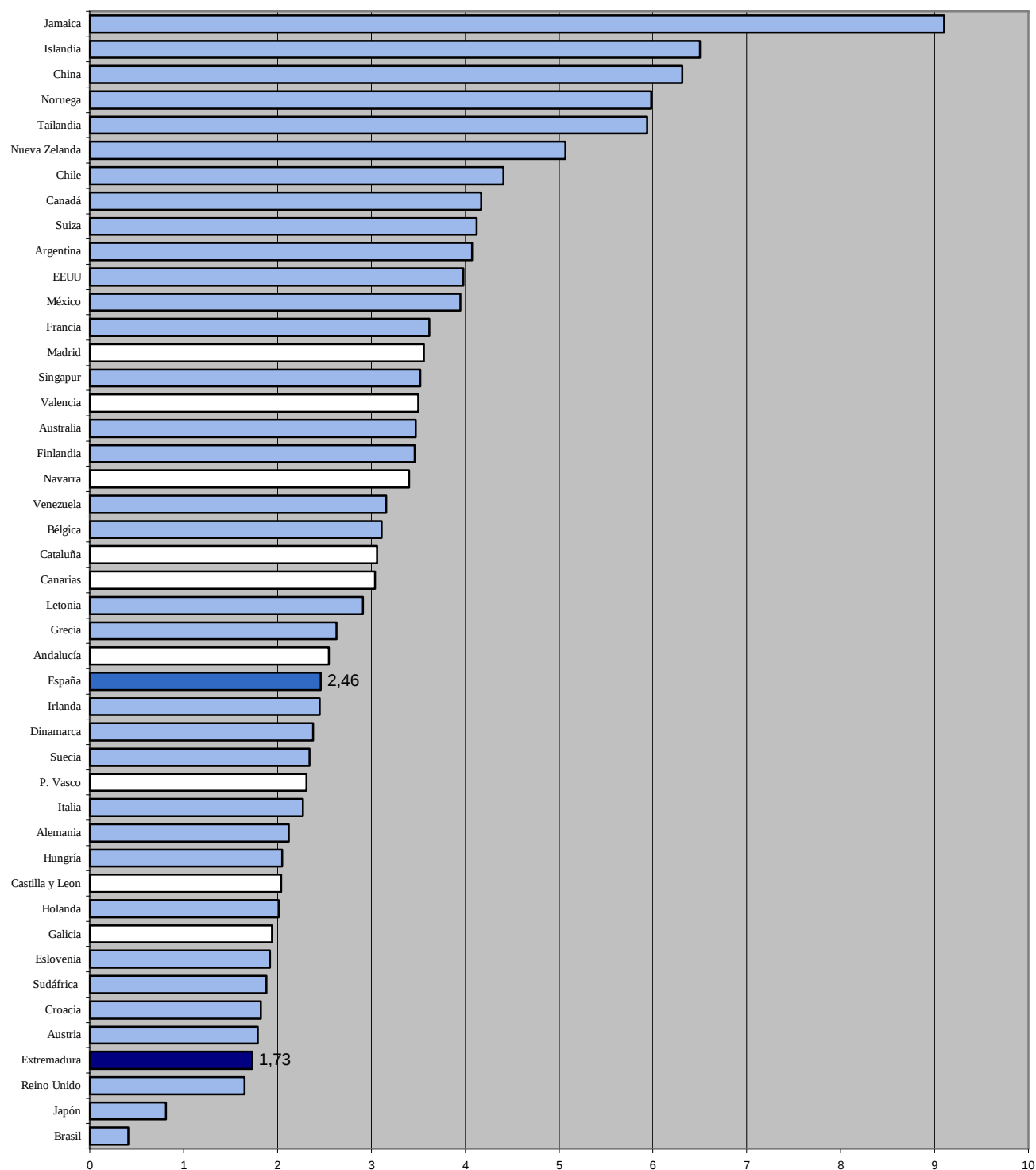
GRÁFICO 34. Situación de la inversión informal en los países GEM

TABLA 16. Perfil del Inversor Informal en España y Extremadura.

	España (%)	Extremadura (%)
% Hombres	53,3	57,4
Edad media	43,7	54,06
Trabaja:		
- A Tiempo completo/parcial	92,2	71,1
- Amas de casa	3,4	28,9
- Estudiante	1,6	
- Jubilado	1,6	
- No trabaja	1,3	
Trabaja por cuenta propia	57,1	55,8
Trabaja por cuenta ajena	35,1	15,4
Otras situaciones	7,8	28,9
Nivel de estudios:		
- Hasta nivel secundario (sin estudios o primarios)	26,2	72,5
- Secundarios	20,8	9,2
- Superiores	52,7	18,3
Nivel de renta:		
- Bajo	24,7	64,9
- Medio	20,9	15,1
- Alto	35,7	13,7
- No contestan	18,7	6,3
Considera que es más fácil crear una empresa hoy que hace diez años	42	46,8
Inversores informales que están acometiendo la creación de una empresa independiente de otro trabajo	20	36,2
Inversores informales que están acometiendo la creación de una empresa en combinación con otro trabajo	10,7	3,4
Inversores informales que son actualmente propietarios de un negocio del cual son propietarios-gerentes	29,2	38,9
Espera acometer la creación de una empresa en los próximos 3 años	20	12,2
Ha cerrado una empresa propia en los últimos 12 meses	9,2	32,3
Percibe buenas oportunidades de negocio en España o Extremadura en los próximos 6 meses	37,9	22,8
Cree poseer conocimientos y habilidades para crear una empresa	70	59,6
El miedo al fracaso no es un obstáculo para crear una empresa	62,8	50,9
Ser empresario es una buena opción como carrera profesional	66,1	89,9
Lograr el éxito empresarial es sinónimo de lograr un alto estatus social	65,6	85,1
En España o Extremadura los medios de comunicación cubren suficientemente la información sobre nuevos negocios y empresarios	48,8	79,1
Inversión media que realiza un inversor informal (en euros)	18.763	16.641
Tipo de negocio en el que invierten:		
- Sector de la transformación	26,7	73,7
- Sectores orientados al consumidor	46,9	18,6
- Servicios para empresas	24	7,7
- Sector extractivo	1,1	
- Otros	1,3	
Zona urbana	88,2	59,6
Zona rural	11,8	40,4
Relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión:		
- Familia directa (esposa, hijos, hermanos, nietos, etc.)	56,5	88,6
- Otras familiares menos directos (primos, sobrinos, parientes)	6,3	2,1
- Compañeros de trabajo	8,3	
- Amigos, vecinos, conocidos	19,2	9,2
- Otros	2,3	
- Rechazan especificar el tipo de relación	7,4	

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006)

Para Extremadura: elaboración propia.

Retorno de la inversión informal

Como ya mencionamos el año anterior, el caso extremeño, no es el del "Business Angel" profesional, sino el del inversor informal que

pone dinero en negocios de otras personas con las que mantiene una relación de cercanía. Este año, una relación familiar casi en el 91% de los casos.

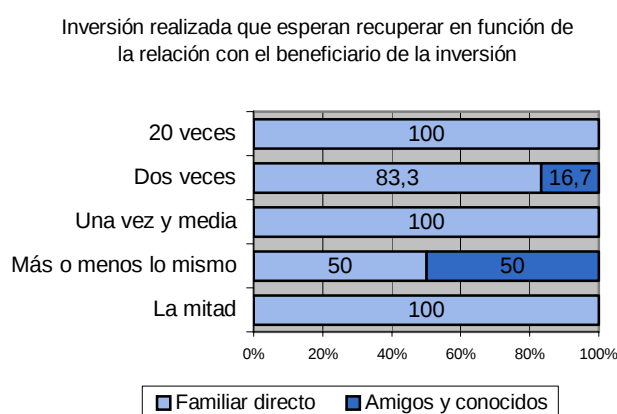
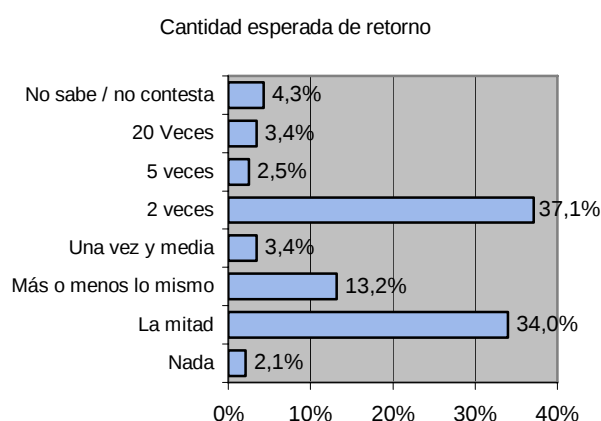
Así, solo el 9,2% de los inversores han sido amigos y conocidos, mientras que el 88,6% eran familiares directos (esposa/o, hijos, hermanos, nietos, etc.) y el 2,1% familiares indirectos (primos, sobrinos o parientes).

En función de esta relación que les une con el beneficiario de la inversión, el inversor informal se ha comportado de forma radicalmente distinta al del año pasado. Mientras éste daba la inversión por perdida en el 80% de los casos cuando se trataba de un familiar directo o en el

20% si eran otros familiares, este año, el inversor se ha comportado de forma más profesional y no ha dado por perdida la inversión en casi ningún caso, esperando recuperar al menos la mitad de su dinero, o incluso llegando a multiplicar por 20 su inversión. La mayor parte de las veces espera recuperar o la mitad o el doble.

Por su parte, los amigos y conocidos esperan recuperar al menos lo que invirtieron o incluso duplicarlo.

GRÁFICO 35. Cantidad esperada de retorno de la inversión por parte del inversor informal y cantidad de la inversión realizada que espera recuperar en función de la relación que tiene con el beneficiario.



En cuanto al tiempo estimado de retorno, el 88,6% de inversores informales esperan recuperar su inversión en un horizonte temporal de dos años, siendo pocos los que esperan más tiempo o no creen en su retorno.

Por otro lado, en función de la relación que mantienen con el beneficiario de la inversión, todos los que esperan más de dos años son familiares muy cercanos al empresario, mientras que los amigos y conocidos esperan entre uno y dos años para recuperar su dinero.

También los que lo prestan con un periodo menor a dos años son casi todos familiares directos.

4.5. El capital riesgo

El capital riesgo se ha ido abriendo paso en el sistema financiero español¹⁰, desarrollándose cada vez más tanto en términos cualitativos como cuantitativos, cobrando un dinamismo importante tanto en el volumen de inversión o en el número de operaciones realizadas como en captación de fondos y desinversión.

Sin duda, este crecimiento y madurez parece estar cumpliendo una labor importante dentro del sistema financiero de intermediación, sobre todo

¹⁰ Según la Asociación Española de Entidades de Capital-Riesgo (ASCRI) en su informe del 2006, por tercer año consecutivo se han alcanzado máximos históricos en los volúmenes de inversión de capital riesgo en España, registrándose en 2005 un importe de 4.117 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 106% con respecto al año 2004. (Fuente: ASCRI/webcapitalriesgo)

en empresas medianas o grandes y en una fase avanzada de su desarrollo empresarial, pero aún sigue teniendo una participación muy pequeña en el apoyo a la financiación de las nuevas empresas, ya que según menciona la Asociación Española de Entidades de Capital-Riesgo (ASCRI) en su informe del 2005, *“las inversiones realizadas en empresas en fases iniciales alcanzaron un nuevo mínimo histórico y tan solo recibieron el 3,5% del volumen invertido en capital riesgo”* durante 2004.

Esto supone que si en este año el volumen de inversión total rondó los 2000 millones de euros, las empresas en fases iniciales recibieron 70 millones en la totalidad del territorio español.

El gráfico 37 nos muestra la proporción que el capital semilla, destinado a financiar a empresas en su fase inicial, representa sobre los fondos totales aportados por el capital riesgo. Esto supone que por término medio en España, de

cada 100 euros invertidos, sólo una ínfima parte se destina a financiar empresas en sus fases iniciales de desarrollo

Como contrapunto a esto, la inversión informal, se ha revelado como una importante fuente de recursos financieros para el inicio de nuevas actividades empresariales, sobre todo al compararla con el capital riesgo, ya que si este último representó en Extremadura en 2005 una inversión total de 19 millones de euros, según las mismas fuentes mencionadas anteriormente, el volumen total estimado de inversión informal para la región en el mismo año fue de 212 millones de euros, según los datos GEM, es decir, unas 11,16 veces mayor.

Estos datos y los de años anteriores podemos verlos en la tabla siguiente. Un rápido vistazo nos dará una rápida perspectiva en cuanto a la importancia de un tipo de inversión u otra para la región.

GRÁFICO 36. Tiempo estimado de retorno de la inversión y tiempo de retorno en función de la relación que tiene con el beneficiario.

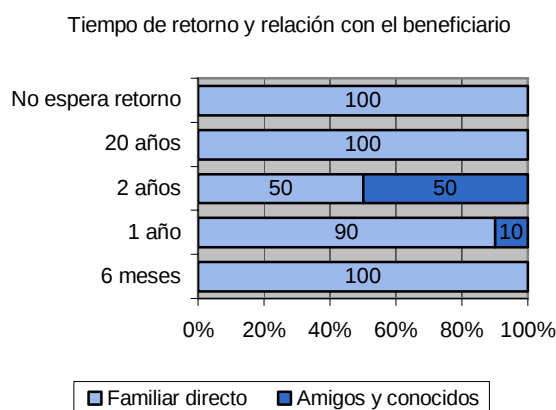
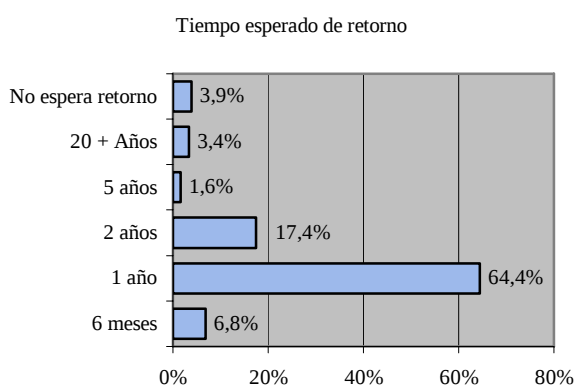
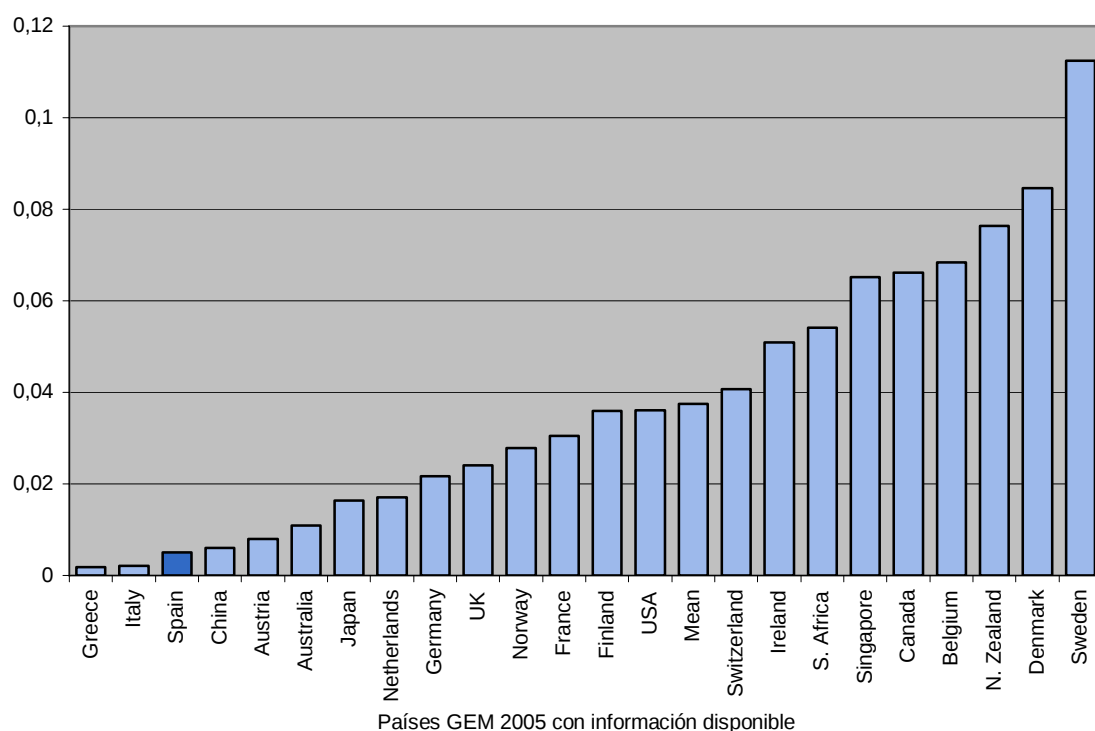


GRÁFICO 37. Capital semilla aportado por el Capital Riesgo (Early Stage VC) como porcentaje de la Inversión Total (Classic VC) en 2005.



Fuente: De la Vega, I; Coduras, A.; Cruz, C.; Justo, R.; Pía, M. (2006).

TABLA 17. Capital riesgo vs. Inversión informal

(Millones de €)	2003	2004	2005
Volumen total de inversiones del capital riesgo en Extremadura *	17,5	17,8	19
Volumen total estimado de inversión informal en Extremadura según los datos del Proyecto GEM.	155,6	240	212
Número de veces que es mayor la inversión informal que el capital riesgo en Extremadura	8,89	13,48	11,16

***Fuente:** Asociación Española de Entidades de Capital-Riesgo (ASCRI): Informes 2004, 2005, 2006.

5. MUJER Y CREACIÓN DE EMPRESAS

5.1. Actividad emprendedora femenina

Para 2005 (julio 2004 a julio 2005), se ha estimado que 46.821 personas en edad de trabajar han estado involucradas en actividades emprendedoras. De ellas, 18.393 han sido mujeres, lo que supone que por cada mujer que

pone en marcha su negocio, lo hacen 1,55 hombres.

Estos datos nos reflejan una recuperación de la actividad emprendedora femenina, ya que con respecto al año anterior ha habido un 35,12% más de mujeres involucradas en iniciativas de creación de empresas. En cambio, el número de hombres que se han visto implicados en los procesos emprendedores ha sido un 8,7% menor.

TABLA 18. Estimación del número de personas involucradas en la actividad emprendedora en Extremadura. Años 2003 a 2005.

	2003	2004	2005*	Variación 2003/04	% 2003/04	Variación 2004/05	% 2004/05
Nº de Hombres	29.986	31.149	28.428	+ 1.163	+ 3,9%	- 2.721	- 8,7%
Nº de Mujeres	19.222	13.612	18.393	- 5.610	- 29,2%	+ 4.781	+ 35,12%
Total	49.208	44.761	46.821	- 4.447	- 9%	+ 2.060	+ 4,6%

* Elaboración datos según US CENSUS

La tabla siguiente nos ofrece el análisis del TEA (Total Entrepreneurial Activity) desglosado por sexo y motivación, que nos sirve para ahondar en esta recuperación de la actividad emprendedora femenina. Así, vemos que mientras el TEA de los hombres ha bajado un 10,71%, el de las mujeres ha subido un 32,21% con respecto a 2004.

Las bajadas del TEA masculino se deben a que ha habido un 26,22% menos de hombres que han puesto en marcha iniciativas emprendedoras por oportunidad. Bajada que no ha podido ser

compensada con el fuerte incremento (128,6%) de las iniciativas debidas a la necesidad.

En cambio, el TEA femenino se ha visto incrementado porque las mujeres han creado más empresas por oportunidad que el año anterior, aunque hayan emprendido bastantes menos por necesidad.

En definitiva, la actividad emprendedora de la mujer se ha recuperado, creando más empresas por oportunidad y menos por necesidad. Caso contrario al de los hombres, que han emprendido menos por oportunidad y más por necesidad que el año anterior.

TABLA 19. Actividad Emprendedora Total (TEA). Desglose por motivación, sexo y año.

	Tea	Tea hombres	Tea mujeres	Tea oportunidad hombres	Tea oportunidad mujeres	Tea necesidad hombres	Tea necesidad mujeres
Año 2003	7,69	9,51	6,09	7,28	4,48	2,42	1,25
Año 2004	6,97	9,52	4,16	8,81	3,43	0,7	0,73
Año 2005	6,98	8,5	5,5	6,5	4,9	1,6	0,4
% Variación 2003/2004	-14,3%	+ 0,1%	- 31,7%	+ 21%	-23,4%	-71,1%	-41,6%
% Variación 2004/2005	+0,14%	-10,71%	+32,21%	-26,22%	+42,85%	+128,6%	-45,2%

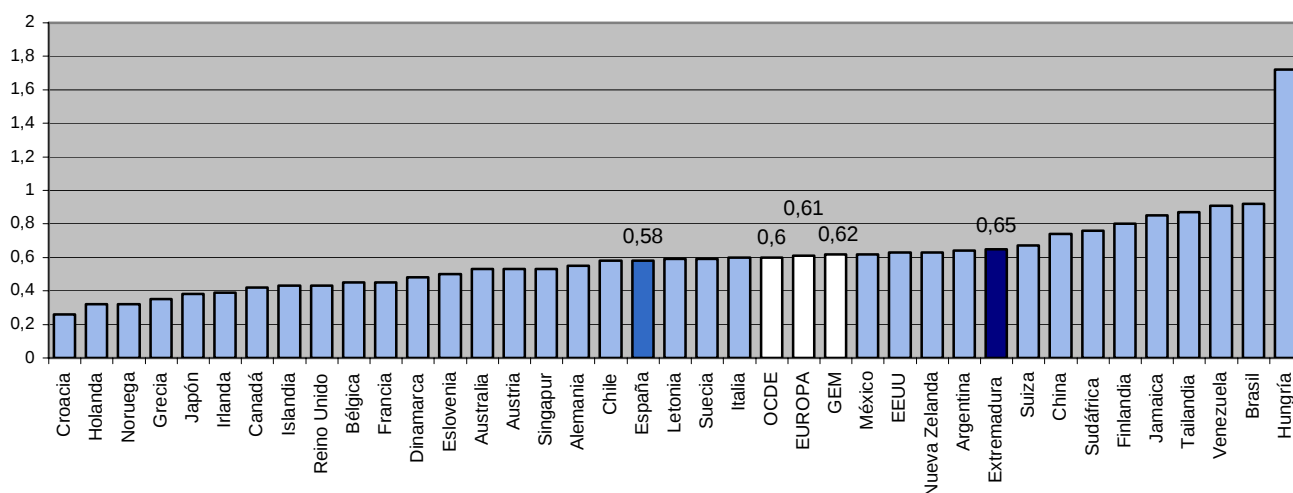
Este aumento de la actividad empresarial femenina durante 2005 se ha visto reflejada internacionalmente a través del ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre que nos ofrece el

TEA (tea05mujer/tea05hombre). Por cada hombre que ha estado involucrado en actividades emprendedoras en 2005, ha habido 0,65 mujeres implicadas en las mismas. Con este ratio,

Extremadura recupera posiciones con respecto al año anterior y se sitúa en décimo lugar, entre los países GEM y en cuarto entre los países europeos y de la OCDE, detrás de Hungría,

Finlandia y Suiza, estando por encima de la media española (0,58) y de las medias GEM (0,62), europea (0,61) y de la OCDE (0,60).

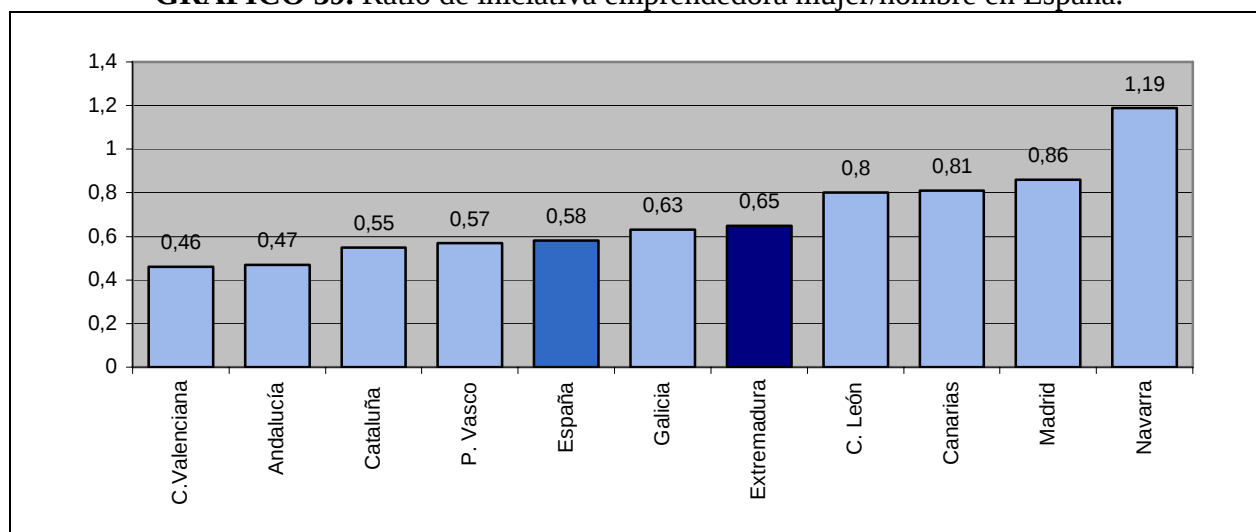
GRÁFICO 38. Ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre en los países GEM



Por otro lado, dentro de España, observamos cómo hay cuatro comunidades con valores superiores al extremeño (Navarra, Madrid, Canarias y Castilla León), Galicia con un valor similar, y otras dos (Cataluña y País Vasco) con valores muy cercanos a la media, lo que nos

ofrece una panorámica general media-alta de la participación de la mujer española en la creación de nuevos negocios en el contexto GEM, en el que Navarra se situaría en segundo lugar detrás de Hungría con un 1,19 de ratio.

GRÁFICO 39. Ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre en España.



5.2. Perfil de la mujer emprendedora

Por segundo año consecutivo tratamos de acercarnos al perfil de la mujer emprendedora a través de diferentes características socioeconómicas como sexo, edad, nivel de estudios y nivel de renta.

Este año se han recuperado niveles parecidos a los de 2003 en cuanto a la diferencias entre hombres y mujeres a la hora de crear un negocio. Si bien, aún existen 20,6 puntos porcentuales de diferencia.

La edad media de la mujer emprendedora en Extremadura ha sido de 39 años, mientras que la del hombre se ha situado en 39,92 años. La mujer tiene más presencia que el año anterior entre los grupos de mayores de 45 años y de 18 a 24, en donde no solo ha emprendido más que los hombres, sino que ha tenido un incremento del 464,3%. Menor presencia en la actividad emprendedora tienen este año los grupos de edad de 25 a 44 años, que disminuyen sus valores con respecto a 2004.

El grupo de edad más activo ha sido el de 35 a 44 años, aunque tanto el porcentaje de hombres como de mujeres ha sufrido un retroceso (20,6% vs. 16,6%).

Por otro lado, ha habido menos hombres entre 35 y 55 años o entre 18 y 24 que hayan creado su propio negocio, mientras que han aumentado entre los jóvenes hombres entre 25 y 34 años y los mayores de 55 años.

En el capítulo tres, al analizar el perfil del empresario, comentábamos la tendencia que se está produciendo desde 2003 en cuanto que ha aumentado el número de personas que acometen actividades empresariales con un nivel de estudios primarios y universitarios, mientras que disminuye la actividad de aquellos que tienen

estudios secundarios. Pues bien, al segmentarlos por sexo, encontramos una mayor participación de la mujer en todos los niveles de estudios, incluso en el secundario (128,6% más). Destaca el aumento (167,6%) que se ha producido en el último año de universitarias que se han involucrado en iniciativas emprendedoras.

En cuanto al nivel de renta, mientras que la mujer parece tomar iniciativas emprendedoras independientemente de éste, el hombre con rentas bajas o medias ha predominado a la hora de crear su propia empresa.

Por último, es de destacar el incremento general de la actividad emprendedora femenina tanto en zonas urbanas (55,2%) como en rurales (80,7%), en donde han emprendido más que los hombres, y tanto en la provincia de Badajoz (2,15%) como en la de Cáceres (167,6%).

En segundo lugar, la empresaria extremeña percibe en menor medida buenas oportunidades para invertir en los próximos 6 meses (28% vs. 50%). En España, esta diferencia es menor entre los empresarios (45% vs. 55%) como entre los que no lo son, aspecto que sucede igual entre los no empresarios extremeños (35% vs. 37%).

En cuanto al conocimiento, habilidades y experiencia para poner en marcha una empresa, tanto en Extremadura como en España, un altísimo porcentaje de los empresarios manifiestan estar preparados para crear su empresa. Aproximadamente el doble de los no empresarios.

Por último, en Extremadura, la mujer en general manifiesta mayor miedo al fracaso, al igual que sucede a escala nacional con los no empresarios. Sin embargo, no parecen existir diferencias en el temor a fracasar entre los empresarios españoles en función del sexo (26% vs. 27%).

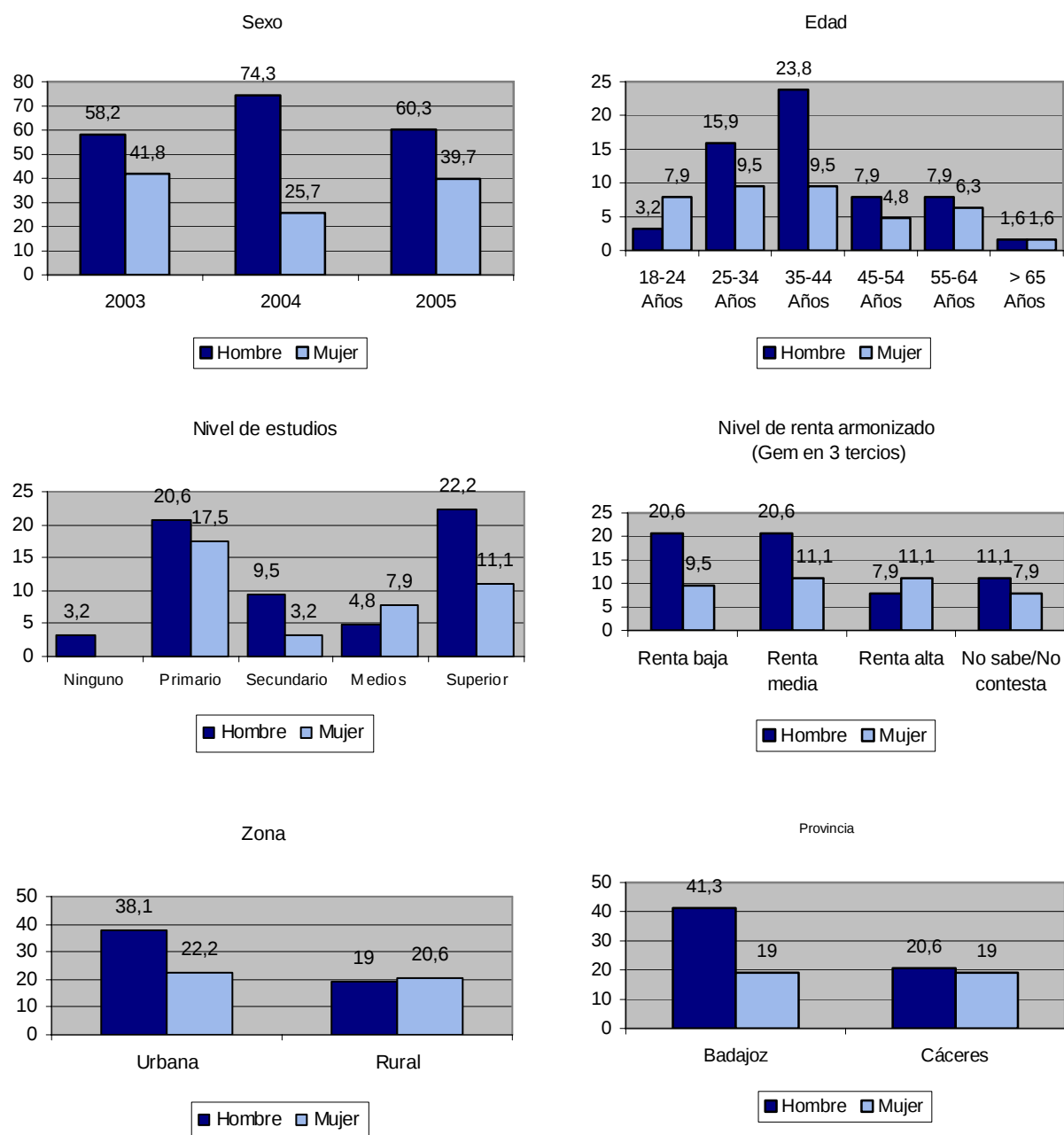
GRÁFICO 40. Características socioeconómicas por sexo de los nuevos empresarios. Sexo, edad, nivel de estudios, nivel de renta (en %).

TABLA 20. Comparación de los factores psico-sociales en función del sexo. Extremadura y España

	Empresarios (% Sí)				No empresarios (% Sí)			
	Extremadura		España		Extremadura		España	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Conoce empresario que crea una empresa en 2 últimos años	50,1	52,0	59	48	27,9	19,4	40,0	26,0
Buenas oportunidades en los próximos 6 meses	50,0	28,0	55,0	45,0	27,5	22,1	37,0	35,0
Conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	84,2	88,0	90,0	86,0	41,3	37,2	48,0	45,0
Miedo al fracaso	26,3	40,0	26,0	27,0	45,7	55,6	46,0	51,0

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006)

Para Extremadura: elaboración propia

5.3. Apoyo institucional a la mujer emprendedora

Como en años anteriores, con este apartado hemos tratado de aproximarnos al apoyo que por parte de las instituciones se está ofreciendo a la mujer a la hora de crear nuevas iniciativas empresariales. Este año se ha ampliado este apartado con dos nuevos aspectos: el tipo de instituciones y de asesoramiento recibido.

Los datos del informe nacional indican que en términos generales no existen importantes diferencias entre hombres y mujeres en cuanto al tipo de institución utilizada por parte de éstos para la creación de una empresa, aunque estas diferencias parecen ser algo más relevantes en cuanto al tipo de asesoramiento recibido (De la Vega, et al, 2006).

En Extremadura, las diferencias parecen ser un tanto mayores que en España y además, cambian las preferencias en cuanto a las instituciones empleadas y el tipo de asesoramiento utilizado.

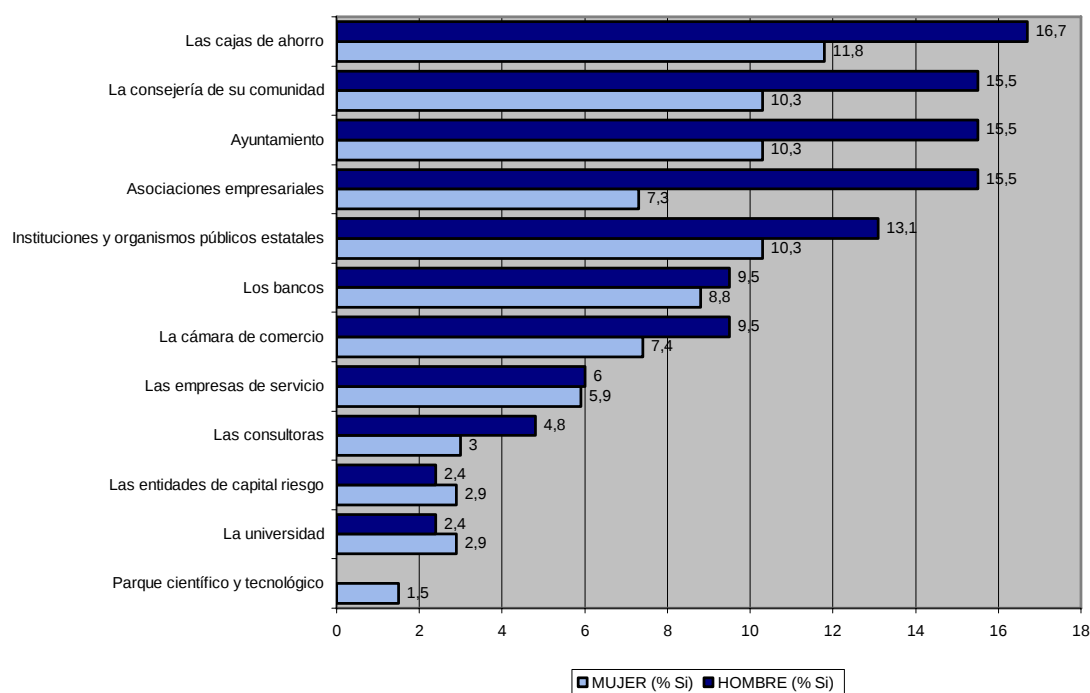
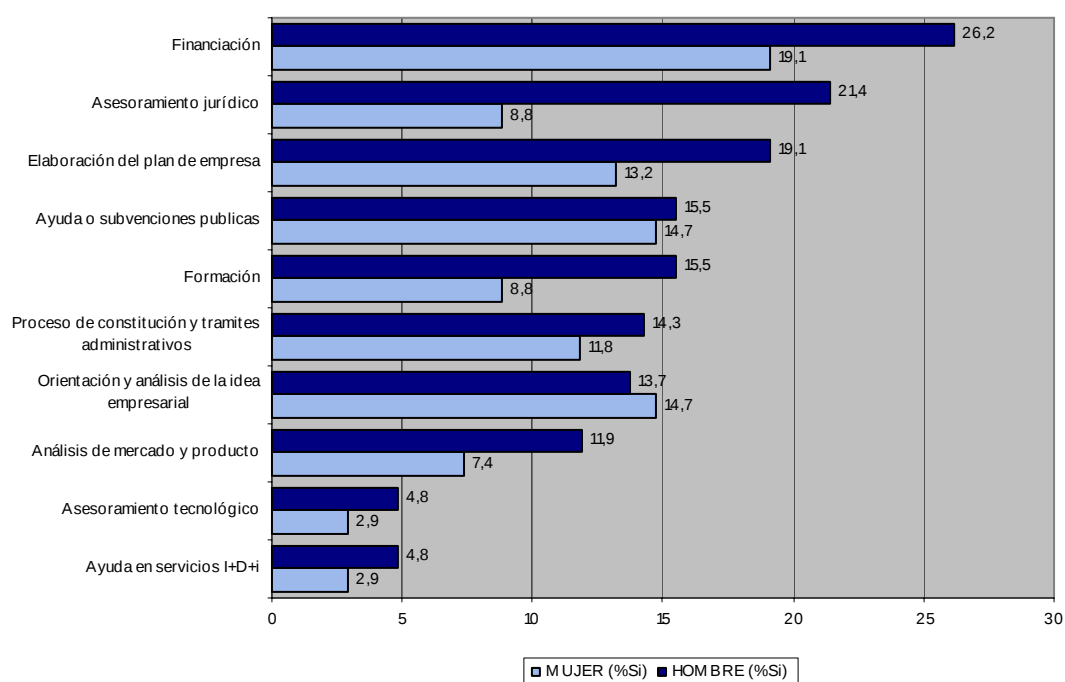
Mientras que en España se usan fundamentalmente las instituciones y organismos públicos estatales, los bancos, cajas de ahorro, consejería de la comunidad o cámaras de comercio, en Extremadura, son las cajas de ahorros junto con las consejerías, ayuntamientos,

asociaciones empresariales o instituciones y organismos públicos los preferidos por los empresarios a la hora de montar su empresa.

Los parques científicos y tecnológicos, las entidades de capital riesgo o la universidad, son los que menos se utilizan tanto en España como en Extremadura.

En general, como observamos en el gráfico, la utilización por parte de las mujeres es menor que la de los hombres, aunque en algún caso, como en los citados como menos utilizados en el párrafo anterior, son las mujeres las que los usan en mayor medida o incluso son las únicas, como sucede con los parques científicos y tecnológicos.

En cuanto al tipo asesoramiento recibido de la principal institución a la que acudieron en busca de ayuda o apoyo, hay sustanciales diferencias con las medias españolas, ya que el tipo de institución a la que se acudido condiciona el tipo de asesoramiento recibido. Así, la financiación, el asesoramiento jurídico en la creación de la empresa, o el técnico, en cuanto a la elaboración del plan de empresa, son los más buscados por los hombres, mientras que las mujeres, además del financiero, prefieren el asesoramiento sobre ayuda y subvenciones públicas, orientación y análisis de la idea empresarial o la elaboración del plan de empresa.

GRÁFICO 41. Tipo de instituciones utilizadas en la creación de empresas en función del sexo.**GRÁFICO 42.** Tipo de asesoramiento recibido de la principal institución a la que acudió en función del sexo.

Además de estos dos nuevos aspectos utilizados en la evolución del apoyo institucional, también reflejamos a continuación la opinión de los

expertos entrevistados en relación con los cinco temas reflejados en el gráfico siguiente.

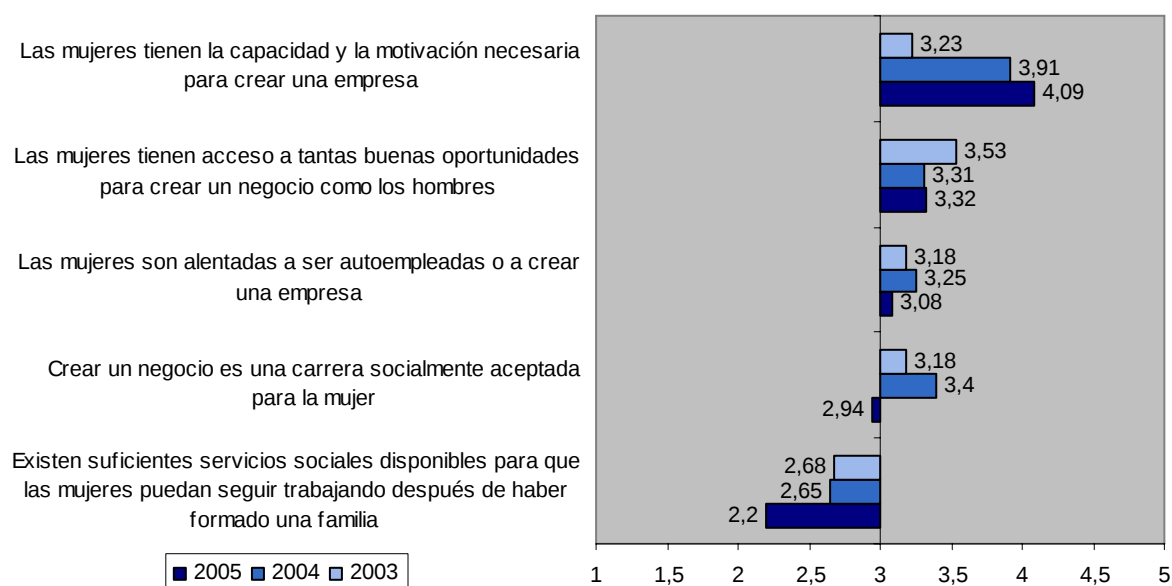
Después de tres años podemos observar ciertas tendencias en cada uno de los apartados. En 2005, la opinión de los expertos es más bien positiva (mayor del 3) en tres de los aspectos y negativa en los otros dos.

Durante tres años consecutivos aumenta la valoración de los expertos sobre las capacidades y motivación necesaria para crear una empresa por parte de las mujeres, pero empeoran o se mantienen estables las opiniones sobre el acceso a buenas oportunidades para montar un negocio

o el sobre el fomento a la mujer para crear su propia empresa.

Por primera vez este año tiene una valoración por debajo de la mitad el que el crear un negocio sea una carrera profesional socialmente aceptada para la mujer. Igualmente, baja la consideración, ya negativa, de los expertos en cuanto a que existan servicios sociales disponibles para conciliar la vida familiar con la profesional una vez que la mujer haya puesto en marcha su empresa.

GRÁFICO 43. Evaluación del apoyo a la mujer que crea una empresa en Extremadura. Opinión de los expertos. Año 2003 a 2005.



6. OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y HABILIDADES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EXTREMADURA

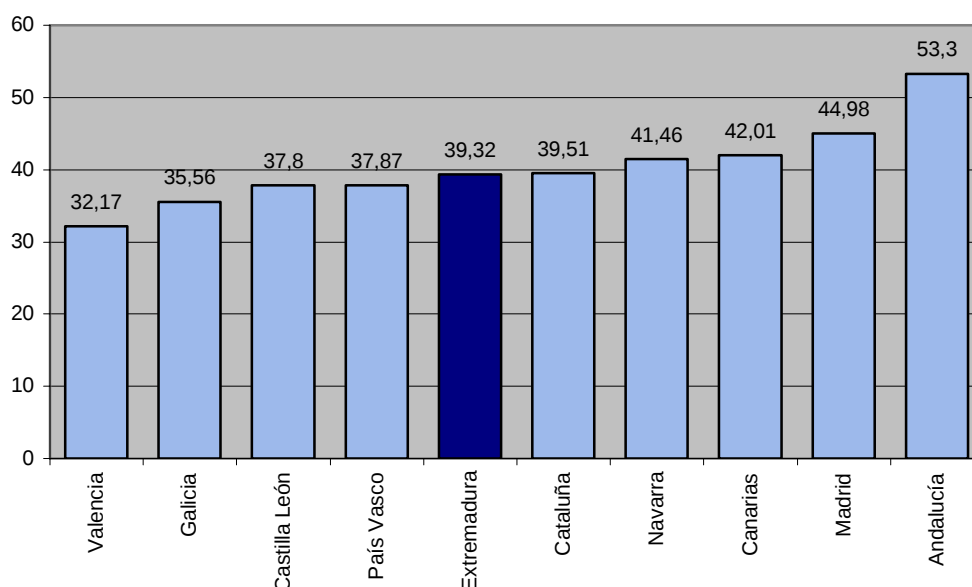
Este capítulo recoge cómo se perciben las oportunidades para emprender un negocio, cuál es la motivación que tiene la sociedad extremeña para aprovechar estas oportunidades y si la población posee la capacidad para crear y desarrollar una nueva empresa. Para ello, se han utilizado respuestas de la población en general extremeña y de los expertos seleccionados.

6.1. Percepción de oportunidades

El 39,32% de la población extremeña entre 18 y 64 años, percibía buenas oportunidades de negocio entre julio y diciembre de 2005. Este dato eleva las expectativas sobre las oportunidades para crear empresas con respecto a 2004 en un discreto 5,75%.

La situación de Extremadura con respecto a las otras comunidades, nos muestra una posición intermedia entre las buenas perspectivas de los andaluces (53,3%) y las menos optimistas de los valencianos (32,17%). Mientras que Castilla León, País Vasco, Canarias, Madrid o Andalucía ha visto crecer sus expectativas de buenas oportunidades, Valencia y Cataluña las han empeorado.

GRÁFICO 44. Porcentaje de la población adulta que percibe buenas oportunidades para la creación de empresas hasta diciembre de 2005. Regiones españolas.



Según los datos del informe nacional, el porcentaje de percepción de oportunidades en España ha decrecido de forma importante en este año en un 28,2%. Si observamos la evolución temporal, que muestra la tabla 21, vemos que aunque con algún repunte en el 2004 la tendencia

ha sido a la baja, llegando a acumular un descenso en las expectativas sobre las buenas oportunidades de un 41,67%, sobre todo a partir del 2003, ya que estos últimos tres años acumulan un 29,16% de la bajada total.

TABLA 21. Evolución temporal del porcentaje de población de 18-65 años que percibe buenas oportunidades para emprender en España en los 6 meses posteriores a la entrevista.

Evolución del indicador de percepción de oportunidades por parte de la población					
2000	2001	2002	2003	2004	2005
48%	48%	42%	35%	39%	28%

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006: p. 113)

Por otra parte, la opinión media¹¹ dada por los expertos de las distintas regiones, nos revela una situación en la cual, Extremadura se halla como el año anterior, por encima del resto de comunidades autónomas, habiendo incluso incrementado la evaluación media de 3,24 a 3,33.

En definitiva, cuando hacemos una comparación con otras regiones, observamos que la opinión de los expertos difiere de la del resto de la población obteniéndose una situación distinta en el gráfico, aunque solo en Extremadura, Valencia, Navarra o Canarias, las diferencias de colocación son importantes.

Al profundizar en la opinión de los expertos extremeños acerca de la percepción de oportunidades de negocio en la región durante los últimos seis meses de 2005 y compararla con la de los dos años anteriores, observaremos los cambios o continuidades en sus opiniones. El gráfico 46 nos muestra estas variaciones para las diferentes preguntas efectuadas.

Como nos reafirmaba el gráfico anterior, la percepción de los expertos respecto a las buenas oportunidades se ha incrementado desde 2003, pasando de una situación negativa (2,39) a una positiva (3,33).

Siguen pensando que existe una escasez de empresarios, ya que creen que hay más buenas oportunidades que gente para llevarlas a cabo y aunque baja el indicador de su opinión sobre el considerable aumento de buenas oportunidades

en los últimos cinco años, aún se mantiene positivo y por encima del valor de 2003.

Por otro lado, siguen manifestando un punto de vista negativo en cuanto a la facilidad de las personas para dedicarse a explotar oportunidades empresariales, no habiendo variado su opinión con respecto al año anterior.

En cambio, pese a seguir en valores más bien negativos, sí parece mejorar la opinión de los expertos por segundo año consecutivo sobre la existencia de muchas y buenas oportunidades para crear empresas de rápido crecimiento.

¹¹ Valor obtenido mediante un análisis factorial que resume en una sola variable las cinco preguntas sobre percepción de oportunidades efectuadas a los expertos.

GRÁFICO 45. Evaluación media de la percepción de oportunidades de negocio por los expertos en escalas de 1-5 (falso-cierto). Regiones españolas.

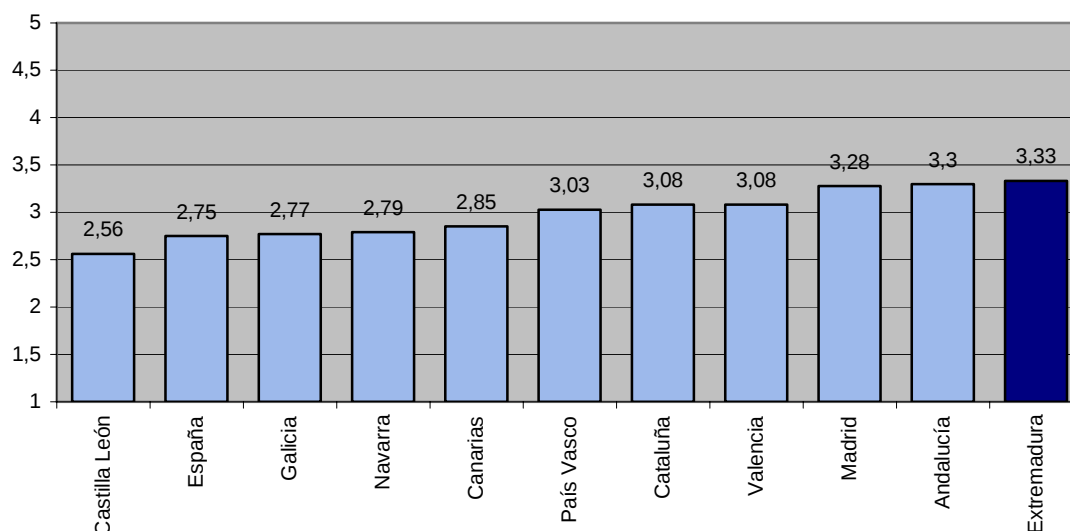
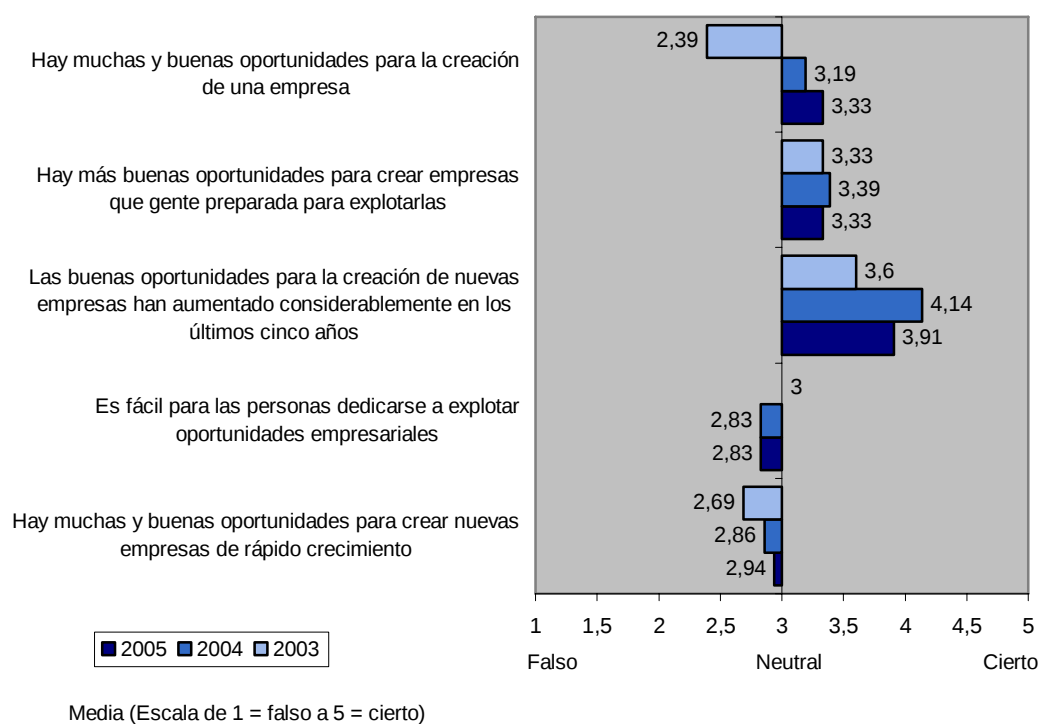


GRÁFICO 46. Evaluación de la percepción de oportunidades de negocio en Extremadura por parte de los expertos.



6.2. Motivación para aprovechar las oportunidades

La motivación personal es imprescindible para aprovechar las oportunidades de negocio existentes y convertirlas en nuevas empresas. Por ello, este año hemos querido profundizar más en este aspecto e incluimos en el informe los resultados de diferentes preguntas relacionadas con la motivación para emprender que condicionan la deseabilidad hacia la creación de empresas (deseo individual o social) y la viabilidad percibida para poner en marcha un nuevo negocio.

Según Shapero y Sokol (1982), el deseo percibido se define como el grado en el que un individuo encuentra atractiva la creación de una empresa, es decir, la inclinación que se tiene hacia esta creación.

La deseabilidad social (Krueger, 1998), hace referencia a la percepción que tiene el individuo sobre qué pensarán las personas más cercanas e importantes de su vida con relación a que cree una empresa, si lo verán como deseable o no. Las normas sociales están unidas a estas percepciones, ya que en el entorno de la comunidad en la que viven, los potenciales empresarios pueden tener un amplio y difuso grupo de referencia, que puede incluir a la familia, los amigos, los compañeros de profesión o estudio, los representantes de instituciones de ayuda a la empresa, los empresarios conocidos, e incluso las creencias culturales de la sociedad hacia el empresario, su imagen, prestigio, etc. Los entornos de referencia para el empresario serán la familia, la comunidad, los amigos, etc. (Krueger y Brazeal, 1994).

Como menciona North (1994), las percepciones derivadas del aprendizaje colectivo, se ven

plasmadas en la cultura de la sociedad, y ésta, puede condicionar la deseabilidad social hacia la creación de empresas.

Las normas pueden reflejar frecuentemente la influencia de los valores sociales y las actitudes y han sido identificadas como una importante barrera a la creatividad y la innovación (Shane, 1992).

Por su parte, la viabilidad percibida es el grado en el que uno cree que es capaz de poner en marcha una empresa. Supone el mayor o menor grado en el que vemos la posibilidad como factible. Las percepciones de viabilidad parecen estar estrechamente relacionadas con las percepciones de autoeficacia (Azjen, 1987), ya que la autoeficacia percibida es entendida como la habilidad personal percibida para ejecutar una conducta determinada, es decir, la competencia y control personal en una situación dada. *“La autoeficacia se ha unido teórica y empíricamente con fenómenos relacionados con la conducta gerencial, el conocimiento directivo y de forma directa con la creación de empresas”* (Krueger y Brazeal, 1994 : 94).

La tabla 22, nos ofrece algunos resultados sobre la motivación para emprender. En ella observamos que en términos generales los porcentajes de respuestas con respecto a 2004 no han variado mucho este año, apreciándose una mayor subida en el deseo de la población para que todo el mundo tenga un nivel de vida similar. El obstáculo del miedo al fracaso sigue viéndose más o menos igual y algo peor la opción de ser empresario. Se aprecian ligeras mejorías en la consideración de que triunfar en los negocios proporciona un buen nivel social o que los medios de comunicación proporcionan más cobertura de noticias relacionadas con los empresarios.

TABLA 22. Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población extremeña

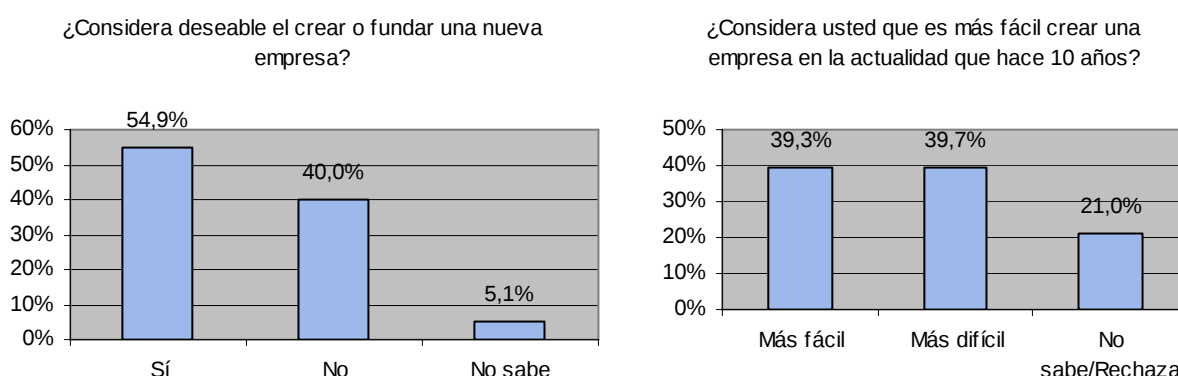
Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación para emprender	% de la población de 18-64 años	
Año en que se realiza la consulta	2005	2004
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	45,3%	47,3%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	62,5%	67,0%
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	57,6%	49,0%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	55,7%	54,8%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	38,7%	36,6%

Estas variables influyen positiva o negativamente en la deseabilidad del individuo o de la sociedad hacia la actividad emprendedora, haciendo también que se vea más factible o menos la creación de una nueva empresa.

Como observamos, el gráfico siguiente recoge estos dos conceptos. Casi un 55% de la

población considera deseable el llevar a cabo un nuevo negocio, mientras un 40% no lo cree así.

En cuanto a la viabilidad para llevar a cabo una nueva empresa, las respuestas nos indican que es tan fácil o difícil como hace 10 años, no manifestándose en ningún sentido un 21% de los entrevistados.

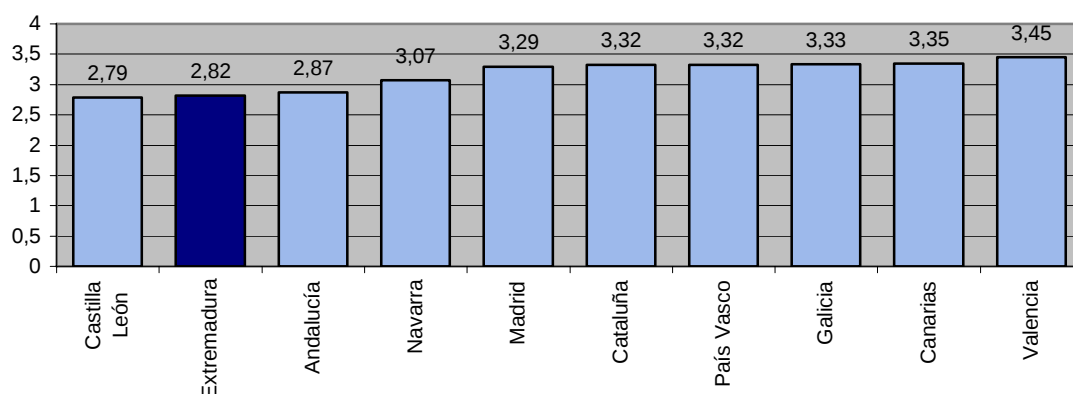
GRÁFICO 47. Deseabilidad y viabilidad hacia la creación de empresas

La evaluación media de la motivación para crear empresas dada por los expertos, nos ofrece la posibilidad de comparar las distintas regiones del proyecto GEM, referente a este tema.

Como se refleja en el gráfico siguiente, la opinión dada por los expertos este año nos ofrece una perspectiva peor que la de 2004, ya que si Extremadura, con una evaluación media de 3,22, se hallaba con relación al resto de regiones españolas analizadas, en una situación intermedia, detrás de Valencia, Cataluña, P. Vasco o Madrid, pero por encima de Canarias, Castilla León o Andalucía, este año es superada

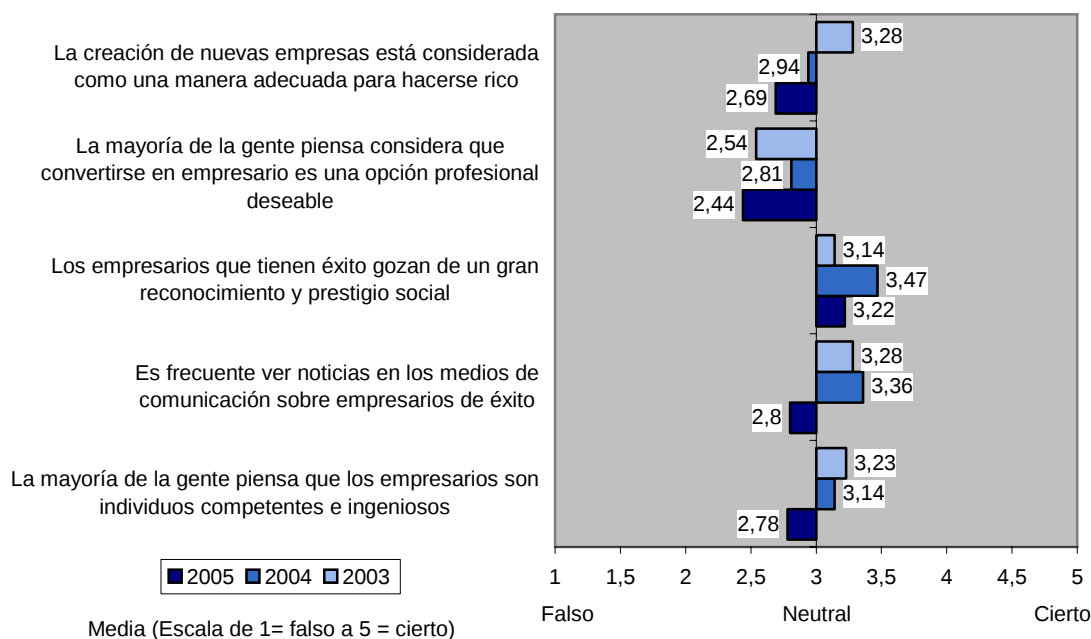
por todas las comunidades excepto por Castilla y León.

Al ahondar en la opinión de los expertos, comprendemos mejor el porqué de esta bajada en la evaluación media concedida por ellos a los aspectos relacionados con la motivación. Así observamos, que las opiniones han sido más negativas en las diferentes preguntas planteadas. Solo se sigue valorando positivamente, a pesar de la disminución de este año, un aspecto relacionado con la imagen del empresario: el que cuando tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social.

GRÁFICO 48. Evaluación media de la motivación para crear empresas por los expertos en escalas de 1-5 (falso-cierto).Regiones españolas.

En cambio, pasa de una valoración positiva a negativa el que sea cada vez más frecuente encontrarse en los medios de comunicación noticias sobre estos empresarios de éxito. También, se hace aún más negativa la evaluación media de la respuesta a la pregunta de si la mayoría de la gente considera la carrera de

empresario como una buena opción profesional. Pero sobre todo, disminuye por segundo año consecutivo la valoración dada por los expertos sobre si ser empresario se considera una manera adecuada de hacerse rico o que la mayoría de la gente piense que éstos sean individuos competentes e ingeniosos.

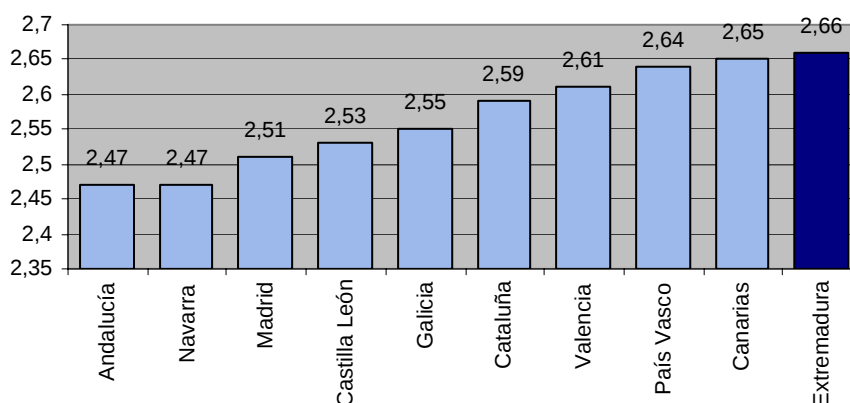
GRÁFICO 49. Evaluación media de los expertos de los factores que influyen en la motivación para crear una empresa en Extremadura.

6.3. Habilidades emprendedoras

Además de las oportunidades y la motivación, también podemos evaluar, a través de las respuestas dadas por los expertos, las habilidades de la sociedad extremeña para la creación de empresas.

Con respecto al año anterior, el valor medio obtenido ha empeorado un 3,6% lo cual no ha impedido que la percepción de los expertos extremeños siga liderando la valoración de las distintas comunidades analizadas

GRÁFICO 50. Evaluación media de los expertos de las habilidades y conocimientos para crear una empresa en escalas de 1-5 (falso-cierto). Regiones españolas.

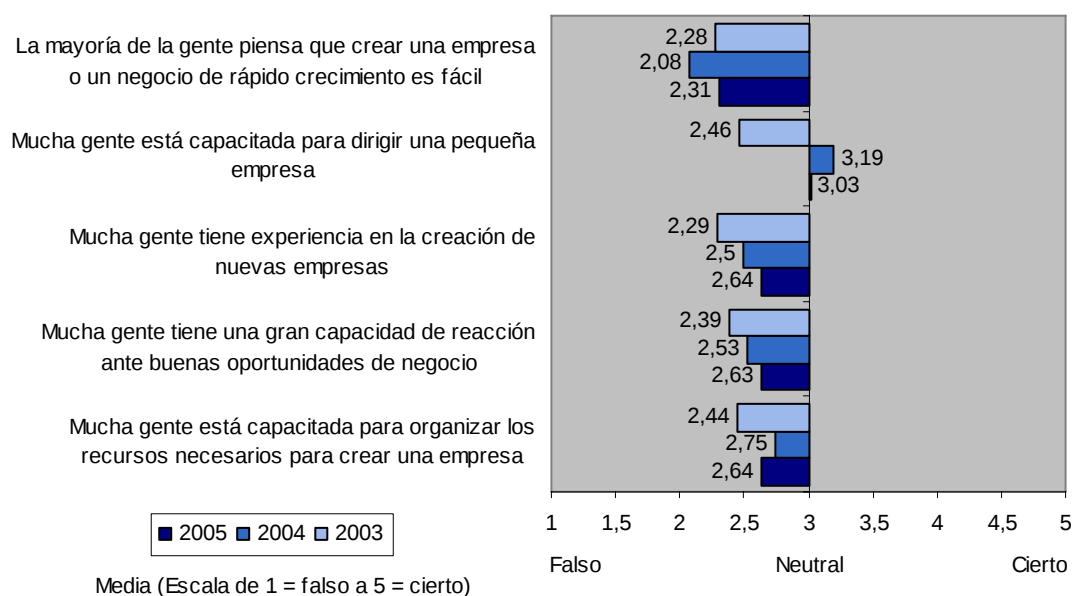


Si bien es cierto que la situación con respecto al resto de comunidades es mejor en Extremadura, al desglosar el valor medio obtenido mediante un análisis factorial y detenernos en las diferentes respuestas, comprobamos que prácticamente todas las preguntas tienen valores inferiores al considerado neutral, es decir, los expertos consideran mayoritariamente falsas la mayoría de las afirmaciones propuestas o en el mejor de los casos, ni falsa ni cierta. Así por ejemplo, se considera más bien falso que la mayoría de la gente piense que crear una empresa o un negocio de rápido crecimiento sea fácil, a pesar de la leve mejoría que se da para este año. Para el resto de las aseveraciones propuestas a los expertos encontramos que a pesar de sus valores negativos, dos vienen mejorando desde el 2003, mientras que las otras dos que habían mejorado el año anterior, este año empeoran sus valores. Así, mejoran en los dos últimos años la

consideración de que mucha gente tenga la experiencia para crear empresas, o que tenga la capacidad de reacción ante las buenas oportunidades.

Por otra parte, empeora sus valores la opinión de que haya mucha gente que esté capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa.

Hay que resaltar el único aspecto positivo hasta ahora destacado por los expertos, y que este año se queda prácticamente en valores neutrales: el que piensen que hay mucha gente en la región capacitada para dirigir una pequeña empresa. Este ítem ha pasado de tener unos valores considerados fundamentalmente falsos (2,46) en 2003 a otros en los que se cree no es ni cierto ni falso. A pesar de la mejora global, este año la valoración ha empeorado un 5%.

GRÁFICO 51. Evaluación media de los expertos de las habilidades y conocimientos para crear y desarrollar una nueva empresa en Extremadura.

Por último, hemos querido reunir en una tabla los diferentes indicadores de este capítulo en los últimos tres años.

En ella observamos cómo casi la mitad de la población adulta percibía buenas oportunidades en los 6 meses siguientes a la entrevista en 2003, y para este año este porcentaje se ha situado en un 39,32%, es decir, un 19,5% menos. Situación que contrasta con la opinión de los expertos, ya que su evaluación media sobre la percepción de oportunidades no ha dejado de crecer desde el inicio del informe.

Por otro lado, la evaluación media de los expertos sobre los factores que afectan a la motivación ha subido en 2004, pero este año ha sufrido una bajada que la sitúa por debajo de la valoración media del 2003.

Mientras tanto, la evaluación media de los expertos sobre las habilidades y conocimientos que tiene la sociedad extremeña para crear y desarrollar una nueva empresa ha crecido en términos generales desde hace dos años, a pesar del revés sufrido este último año.

TABLA 23. Evolución de indicadores sobre oportunidades, motivación y habilidades.

	2003	2004	2005	Variación 2003/2005
Oportunidades:				
- % de la población adulta (18-65 años) que percibe buenas oportunidades de negocio para emprender en Extremadura en los 6 meses posteriores a la entrevista	48,84	37,18	39,32	Empeora
- Evaluación media de la percepción de oportunidades de negocio por los expertos . Escalas de 1-5 (falso-cierto)	3	3,24	3,33	Mejora
Motivación:				
- Evaluación media de los expertos de los factores que influyen en la motivación para crear una empresa en Extremadura. Escalas de 1-5 (falso-cierto)	3,16	3,22	2,82	Empeora
Habilidades:				
- Evaluación media de los expertos de las habilidades y conocimientos de la sociedad extremeña para crear y desarrollar una nueva empresa. Escalas de 1-5 (falso-cierto)	2,37	2,76	2,66	Mejora

7. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y CREACIÓN DE EMPLEO

7.1. Introducción

Una vez iniciado en 2004 este capítulo, nos ha parecido muy interesante mantenerlo en esta edición, ya que la relación directa entre el fenómeno emprendedor y el empleo es primordial para sociedades como la extremeña en las que las tasas de desempleo son las mayores del país.

Como ya mencionamos el año anterior, las evidencias de los estudios científicos apuntan a que las nuevas empresas y las Pymes son las que crean la mayoría del empleo y el crecimiento económico. Dentro de éstas, aquellas que tienen una alta capacidad de crecimiento¹² son las que generan la mayoría del empleo.

La situación de España en cuanto al número de empresas que en su fase inicial tienen un alto potencial de crecimiento en empleo sigue siendo bastante negativa, ya que ocupa las últimas posiciones entre los diferentes países del estudio. El gráfico siguiente, además de la posición española, también refleja la situación de las diez regiones españolas que han participado en la edición de este año. Encontramos que cinco de ellas (Madrid, Valencia, Galicia, Andalucía y Castilla y León) tienen valores por encima de la media nacional y las tres primeras superan a países como Holanda o Italia. Las otras cinco regiones (Canarias, País Vasco, Extremadura, Cataluña y Navarra) no superan la media

española y en algún caso se alejan bastante de ésta.

Extremadura por su parte, se sitúa en los últimos lugares en número de empresas con alto potencial de crecimiento en empleo, aunque por encima de dos regiones españolas muy significativas como son Navarra o Cataluña.

7.2. Empleo en Extremadura.

Según los datos del GEM, en Extremadura, el 6,98% de la población en edad de trabajar ha estado involucrada en actividades emprendedoras. El 87,3% del total de estas iniciativas puestas en marcha ha proporcionado empleo por cuenta ajena, o tiene expectativas de crearlo en los próximos 5 años, mientras que solo el 12,7% ha servido o servirá para autoemplear al empresario/s.

El número actual de empleos creados por las empresas incluyendo al empresario en función de la fase en la que se encuentren, viene reflejado en la tabla siguiente, en la que se han contemplado también los datos generales de España para poder tener una comparación. En ella, observamos que la mayoría son microempresas, aunque se manifiesta una tendencia hacia una mayor dimensión de la plantilla conforme las empresas se consolidan. Sólo en España y entre las empresas consolidadas, aparecen medianas o grandes empresas en porcentajes mínimos.

¹² Como ya mencionamos el año anterior, los criterios escogidos para la detección de estas han empresas han sido: aquellas que tienen una plantilla actual de alrededor de 20 empleados y cuyo crecimiento en términos de empleo está alrededor del 50%. No obstante, queremos subrayar que sólo se está considerando el criterio del empleo, sin tener en cuenta otros criterios habituales de las empresas de alto crecimiento a los que no alcanza nuestra investigación, como el volumen de ingresos medios o la tasa de crecimiento anual en tamaño o beneficios

GRÁFICO 52. Clasificación de los países GEM y las regiones españolas en su fase inicial (nacientes y nuevas) en función del número de empresas con alto potencial de crecimiento en empleo.
(Que esperan crear más de 19 puestos en 5 años)

TEA (7/05) / 10000

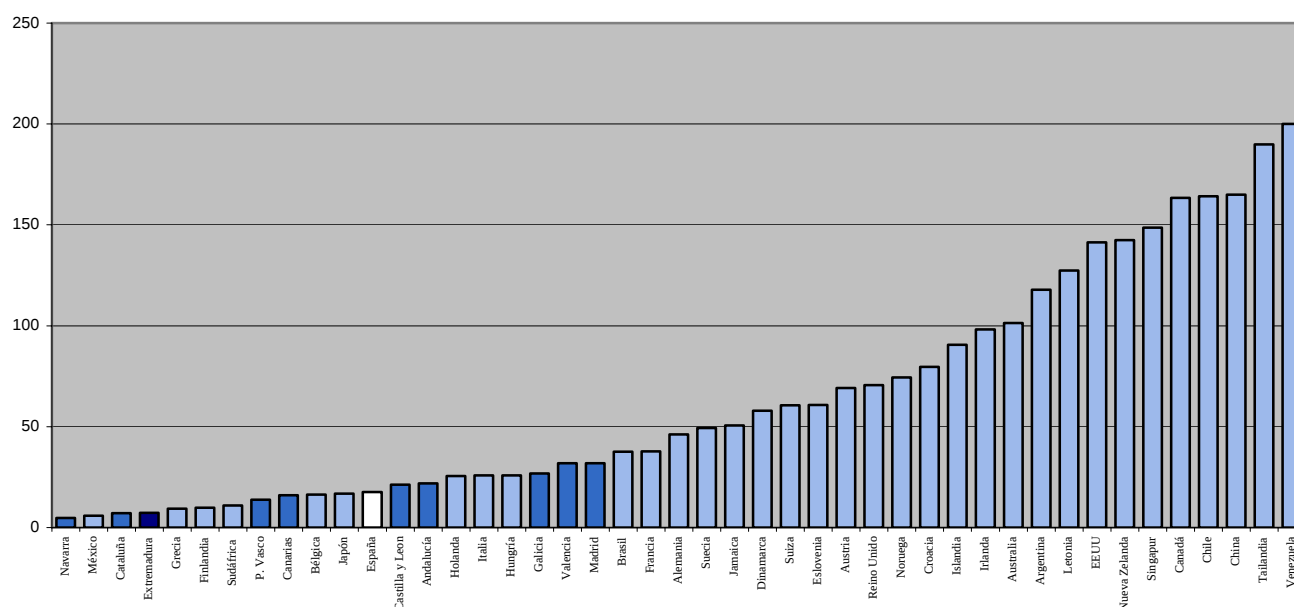


TABLA 24. Porcentaje del número actual de empleados en función de los tipos de empresas incluyendo al empresario. Datos para Extremadura y España.

Tramos de empleo incluyendo al empresario	% Empresas Nacientes		% Empresas Nuevas		% Empresas Consolidadas	
	Extremadura	España	Extremadura	España	Extremadura	España
1-9 empleados	94,7	93,3	100	91,2	92,0	88,6
10-49 empleados	5,3	6,7		8,8	8,0	11,1
50-249 empleados						0,2
+ de 250 empleados						0,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006)

Para Extremadura: elaboración propia.

Cuando ahondamos en los datos anteriores, como nos muestra la tabla 25, nos encontramos que durante 2005 cada empresa naciente o nueva ha creado de media 2,76 puestos de trabajo y esperan llegar hasta los 4,39 empleos cuando lleven cinco años funcionando, lo que supone un crecimiento esperado del empleo del 59,1%. Estas perspectivas de crecimiento son menos optimistas que las de 2004, en el que se esperaba un aumento del 66,3%, aunque el número medio

de puestos de trabajo actuales sea un 3,37% mayor que el del año anterior (2,76 vs. 2,67).

Al analizar el número medio de puestos de trabajo actuales por cada empresa, vemos que como parece lógico, conforme avanza la vida de la empresa la plantilla media aumenta. Así, mientras que las empresas nacientes tienen un total medio de 2,68 puestos de trabajo por empresa, las nuevas tienen 2,82 y las ya consolidadas 3,27. Esta tendencia se da tanto

para el empleo por cuenta ajena (2,47, 2,61 y 2,96), como para el autoempleo (0,21, 0,21, 0,31).

En cambio, no sucede lo mismo en cuanto a las expectativas de empleo para un quinquenio. Las empresas nuevas tienen mayores perspectivas que las que aún no han llegado a los tres meses de vida o incluso que las que ya han superado los tres años y medio, que parecen afrontar su futuro con más cautela en cuanto al empleo que pueden

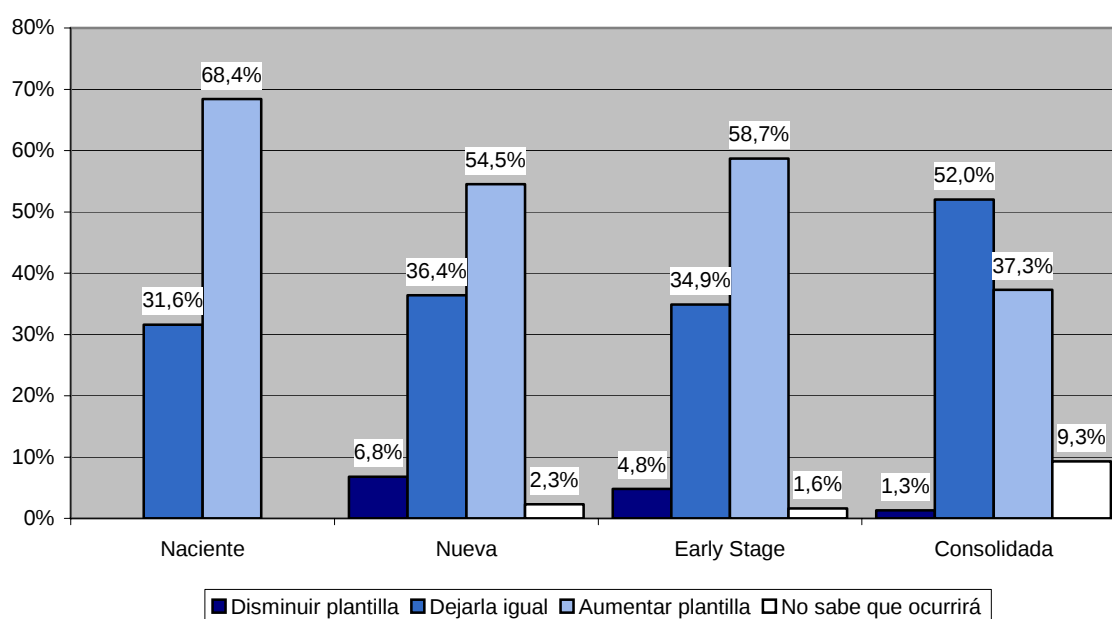
generar. Las nuevas empresas esperan aumentar su plantilla un 73,40% más en cinco años, mientras que las nacientes esperan hacerlo en un 37,31% y las consolidadas en un 40,98%.

Estas mayores expectativas de empleo de las nuevas empresas se concretan fundamentalmente en la creación de empleo por cuenta ajena, ya que esperan crear de media 4,67 puestos de trabajo.

TABLA 25. Empleo medio actual y esperado por empresa. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.

2005	% sobre el total	Número medio de puestos de trabajo actuales por cada empresa			Número medio de puestos de trabajo que se espera crear en 5 años por cada empresa			Crecimiento esperado del empleo en 5 años (%) Total Esperado – Actual
		Por cuenta ajena	Empleo propio	Total	Por cuenta ajena	Empleo propio	Total	
Empresas Nacientes (0-3 meses)	30,15	2,47	0,21	2,68	3,53	0,16	3,69	37,31
Empresas Nuevas (3-42 meses)	69,85	2,61	0,21	2,82	4,67	0,22	4,89	73,40
Total Early Stage	100	2,55	0,21	2,76	4,19	0,20	4,39	59,1
Empresas Consolidadas (+42 meses)		2,96	0,31	3,27	4,37	0,25	4,62	40,98

GRÁFICO 53. Expectativas de la situación de las plantillas dentro de 5 años en función del tipo de empresa. Porcentaje de empresas.



Profundizando en el análisis, en el gráfico 53, hemos estimado el porcentaje de empresas que esperan tener alguna variación en su plantilla, ya sea positiva o negativa. Así, parece confirmarse el hecho de que a medida que las empresas permanecen más tiempo en el mercado se hacen más escépticas o realistas a la hora de calibrar qué pasará con el empleo que generan (nacientes: 0%, nuevas: 2,3%; consolidadas: 9,3%).

Además, crecen las expectativas de dejarla igual (31,6%, 36,4%, 52%), mientras que disminuyen las de aumentar plantilla (68,4%, 54,5%, 37,3%).

Las empresas nuevas se plantean más la posibilidad de disminuir plantilla, mientras que las consolidadas se lo plantean menos (6,8% vs. 1,3%).

El gráfico 54 nos ofrece el desglose del empleo en las empresas extremeñas, tanto en las nacientes y nuevas, como en las que ya están consolidadas.

Lo que podemos destacar en estos gráficos hace referencia a las empresas con alto potencial de crecimiento en términos de empleo.

Si bien en 2004 encontramos un 2,4% de las empresas nuevas que habían creado más de 18 empleos y esperaban aumentarlos a 25 en cinco años; en 2005, no hemos hallado ninguna empresa en su fase inicial (nacientes y nuevas) que tenga esta potencialidad de creación de empleo. No obstante, un 3,7% de las empresas

nuevas esperan crear al menos 20 empleos en los próximos cinco años.

Si comparamos estos datos con los que nos ofrecen este año las empresas ya consolidadas, vemos que el 1,3% de éstas ya tiene al menos 20 empleados y un 4,5% espera llegar a los 19 o superarlos en un periodo de cinco años.

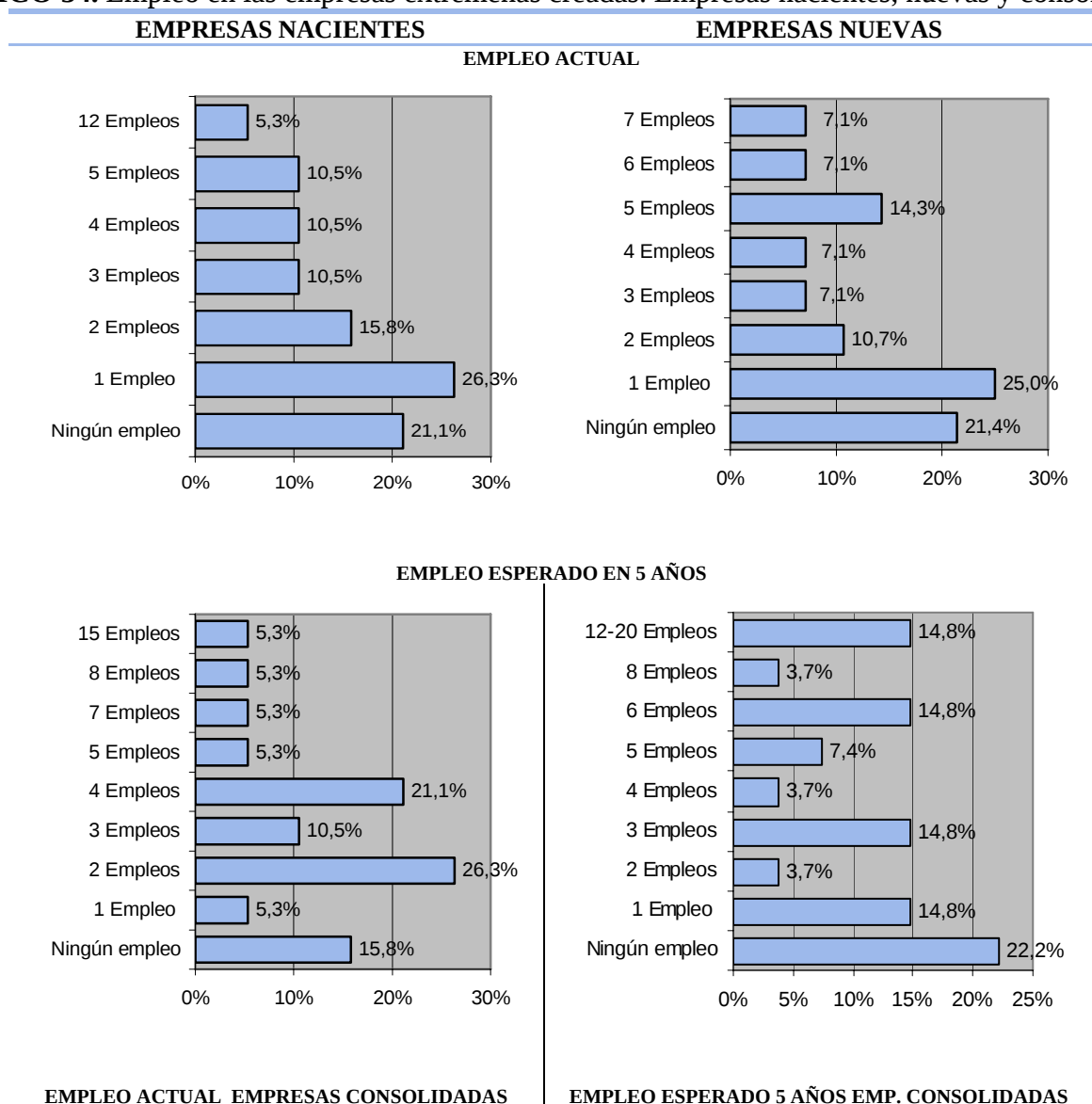
Por último, el gráfico 55 siguiente nos ofrece la distribución del empleo actual por sectores en las empresas que aún no han superado su fase inicial.

Como vemos, tanto en las empresas nacientes (61,1%) como en las nuevas (50%), los sectores orientados al consumidor, como la venta al detalle, la restauración, la hostelería, los servicios de enseñanza, salud o servicios sociales, son los que aglutinan la mayor parte del empleo.

Los servicios comerciales de intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias o servicios a profesionales, son los que ocupan otra parte importante del empleo generado por las empresas que no han superado aún los 42 meses de vida (22,2% vs. 32,1%).

El sector industrial, transporte, construcción, venta al mayor o comunicaciones es el que menos empleo ha generado.

Un 16,7% de los puestos de trabajo de las empresas nacientes y un 17,9% de las nuevas. No hemos hallado empresas en el sector agropecuario, de caza, pesca o minería.

GRÁFICO 54. Empleo en las empresas extremeñas creadas. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.

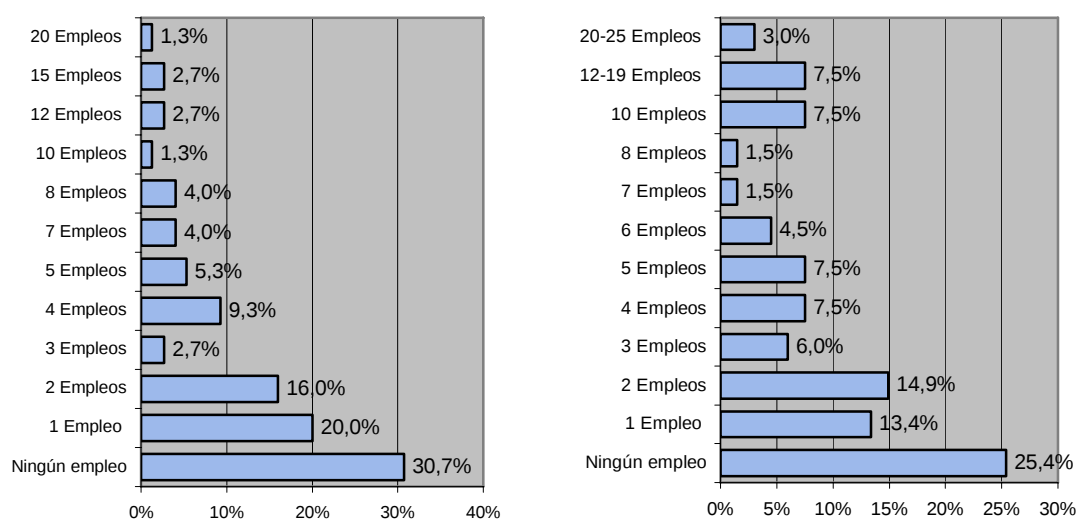
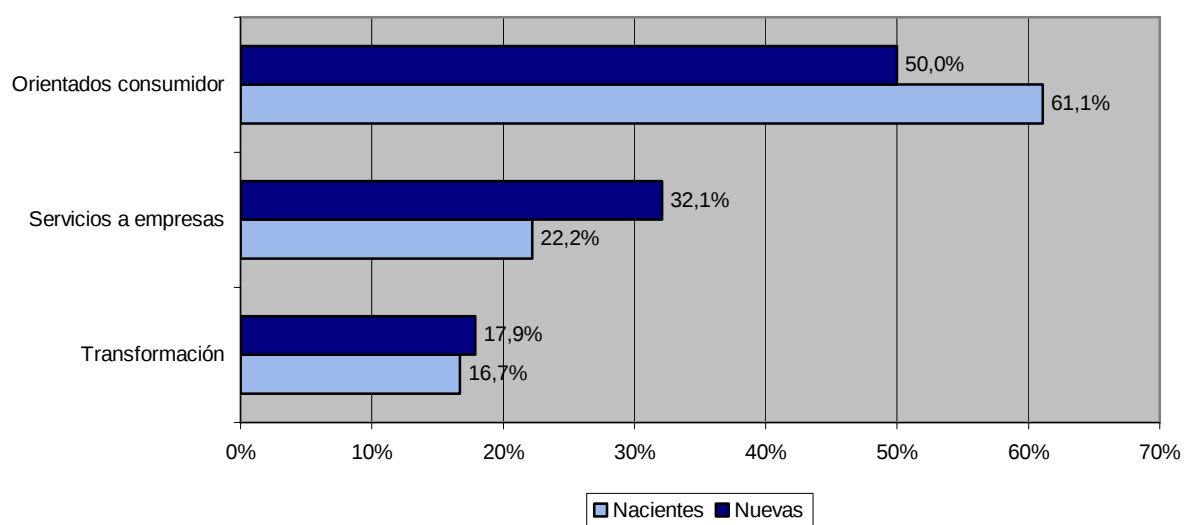


GRÁFICO 55. Empleo actual por sectores. Empresas nacientes y nuevas.



8. LAS CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL ENTORNO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

El conjunto de normas establecidas por las diferentes sociedades para su convivencia constituyen el marco en el que se producen las relaciones humanas.

Este conjunto de reglas restrictivas que actúan sobre el comportamiento humano pueden considerarse de dos tipos: unas, de carácter explícito y escrito (constituyen el marco formal) y otras, implícitas, agrupadas en un conjunto de valores sociales o culturales (constituyendo el marco informal).

Este marco formal e informal afectará a la empresa y a los futuros empresarios que verán limitadas sus acciones por esta estructura institucional,¹³ que condicionará qué empresas nacen y cómo evolucionan.

Dado que las empresas, y en general las organizaciones, se crean con un propósito determinado como consecuencia de las oportunidades existentes, y con el fin de poder aprovecharlas, para el cumplimiento de sus objetivos demandarán y adquirirán las habilidades y conocimientos que refuercen sus posibilidades de supervivencia. Es por ello que el marco institucional o la estructura de normas formales o informales, está condicionando, a través de sus sistemas de incentivos, el modo en que evoluciona el conjunto de conocimientos de la sociedad y el uso que se les da.

El proyecto GEM trata de analizar una serie de variables que hacen referencia a estas

condiciones específicas del país o de la región que pueden incidir en el entorno empresarial, y por ende, en la actividad emprendedora.

El proyecto GEM analiza a través de encuestas personales a expertos relacionados con las diferentes condiciones del entorno, cómo éstas actúan sobre el nacimiento y evolución de las empresas. Los resultados deben ser considerados más que como datos objetivos, medias de tendencia que nos aproximan a la realidad valorada por los expertos.

Las condiciones específicas del entorno estudiadas para este año 2005 han sido en total doce, tres más que el pasado año, concretamente las tres últimas, siendo por ello imposible respecto de estas tres hacer análisis comparativos.

- Apoyo financiero.
- Políticas gubernamentales.
- Programas gubernamentales.
- Educación y formación.
- Transferencia tecnológica e I+D.
- Infraestructura profesional y comercial.
- Apertura del mercado interno.
- Acceso a infraestructura física.
- Normas sociales y culturales.
- Legislación y derecho intelectual.
- Apoyo a la mujer emprendedora.
- Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo.

Para el año 2005, al ser diez las regiones participantes, se ha ampliado la muestra nacional hasta 379 expertos, por lo que la representatividad, frente a los 325 del año anterior, es aún mayor. La distribución de muestras de expertos para España y Extremadura, viene reflejada en la tabla 26.

¹³ El concepto de “institución” entendido de una manera muy amplia, hace referencia a las restricciones concebidas e impuestas por los seres humanos para favorecer la interacción entre ellos, es decir, las instituciones constituyen las “reglas de juego” de una sociedad (North, 1990), y por tanto, la estructura o marco institucional constituye el conjunto de normas formales o informales de esa sociedad.

TABLA 26. Distribución de expertos según la dimensión principal de entorno con la que se identifican.

	ESPAÑA		EXTREMADURA	
	Nº. de Expertos	% de Expertos	Nº. de Expertos	% de Expertos
Apoyo financiero	42	11,1	4	11,11
Políticas gubernamentales	41	10,8	4	11,11
Programas gubernamentales	44	11,6	4	11,11
Educación y formación	45	11,9	4	11,11
Transferencia tecnológica e I+D	42	11,1	4	11,11
Infraestructura profesional y comercial	40	10,6	4	11,11
Apertura del mercado interno	41	10,8	4	11,11
Acceso a infraestructura física	42	11,1	4	11,11
Normas sociales y culturales	42	11,1	4	11,11
Total	379	100	36	100

Fuente: Datos para España: De la Vega, Coduras, Cruz, Justo y Pía, (2006).

Para Extremadura: elaboración propia.

Los expertos han valorado de forma global la situación de las condiciones específicas del entorno que pueden influir en la actividad emprendedora, esta valoración nos ofrece una visión general del contexto en el que se crean las empresas. Con el fin de hacer un seguimiento

histórico hemos comparado los datos de este año con los de los años 2004 y 2005, a fin de contrastar los distintos escenarios temporales y los cambios producidos (empeoramiento o mejora) de las condiciones específicas del entorno en nuestra Comunidad Autónoma.

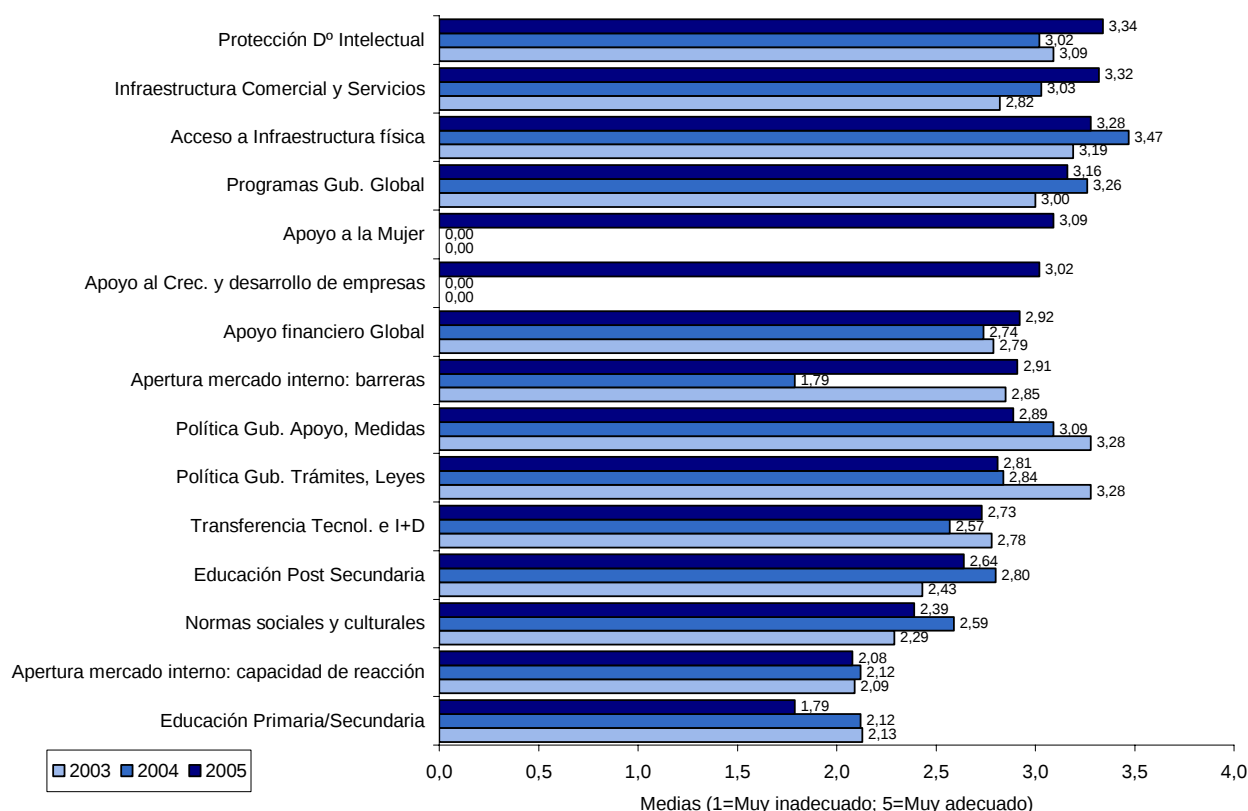
GRÁFICO 56. Valoración media por los expertos de las condiciones específicas del entorno en Extremadura. Años 2005, 2004 y 2003.

TABLA 27. Comparación de las valoraciones medias de las condiciones del entorno 2003- 2005.

	EXTREMADURA					
	Media 2003	Media 2004	Media 2005	Variación 2003/2004	Variación 2004/2005	Variación 2003/2005
Educación y formación: primaria y secundaria	2,13	2,12	1,79	Estable	Empeora	Empeora
Programas gubernamentales: Apoyo, medidas	3,28	3,09	2,89	Empeora	Empeora	Empeora
Normas sociales y culturales: orientadas hacia la creación de empresas	2,29	2,59	2,39	Mejora	Empeora	Mejora
Acceso a infraestructura física	3,19	3,47	3,28	Mejora	Empeora	Mejora
Educación y formación: post-secundaria	2,43	2,8	2,64	Mejora	Empeora	Mejora
Políticas gubernamentales Global	3	3,26	3,16	Mejora	Empeora	Mejora
Apertura mercado interno: capacidad de reacción	2,09	2,12	2,08	Estable	Estable	Estable
Políticas gubernamentales: Trámites, Leyes	3,28	2,84	2,81	Empeora	Estable	Empeora
Protección a derechos propiedad intelectual	3,09	3,02	3,34	Estable	Mejora	Mejora
Infraestructura comercial: coste, calidad, acceso	2,82	3,03	3,32	Mejora	Mejora	Mejora
Apoyo financiero Global	2,79	2,74	2,92	Estable	Mejora	Mejora
Transferencia tecnológica e I+D	2,78	2,57	2,73	Empeora	Mejora	Estable
Apertura mercado interno: barreras de entrada	2,85	1,79	2,91	Empeora	Mejora	Mejora

* En negrita aparecen las valoraciones que permanecen por encima de 3 en la escala Likert de 1 a 5.

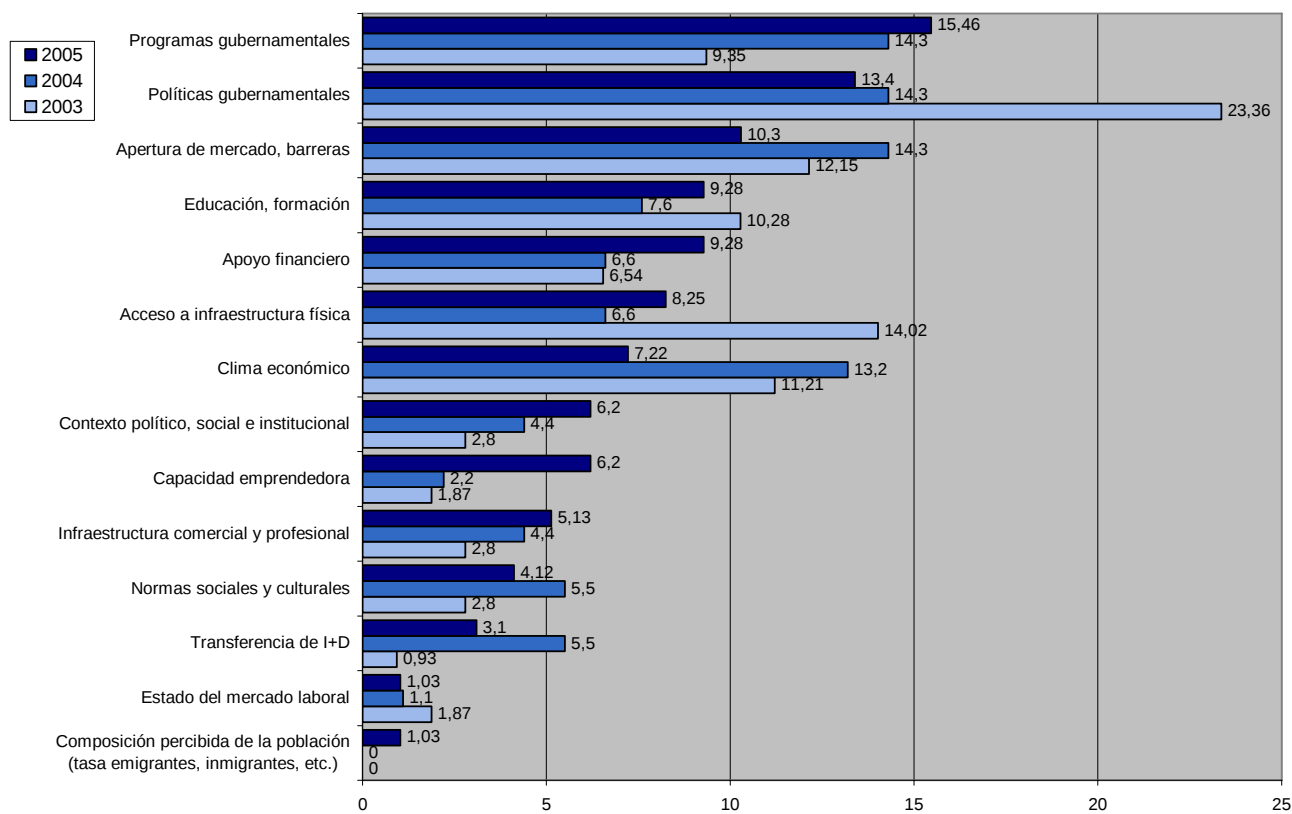
La tabla 27 refleja las tendencias de cada una de las condiciones de entorno en un análisis comparativo bianual. Para el presente año, y respecto del 2004, observamos la mejora de cinco de ellas, mientras que aparece un empeoramiento de seis y dos permanecen estables. En general, ha habido un empeoramiento notable de las condiciones relativas a la educación y formación, ya que las referidas al acceso a las infraestructuras físicas y las políticas y programas gubernamentales a pesar de haber empeorado mantienen sus valores por encima de la media del 3.

No obstante lo anterior, parece haberse producido una mejora notable en dos de las condiciones tradicionalmente mal valoradas: la transferencia tecnológica e I+D y la apertura del

mercado interno, condiciones ambas, no olvidemos que favorecen notablemente la competitividad de las empresas.

Los expertos también han manifestado su opinión sobre los factores que apoyan u obstaculizan la actividad emprendedora en Extremadura, tanto en el terreno de la creación de empresas como en la generación de nuevos proyectos innovadores en las empresas existentes.

Entre los factores que favorecen esta actividad se mantienen en lugar destacado al igual que en el pasado año los programas y políticas gubernamentales así como la apertura de mercados. Respecto del año 2004, el clima económico y la capacidad emprendedora han perdido posición como factores de apoyo.

GRÁFICO 57. Clasificación de los factores que favorecen la creación de empresas en Extremadura ordenados según su importancia. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.**TABLA 28.** Comparación de la clasificación de los factores que favorecen la creación de empresas en Extremadura.

EXTREMADURA				
	% de Tabla	RANKING 2005	RANKING 2004	RANKING 2003
Programas gubernamentales	41,7	1	1	6
Políticas gubernamentales	36,1	2	2	1
Apertura de mercados, barreras	27,8	3	3	3
Educación y formación	25	4	5	5
Apoyo financiero	25	5	6	7
Acceso a infraestructura física	22,2	6	7	2
Clima económico	19,4	7	4	4
Contexto político, social e institucional	16,7	8	10	10
Capacidad emprendedora	16,7	9	12	11
Infraestructura comercial y profesional	13,9	10	11	8
Normas sociales y culturales	11,1	11	8	9
Transferencia de I+D	8,3	12	9	13
Estado del mercado laboral	2,8	13	13	12
Composición percibida de la población	2,8	14	14	14

Entre los factores que más dificultan la actividad emprendedora en la Comunidad de Extremadura el ranking de clasificación de los años 2005, 2004 y 2003 se mantiene constante, considerando en primer lugar las normas sociales y culturales, el apoyo financiero, las políticas gubernamentales o el acceso a la infraestructura física necesaria.

Resaltamos nuevamente aquí la idea del pasado año de que los factores informales (ideas, creencias, actitudes, valores sociales, códigos de conducta, etc.) son fundamentales para el desarrollo de las sociedades europeas, que consideran poco adecuada la carrera profesional de empresario.

Es pues primordial, y más aún en nuestra Comunidad Autónoma, incidir en este cambio

cultural, ya que esta tendencia puede tardar aún bastante tiempo en invertirse.

En último lugar los expertos han sugerido una serie de recomendaciones para incrementar la actividad emprendedora en la que el hecho más destacable sobre los dos anteriores años es el ascenso al primer puesto de las políticas gubernamentales en detrimento de la educación y la formación que pasa a segundo lugar. Así mismo se ha producido una subida muy importante en el ranking respecto del 2004 del factor relativo a las normas sociales y culturales, en consonancia con la clasificación de aquellos que dificultan la creación de empresas en Extremadura donde ocupa el primer lugar.

En el mismo sentido se comporta la apertura de mercados que ha pasado del puesto noveno en el 2004 al sexto en el 2005.

GRÁFICO 58. Clasificación de los factores que dificultan la creación de empresas en Extremadura ordenados según su gravedad. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.

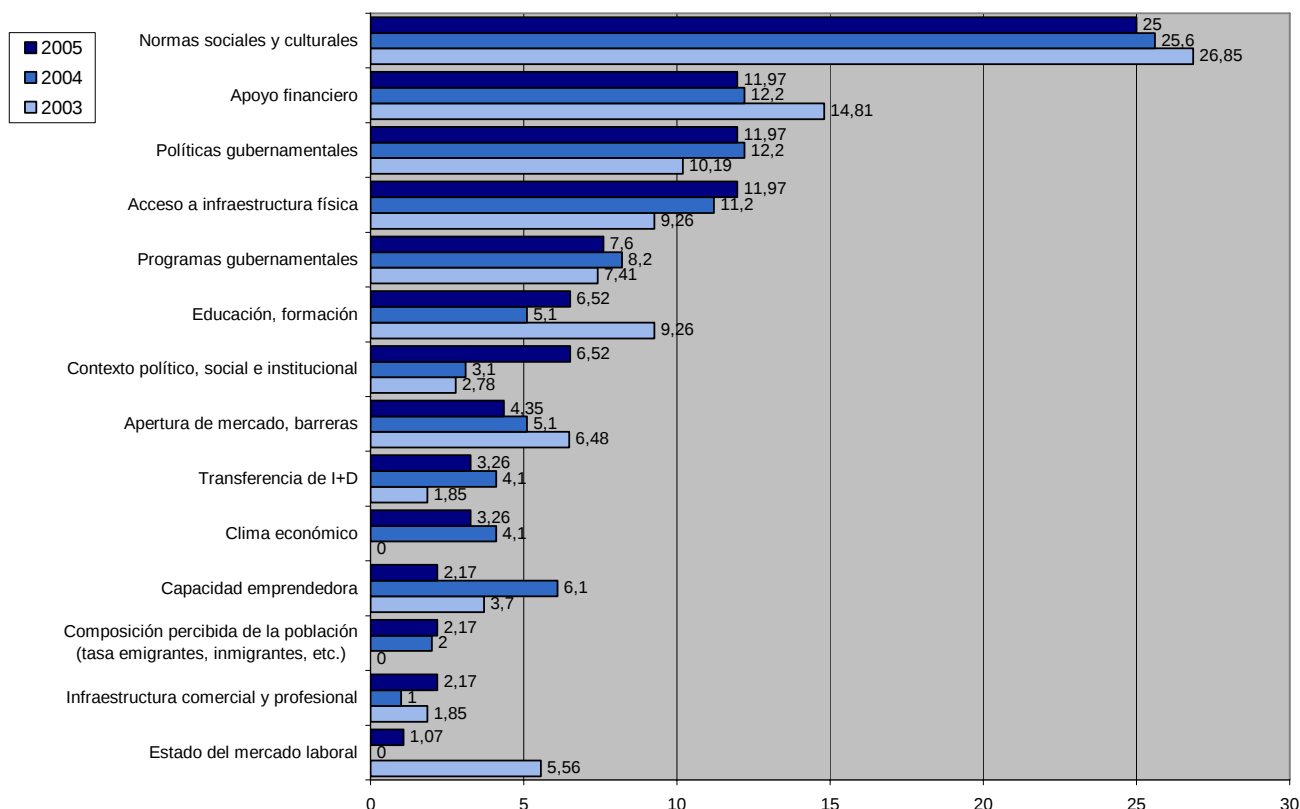


TABLA 29. Comparación de la clasificación de los factores que obstaculizan la creación de empresas en Extremadura

	% de Tabla	EXTREMADURA		
		RANKING 2005	RANKING 2004	RANKING 2003
Normas sociales y culturales: orientadas hacia la creación de empresas	63,9	1	1	1
Apoyo financiero	30,6	2	2	2
Políticas gubernamentales	30,6	3	3	3
Acceso a infraestructura física	30,6	4	4	4
Programas gubernamentales	19,4	5	5	6
Educación y formación	16,7	6	4	5
Contexto político, social e institucional	16,7	7	11	10
Apertura de mercados, barreras	11,1	8	8	7
Transferencia de I+D	8,3	9	9	11
Clima económico	8,3	10	10	14
Capacidad emprendedora	5,6	11	6	9
Composición percibida de la población	5,6	12	12	13
Infraestructura comercial y profesional	5,6	13	13	12
Estado del mercado laboral	2,8	14	14	8

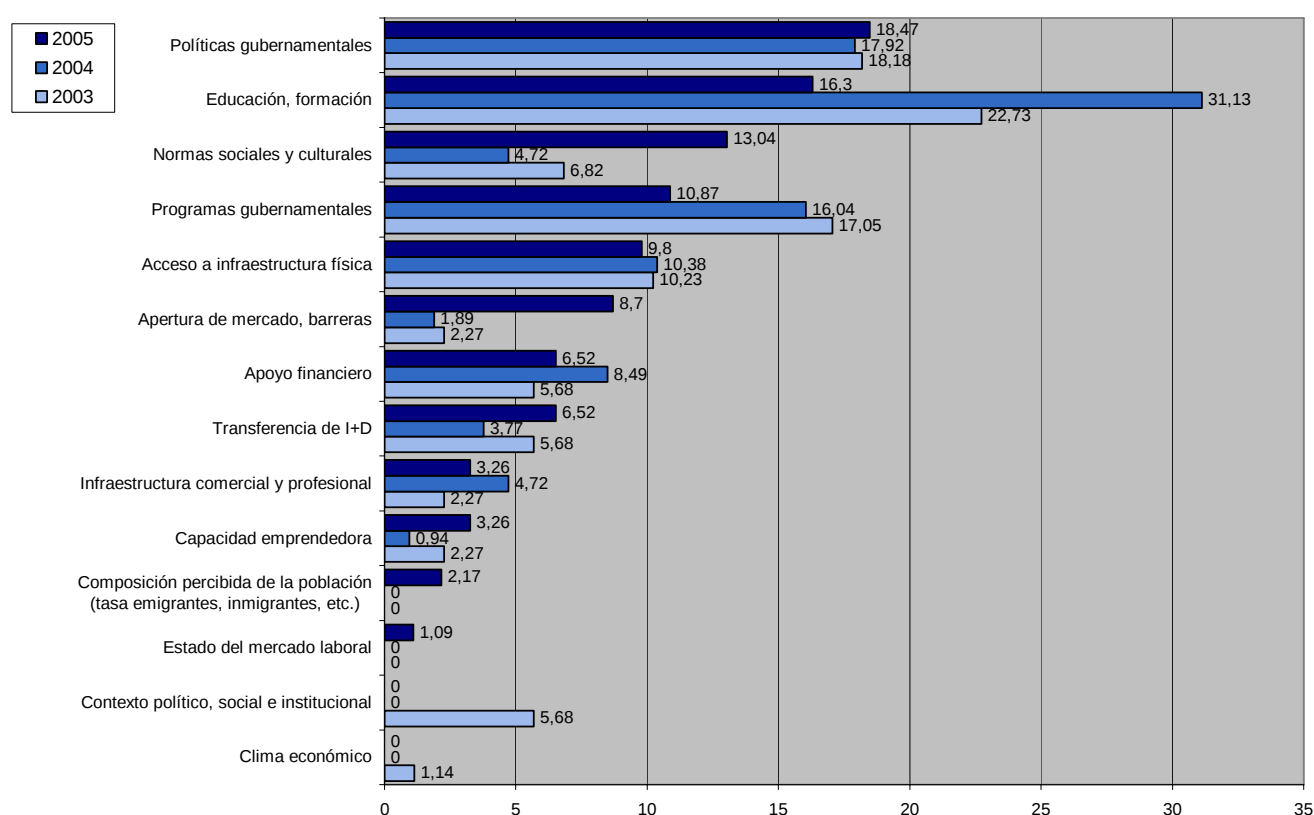
GRÁFICO 59. Clasificación de las recomendaciones para mejorar la creación de empresas en Extremadura ordenados según su importancia. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema

TABLA 30. Comparación de las recomendaciones para mejorar la creación de empresas en Extremadura

	% de Tabla	EXTREMADURA		
		RANKING 2005	RANKING 2004	RANKING 2003
Políticas gubernamentales	47,2	1	2	2
Educación y formación	41,7	2	1	1
Normas sociales y culturales	33,3	3	6	5
Programas gubernamentales	27,8	4	3	3
Acceso a infraestructura física	25	5	4	4
Apertura de mercados, barreras	22,2	6	9	9
Apoyo financiero	16,7	7	5	6
Transferencia de I+D	16,7	8	8	7
Infraestructura comercial y profesional	8,3	9	7	10
Capacidad emprendedora	8,3	10	10	11
Composición percibida de la población	5,6	11	11	13
Estado del mercado laboral	2,8	12	12	14
Contexto político, social e institucional	0	13	13	8
Clima económico	0	14	14	12

A continuación realizaremos un análisis comparativo con uso de series históricas de los años 2003, 2004 y 2005, a fin de profundizar en la situación concreta de cada uno de los factores del entorno en Extremadura.

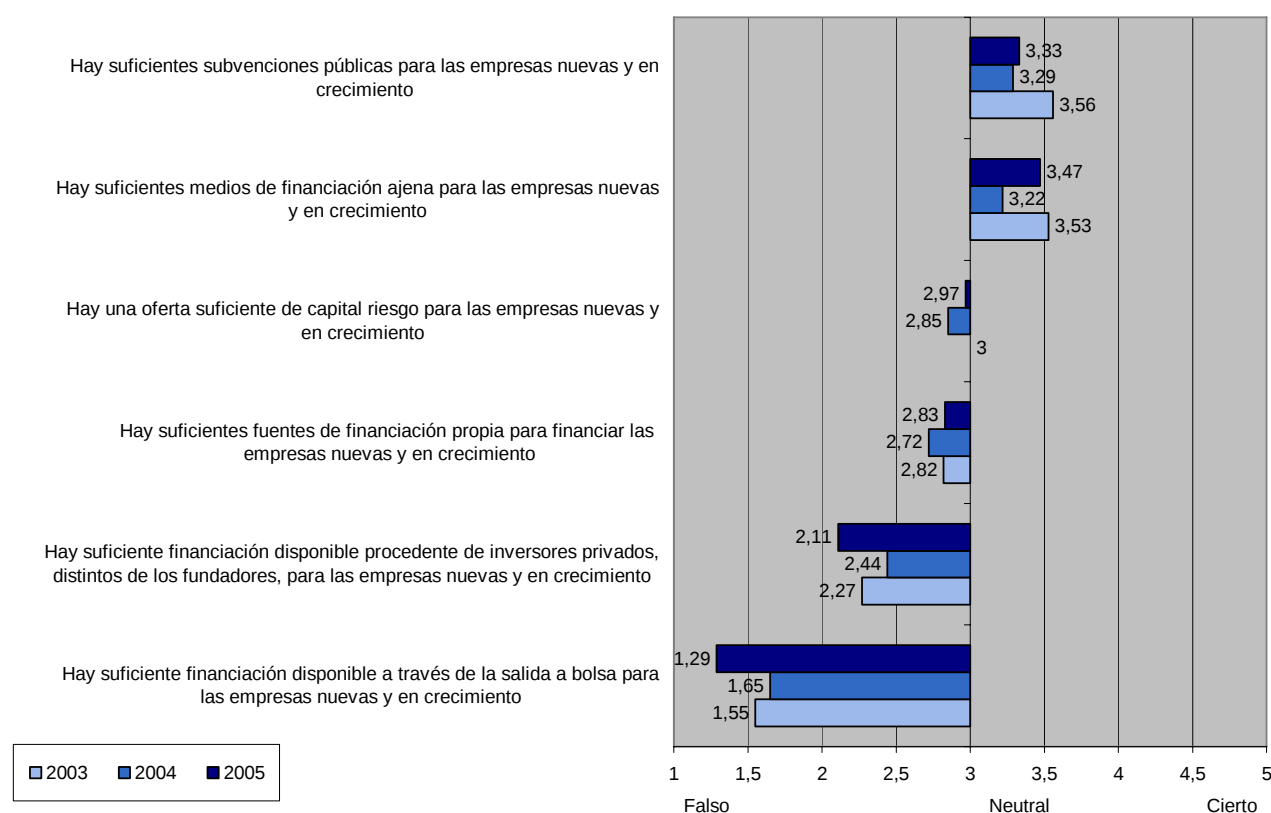
8.1. El apoyo financiero

El apoyo financiero hace referencia a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para las empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. La situación en Extremadura, mostrada en el gráfico 60, nos desvela que existen suficientes subvenciones públicas y financiación ajena para la puesta en marcha de

una nueva empresa o para su crecimiento, mejorando la valoración respecto del pasado año 2004, y acercándose a los valores de 2003.

Esta misma tendencia de mejora respecto del 2004 y acercamiento a los valores del 2003 se han producido con dos de los factores que empeoraron el pasado año: la oferta de capital riesgo y la existencia de fuentes de financiación propia para la creación de empresas nuevas y en crecimiento.

Finalmente, como observamos en el gráfico, solo las valoraciones de conseguir financiación a través de inversores privados y mediante una salida a bolsa empeoran respecto del año 2004 y se aproximan a valores a valores del 2003.

GRÁFICO 60. Valoración del apoyo financiero a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en Extremadura.

8.2. Las políticas gubernamentales

Con el concepto de políticas gubernamentales se trata de determinar en qué medida las políticas del gobierno regional puesta de manifiesto en las regulaciones legales, los propios impuestos y su aplicación contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento. Se distinguen dos aspectos de estas políticas, el relativo al soporte y énfasis que se hace en las medidas de apoyo a las nuevas empresas y el relativo a las normativas, facilidades o velocidad para su puesta en marcha.

En general, en un desglose de las políticas gubernamentales en Extremadura podemos observar cómo estas políticas están favoreciendo la iniciativa emprendedora; ahora bien, respecto del pasado año las relativas a considerar el apoyo a la creación de nuevas empresas como prioridad de acción en el gobierno regional y las destinadas al fomento de nuevas empresas, han sufrido un importante descenso en la valoración

realizada por los expertos, llegando incluso en lo relativo a esta última política –fomento de las nuevas empresas- a colocarse en torno al valor central de 3.

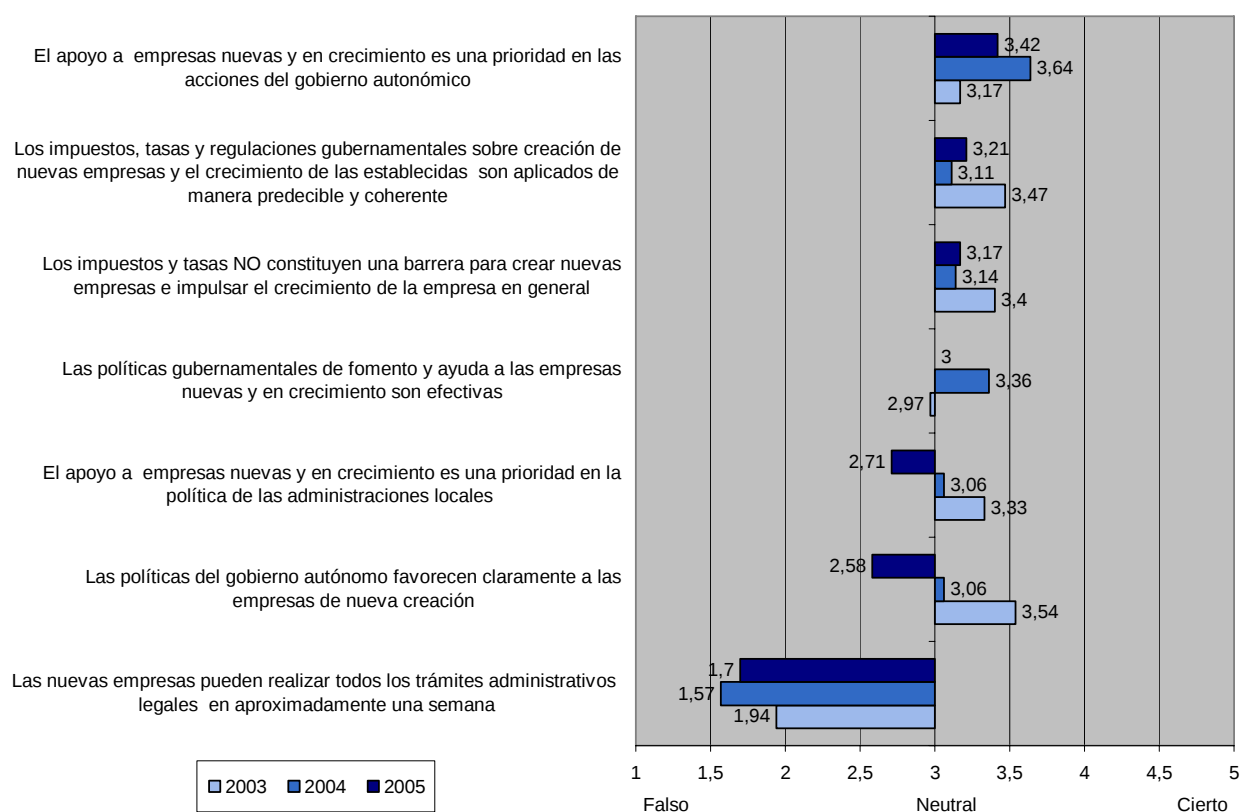
Por otro lado, dos políticas que en los pasados años 2003 y 2004 obtuvieron valoraciones por encima de 3, empeoran notablemente en el presente año, son las relativas a las políticas del gobierno autónomo favorecedoras de la creación de nuevas empresas y a la consideración por los gobiernos locales de estas políticas como de carácter prioritario. Se acentúa pues la tendencia ya iniciada en el 2004.

Finalmente, invirtiendo la tendencia del pasado año, mejora la percepción de los expertos sobre las barreras que suponen los impuestos y tasas, para las empresas de nueva creación y para impulsar el crecimiento de la empresa en general. Mejora también su visión de que estos impuestos sean aplicados de manera predecible y coherente. Por último, siguiendo esta línea, ha

mejorado también la percepción de la lentitud para realizar los trámites administrativos legales para la creación de una nueva empresa, sin dejar

de considerar que la valoración hecha por los expertos es la más negativa de todas las políticas

GRÁFICO 61. Valoración de las políticas gubernamentales para las nuevas empresas y las que se están desarrollando en Extremadura.



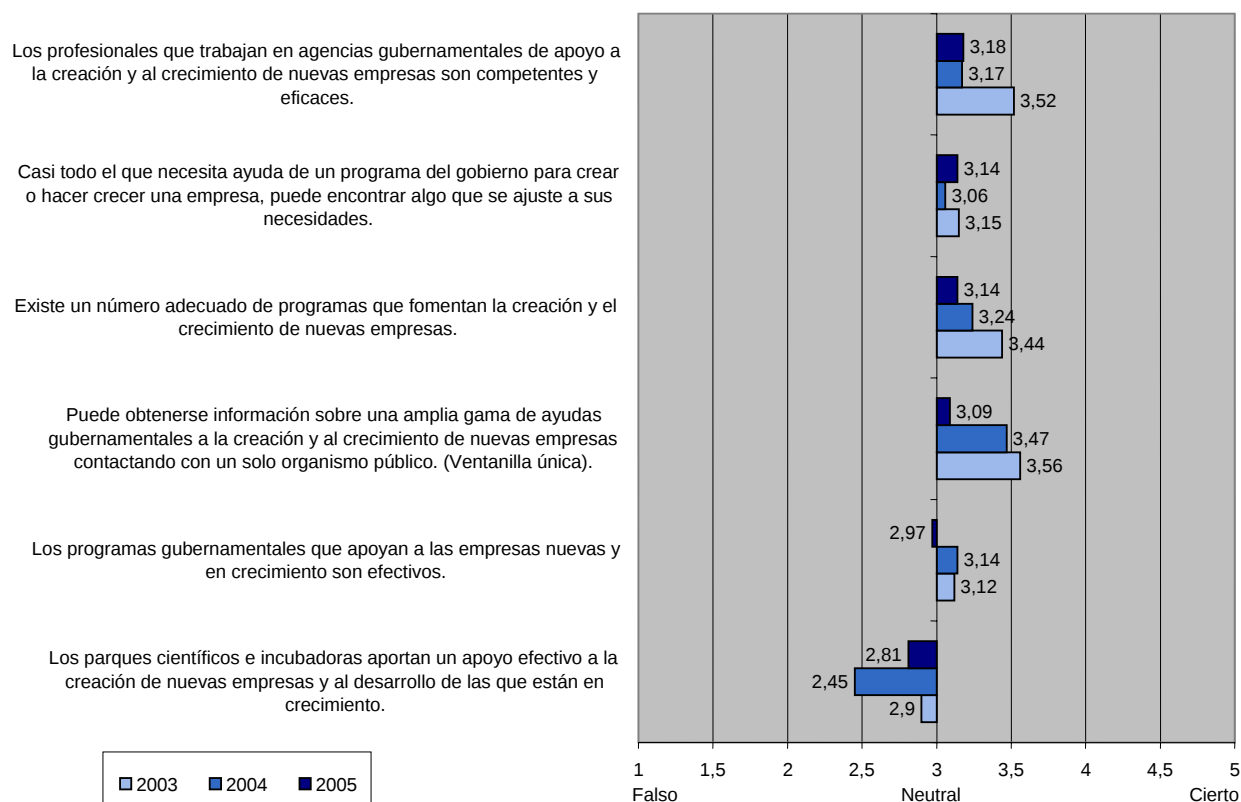
8.3. Los programas gubernamentales

Los programas gubernamentales están referidos a la existencia de programas que directamente asistan o apoyen la creación y el crecimiento de nuevas empresas en todos los ámbitos de gobierno, ya sea en el nacional, regional, provincial o municipal.

Como podemos observar en el gráfico 62, solamente se ha producido un empeoramiento notable de los programas gubernamentales en

cuanto a su efectividad. Tal empeoramiento tiene mayor relevancia en cuanto se ha situado por debajo del valor central. En consonancia con este empeoramiento se produce el de la valoración de la Ventanilla única por parte de los expertos.

Como ya anunciamos en el pasado año, la tendencia iniciada de un empeoramiento en la valoración de casi la totalidad de los apartados continúa; por lo que habrá que estar atento a la confirmación de esta tendencia.

GRÁFICO 62. Valoración de los programas gubernamentales para las nuevas empresas y las que se están desarrollando en Extremadura.

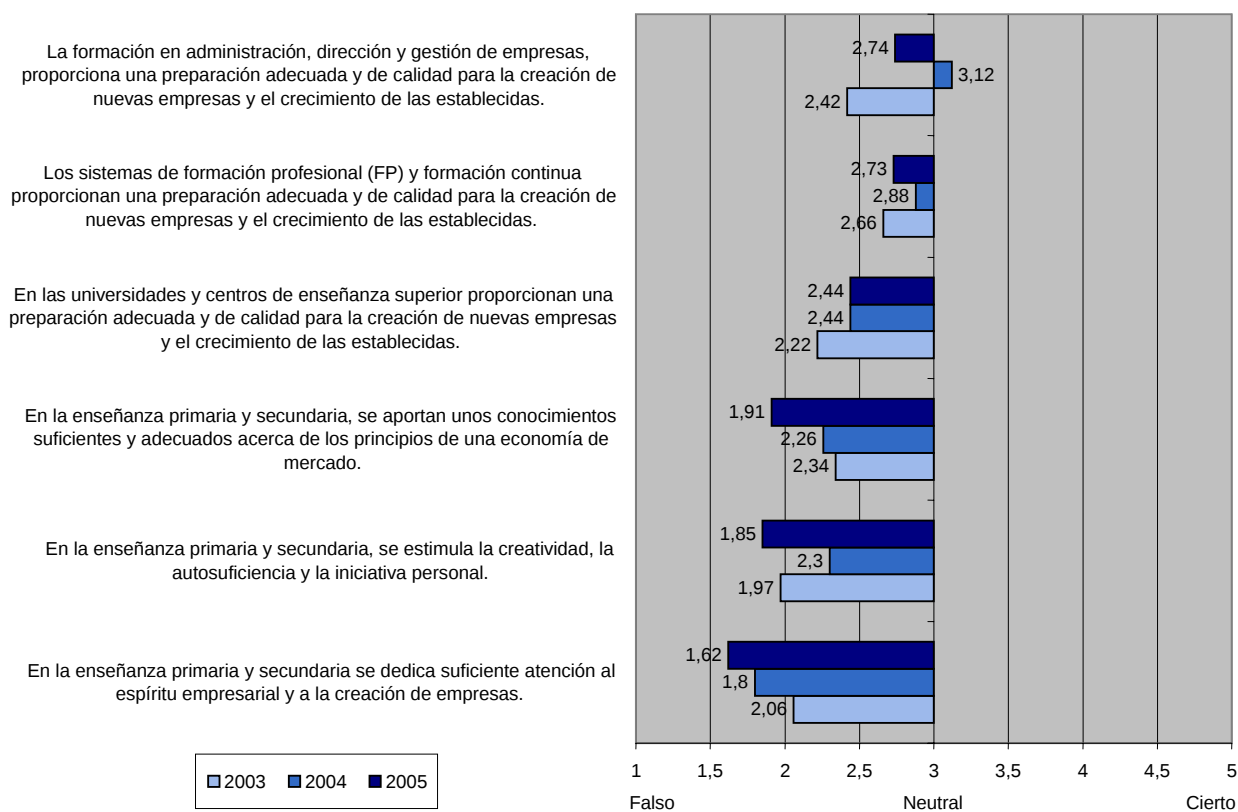
8.4. Educación y formación emprendedora

La educación y formación se refiere a la medida en la que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar en creación y dirección de nuevas empresas. Dos aspectos conforman esta condición del entorno: la que hace referencia a la que incluye hasta la educación secundaria y la posterior.

Al profundizar en la valoración de la educación y formación emprendedora en el sistema educativo extremeño, observamos una que en opinión de los expertos todos los aspectos han empeorado

respecto de los años 2004 y 2003, y siendo el hecho más destacable que los sistemas de formación profesional y continua han dejado de tener una valoración por encima del valor central. Es claro que la tendencia de mejoría en la valoración iniciada en el pasado año se ha invertido, sobre todo en lo relativo a la enseñanza primaria y secundaria donde todos los aspectos (la estimulación de la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, la atención que se presta al espíritu empresarial, la creación de empresas y la enseñanza sobre los principios de la economía de mercado) han empeorado.

GRÁFICO 63. Valoración de la educación y formación emprendedora en el sistema educativo extremeño.



8.5. Transferencia tecnológica e I+D

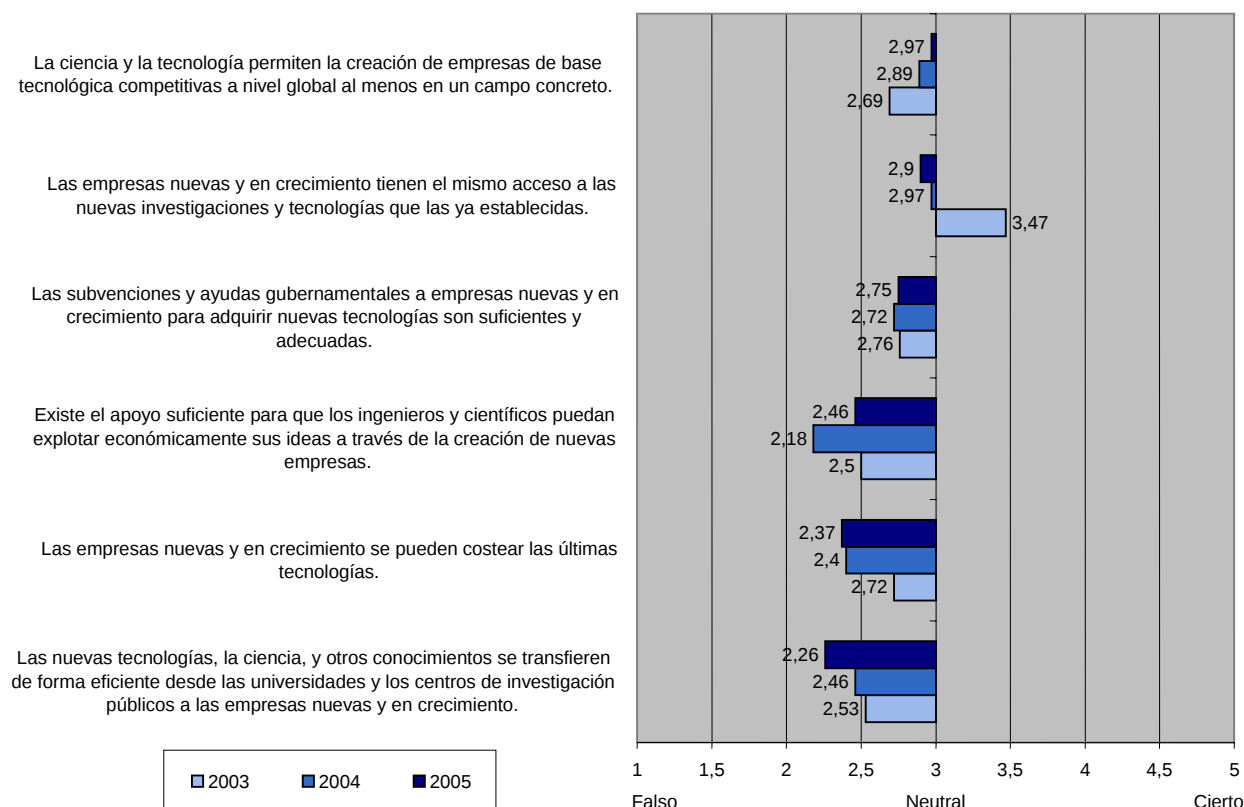
Con esta condición específica del entorno, tratamos de saber en qué medida la investigación y desarrollo de los países o regiones, conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están o no al alcance de los nuevos empresarios.

La transferencia de tecnología e investigación y desarrollo sigue sin proporcionar en Extremadura una base adecuada para la aparición de nuevas oportunidades de negocios.

En el presente año, la situación de empeoramiento de las condiciones respecto del 2004 se ha mejorado en general y sólo uno de los

aspectos, el relativo a la transferencia de las nuevas tecnologías, ciencia y otros conocimientos desde las universidades y centros de investigación pública a las empresas nuevas y en crecimiento ha empeorado, con una tendencia en este sentido desde el año 2003. Habrá que estar atento a esta tendencia pues puede ser significativa.

Por su parte han mejorado las opiniones de los expertos sobre la suficiencia de las ayudas públicas para la adquisición de nuevas tecnologías por las empresas nuevas y en crecimiento y sobre el apoyo a ingenieros y científicos para explotar económicamente sus ideas a través de la creación de empresas

GRÁFICO 64. Valoración de la transferencia tecnológica e I+D para la creación de empresas en Extremadura.

8.6. Infraestructura comercial y profesional (servicios a empresas)

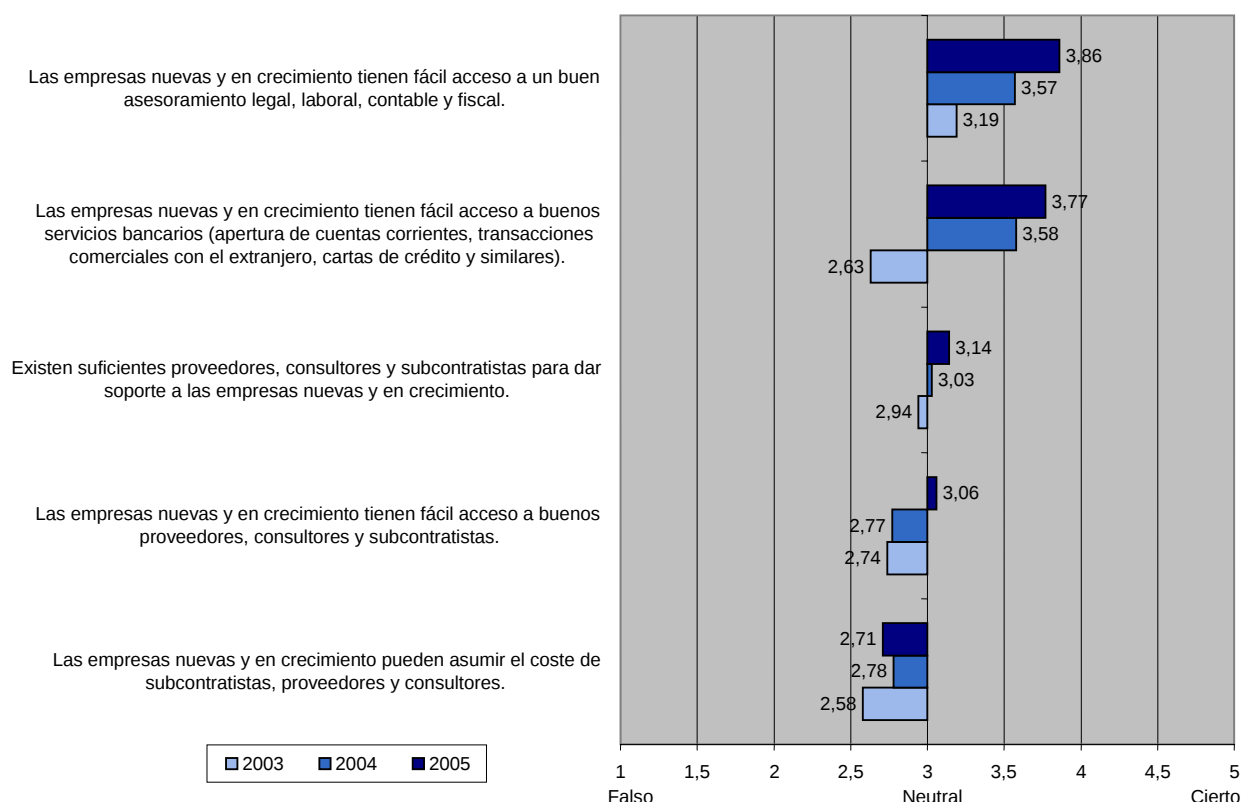
La infraestructura comercial y profesional se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales para las empresas así como de instituciones de apoyo que faciliten la creación o el desarrollo de nuevos negocios.

En cuanto al detalle de esta condición del entorno nos revela una mejoría notable generalizada en todos los ítems, especialmente en el relativo al acceso a buenos proveedores, consultores y contratistas que ha superado el valor central (3,06), pasando de una posición claramente negativa a una neutral. Esta misma

tendencia ha seguido el aspecto relativo la suficiencia de proveedores, consultores y subcontratistas para dar apoyo a las empresas nuevas.

Finalmente, y aunque mejora la opinión, sigue valorándose negativamente por los expertos la posibilidad de asunción del coste de los servicios prestados por subcontratistas proveedores y consultores por parte de las empresas nuevas y en crecimiento.

Los ítems relativos al acceso a servicios bancarios y a buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal continúan la tendencia de valoración positiva ya iniciada el pasado año, siendo los ítems mejor valorados.

GRÁFICO 65. Valoración del acceso a la infraestructura comercial y profesional en Extremadura**8.7. Apertura del mercado interno**

La apertura del mercado interno se refiere a la flexibilidad en los acuerdos comerciales que permitan a las nuevas empresas o a las que están creciendo, adaptarse a los cambios constantes del mercado y reubicarse estratégicamente para poder competir mejor pudiendo reemplazar con facilidad a los proveedores, subcontratistas o asesores existentes. Destacamos dos aspectos muy claros en este sentido: la capacidad de reacción ante los cambios y la existencia de barreras de entrada.

España, se encuentra en una situación precaria en este sentido y en Extremadura, se refrenda esta escasa velocidad en los cambios del mercado.

En cuanto a la existencia de grandes barreras de entrada en los mercados, parecen existir trabas legales, de competencia, de costes, etc. en la Comunidad Autónoma.

En general, sólo uno de las condiciones, la relativa a la posibilidad de entrada de las nuevas empresas en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas ya establecidas ha mejorado en opinión de los expertos. El resto de ítems siguen siendo valorados negativamente con valores peores a los del pasado año. Es de resaltar en este sentido la condición relativa a la efectividad de la legislación antimonopolio y su cumplimiento que ha pasado de una opinión neutral a una posición claramente desfavorable por parte de los expertos.

Ha empeorado, así mismo, la opinión de los expertos en cuanto a la posibilidad de entrada de una nueva empresa en el mercado y su capacidad para asumir los costes de entrada.

Finalmente, la situación en cuanto a los cambios que se producen en el mercado extremeño, no varía básicamente desde el año pasado, ya que tanto los mercados de bienes y servicios para las

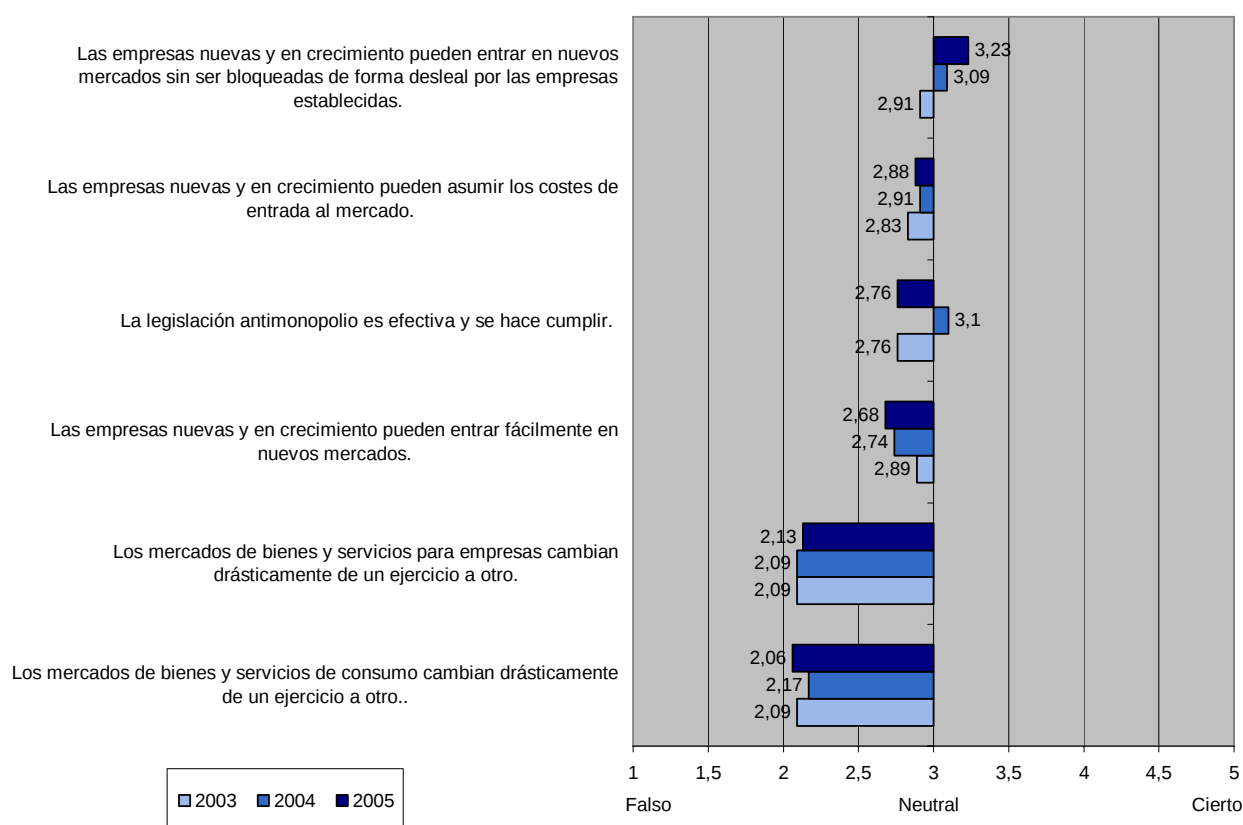
empresas como los de consumo tienen valoraciones similares en su negatividad.

8.8. Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas

Esta condición de entorno hace referencia a la facilidad con la que las nuevas empresas, las

pequeñas o las que están en crecimiento pueden acceder, a precios que nos las discrimine en el mercado, a los diferentes recursos físicos existentes como comunicación, servicios públicos, transporte, tierras, etc.

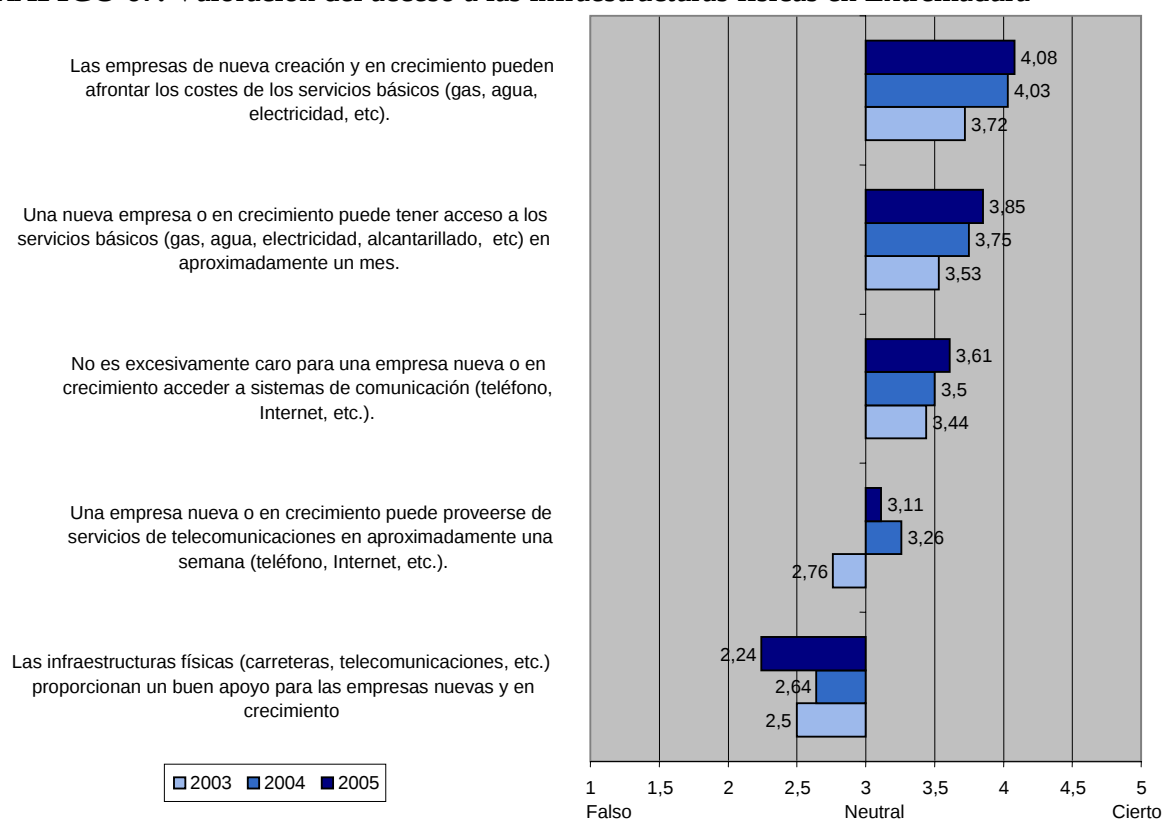
GRÁFICO 66. Valoración de la apertura del mercado interno en Extremadura.



El detalle de este tipo de entorno empresarial en Extremadura nos revela una mejoría en la mayoría de los aspectos analizados, excepto en la evaluación general de las infraestructuras físicas de carreteras, telecomunicaciones, etc., que sufren un retroceso.

Por lo demás, se considera favorable para las nuevas empresas o las que están en crecimiento, el que puedan acceder a los servicios básicos de agua, luz, alcantarillado, etc. en menos de un mes a un costo razonable.

Finalmente, el ítem relativo a la posibilidad de que las nuevas empresas o las que están en crecimiento puedan proveerse de servicios de telecomunicaciones en una semana a un precio no demasiado caro, en consonancia con el empeoramiento de las infraestructuras físicas de telecomunicaciones, sufre un retroceso en su valoración por los expertos respecto el año 2004, aunque sigue siendo valorado positivamente.

GRÁFICO 67. Valoración del acceso a las infraestructuras físicas en Extremadura

8.9. Normas sociales y culturales

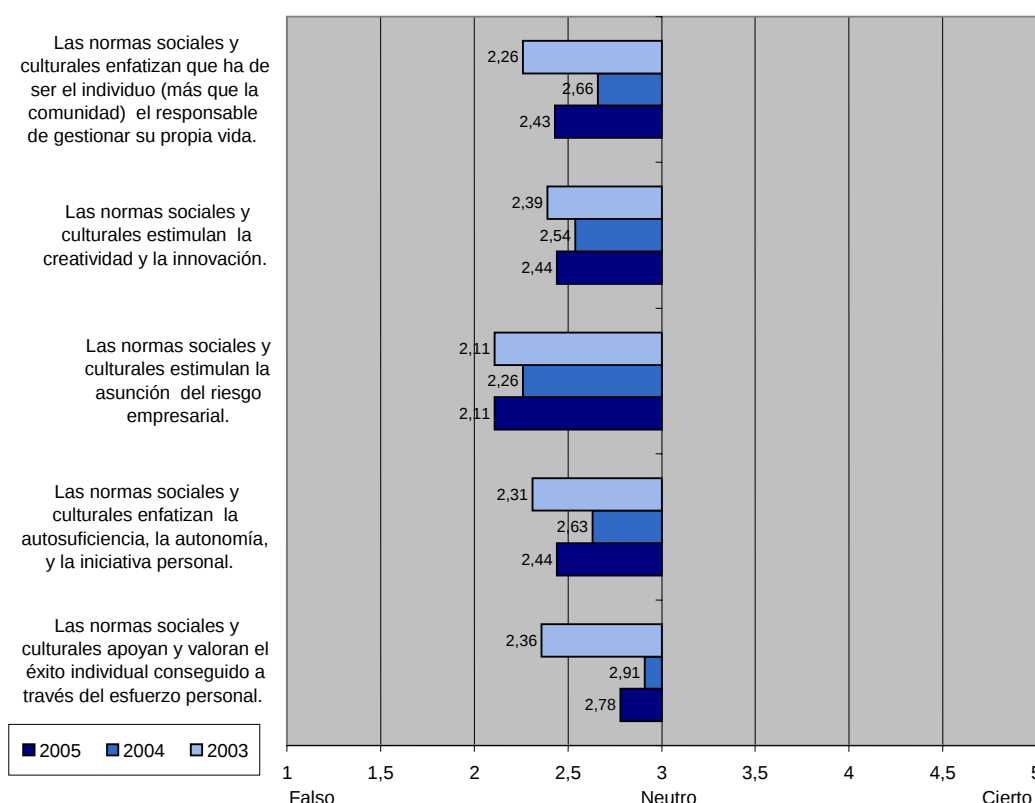
Este apartado se refiere a la medida en que las normas sociales y culturales existentes en la sociedad alientan, o desalientan acciones individuales que pueden llevar hacia la iniciativa emprendedora, a una nueva forma de conducir los negocios y las actividades económicas y, en consecuencia, a mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

En el análisis particular de Extremadura, se puede decir que todos los aspectos relativos a esta condición sufren un retroceso importante respecto a los años 2004 y 2003.

El retroceso mayor en opinión de los expertos se refiere a los ítems relativos al apoyo que suponen las normas sociales y culturales en la valoración

del éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal y el relativo al énfasis que la referidas normas sociales y culturales ponen en el hecho de que ha de ser el individuo –más que la comunidad- el responsable de gestionar su propia vida.

Todos los aspectos relacionados con este epígrafe siguen saliendo desfavorables. Así, vemos cómo los resultados nos indican que las normas sociales y culturales en la región no estimulan a que el individuo sea responsable de gestionar su propia vida, ni fomentan la creatividad, la innovación, la autosuficiencia, la autonomía, la iniciativa personal o la asunción de riesgos empresariales, no apoyando y valorando el éxito individual que se consigue a través del esfuerzo personal.

GRÁFICO 68. Valoración de las normas sociales y culturales en Extremadura.

8.10. Legislación y derechos de propiedad intelectual

Este apartado se refiere a la medida en que la legislación sobre la propiedad intelectual y el respeto de los derechos vinculados a las patentes, marcas registradas y de autor son cumplidos de manera eficaz en la Comunidad Autónoma.

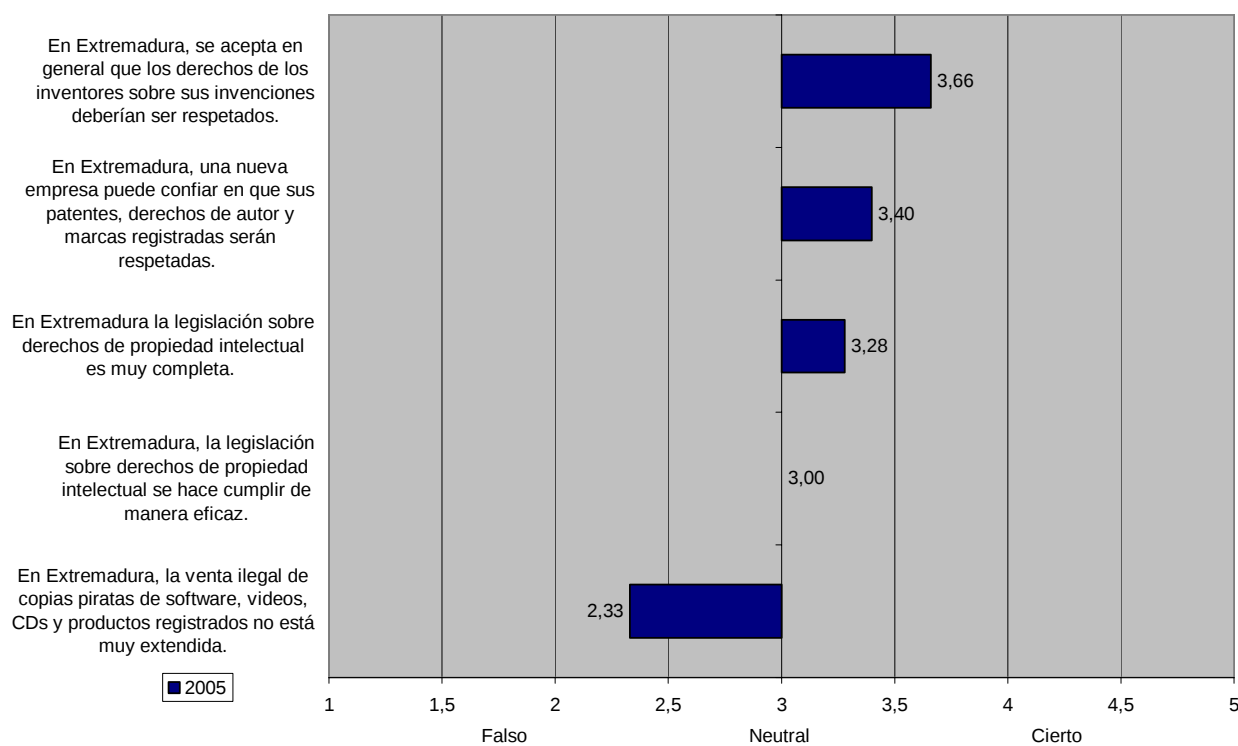
El análisis de esta condición ha sido incluido por primera vez en el presente informe por lo que su análisis no podrá realizarse de manera comparativa respecto de pasados años.

Todos los ítems son valorados positivamente por los expertos, de manera que la opinión general es

que en Extremadura existe una completa legislación sobre derechos de la propiedad intelectual, con un eficaz cumplimiento y confianza por parte de las empresas de que sus patentes, marcas registradas y derechos de autor serán respetados. Más aún, el aspecto mejor valorado es el relativo a la aceptación general de que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.

Finalmente, hay que señalar que sólo uno de los ítems muestra una valoración negativa, es el relativo a que en Extremadura no está extendida la práctica de la venta ilegal de copias piratas de software, vídeos, CDs y productos registrados.

GRÁFICO 69. Valoración de la Legislación y estado de los derechos de Propiedad Intelectual (registros, patentes y similares) en Extremadura.



8.11. Apoyo a la mujer emprendedora

Este apartado se refiere tanto a la percepción del entorno en cuanto a las habilidades y capacidades de la mujer para crear una empresa como las medidas de apoyo para su fomento: políticas, servicios sociales, normas sociales, etc.

Al igual que en el epígrafe anterior, realizamos por primera vez un análisis detallado por lo que no se compararán datos con años anteriores.

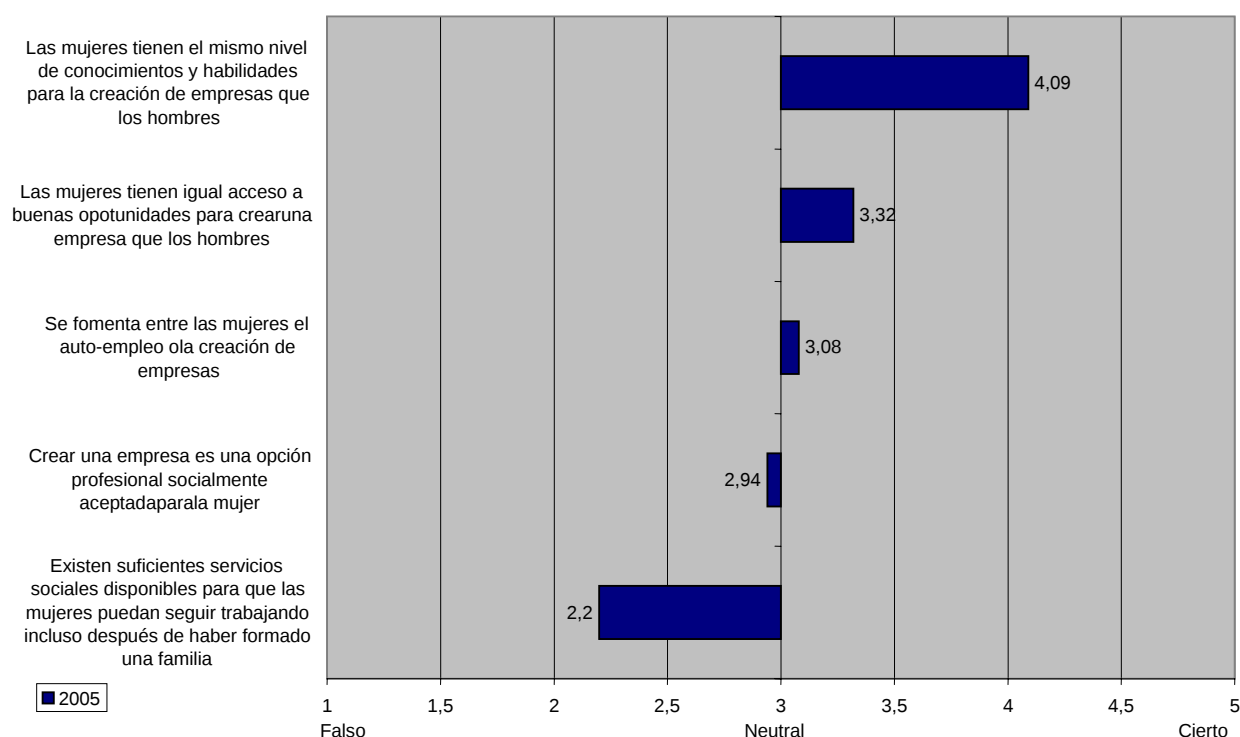
En opinión de los expertos, los conocimientos y habilidades de las mujeres para crear empresas son iguales a los de los hombres y gozan de igual acceso a buenas oportunidades, fomentándose entre las mujeres las iniciativas de autoempleo o

creación de empresas. Todos estos aspectos son valorados positivamente.

No es así para el caso de considerar la creación de una empresa como una opción socialmente aceptada para la mujer en la que la opinión de los expertos no está claramente definida (valor 2,94).

Finalmente, el ítem relativo a la existencia de suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia, es valorado negativamente por los expertos.

Habrà que esperar a los resultados del próximo año para determinar las posibles tendencias.

GRÁFICO 70. Valoración del apoyo a la mujer emprendedora en Extremadura

8.12. Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo

La creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo está referida a las medidas y criterios utilizados tanto por las ayudas públicas como por los profesionales de la creación de empresas para fomentar, apoyar e identificar este tipo especial de actividad empresarial.

En un análisis detallado realizado por primera vez este año, y por tanto carente de posibles comparaciones, podemos denotar que el ítem peor valorado es el relativo a la inclusión de criterios rigurosos y estrictos en la selección de los destinatarios de las ayudas prestadas por las administraciones públicas.

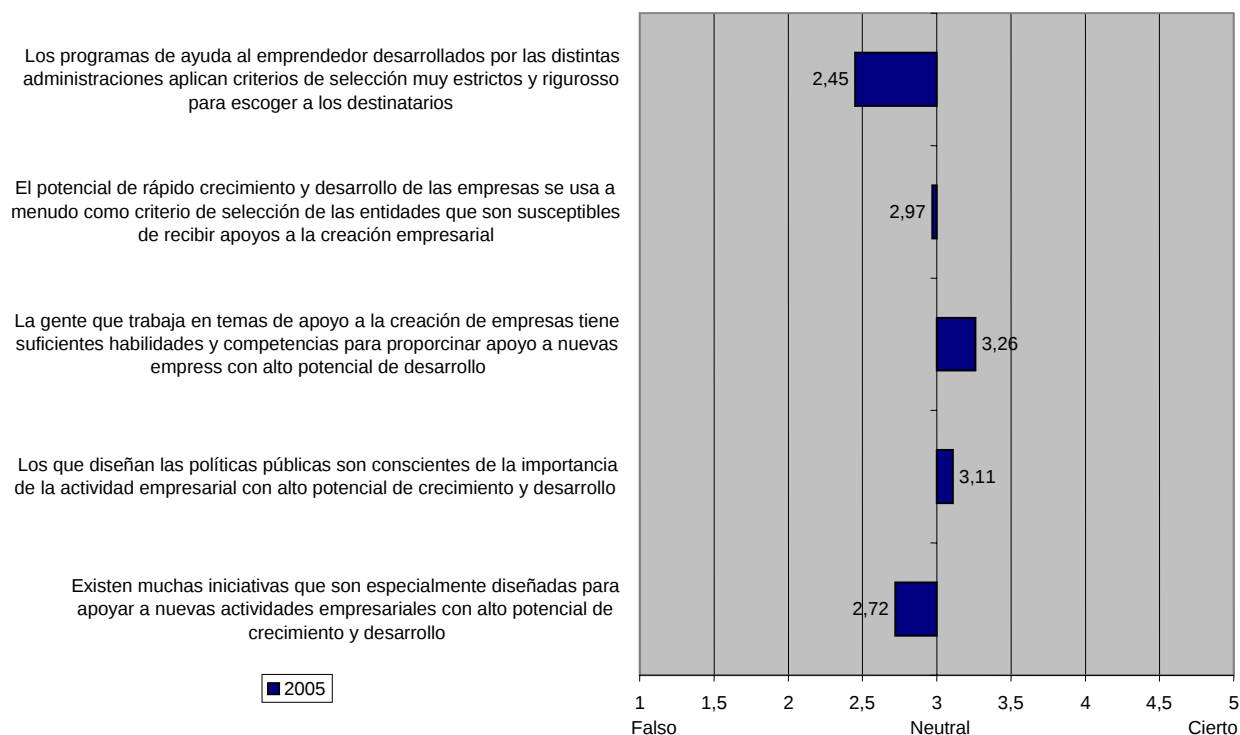
También se halla mal valorado el aspecto relativo a la existencia de iniciativas especialmente diseñadas para apoyar las

actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo.

Por otro lado, la opinión de los expertos no se haya muy definida en cuanto a la utilización de este criterio de selección por parte de las entidades que prestan apoyos, y en cuanto a que los que diseñan las políticas públicas sean conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencia de crecimiento y desarrollo.

Finalmente, sólo un aspecto es valorado positivamente, el relativo a que los profesionales que trabajan en temas de apoyo a la creación de empresas tienen suficientes habilidades y competencias para proporcionar asistencia a este tipo de actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.

En próximos años podremos confirmar las tendencias en las opiniones de los expertos.

GRÁFICO 71. Valoración de la creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo

9. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

Después de tres años de realización del Informe GEM en Extremadura, podemos empezar a vislumbrar la situación general de la actividad emprendedora en la región y entrever algunas de las características propias que nos exijan actuaciones específicas en nuestro entorno más cercano.

El objetivo principal del Proyecto GEM y por tanto, de todos los informes que se realizan, no es otro que el de ser útil a la sociedad. Utilidad que viene determinada por la labor científica de facilitar información acerca de la actividad emprendedora, para que pueda ser contrastada, debatida y permita reflexionar a los diversos agentes sociales y en particular, a los denominados por North (1990, 2005), "empresarios políticos", es decir, a aquellos que tienen capacidad para decidir en las organizaciones y sobre el diseño de políticas públicas especializadas.

Por ello, queremos acabar este tercer informe con un repaso a los aspectos más destacables del informe ofreciendo una serie de conclusiones e implicaciones para las futuras políticas públicas en algunos de los campos analizados.

Panorámica de la actividad emprendedora general

Después de siete años de realización del proyecto a escala internacional, se ha puesto de manifiesto que existen diferencias importantes entre los países en sus tasas de actividad emprendedora y que estas variaciones tienden a persistir a lo largo del tiempo. Mientras los países con un mayor nivel de desarrollo tienen índices de creación de empresas menores, aquellos que poseen un nivel económico más bajo tienen tasas emprendedoras más altas, aunque la calidad de sus iniciativas en términos

de dimensión, innovación, creación de empleo, etc. sea menor que la de los países más ricos.

Basándose en esto, y con el fin de hacer comparables las tasas de actividad emprendedora, homogeneizar los análisis y establecer recomendaciones específicas para las políticas públicas de los diversos países, el Proyecto GEM ha establecido grandes grupos de análisis para efectuar las comparaciones, apoyadas en el nivel de ingresos per capita y el crecimiento del PIB de los diferentes países.

Entre las principales recomendaciones que el Informe Global Internacional ha llevado a cabo para los países de renta como España se encuentran las siguientes (Minniti et al., 2006):

1.- El objetivo de los países de ingresos altos es mantener las tasas de competitividad y de innovación. Para los países en los que hay una falta de innovación importante, avanzar tanto en la educación empresarial como en la creación de redes de oportunidades y en la transferencia tecnológica es crucial.

Dado que en estos países se están produciendo significativos cambios demográficos, éstos deben ser tenidos en cuenta como eje de muchos de los programas que se implementen.

2.- Los dos ejes principales de los países de la OCDE en cuanto a programas gubernamentales de apoyo empresarial están enfocados a la innovación tecnológica y al crecimiento a través de la exportación.

Se han desarrollado así programas de spin-off y de incubadoras para empresas de base tecnológica, con el fin de apoyar y promocionar el conocimiento intensivo y/o la innovación de base tecnológica y su comercialización.

Como ya se apuntaba cuando se trató el tema del papel de las instituciones, otro importante requerimiento para mantener una cantidad sostenible de innovación es la conexión entre empresarios y empleados públicos, los cuales a menudo no comparten los mismos incentivos e

información, así como la alianza o conexión de los intereses públicos y privados con respecto a los incentivos del mercado.

3.- En cuanto a la educación hay una gran necesidad de cambio en los sistemas de educación superior dándole más énfasis a la educación empresarial y a las redes. Este tema es particularmente importante para mujeres y jóvenes empresarios sin experiencia. En España por ejemplo la Dirección General de Política de PYMES ha promovido con éxito un proyecto Web que permite a los empresarios realizar un autodiagnóstico y aprenden si están preparados para hacer frente al mercado internacional. Este sistema proporciona recomendaciones, información y acceso a programas de formación relacionados con esta área.

En general los programas que apoyan y promocionan la cultura empresarial parecen tener éxito, especialmente si se implementan a nivel local.

4.- Otro tema crucial es la disponibilidad de financiación en el arranque o primeras fases de la empresa. Esto además es particularmente importante y cierto en las empresas de alta tecnología o en las nuevas empresas de alto potencial (gacela) que tienen a necesitar más capital intensivo y a asumir más riesgos que las menos innovadoras.

5.- Los países del Oeste de Europa deben además prestar gran atención a los movimientos demográficos y a la debilidad de sus mercados laborales sub-regionales. Es una llamada para que se revisen las leyes de inmigración así como para aumentar y reforzar los incentivos para animar a mujeres y jóvenes para que arranquen empresas.

6.- Finalmente los regímenes fiscales son en los países de ingresos altos, determinantes de la actividad empresarial. Así se ha mostrado en Irlanda y Japón donde la reducción de las tasas

fiscales ha incrementado notablemente la actividad empresarial.

En resumen, los países de altos ingresos deberían enfocarse a desarrollar los sectores empresariales con altos niveles de innovación y a apoyar a las nuevas empresas con alto valor añadido que tienen el potencial para crecer y desarrollarse internacionalmente. Es muy necesario cambiar en estas economías el sistema de la educación superior de manera que se ponga más énfasis en la tecnología, la comercialización y en crear mayor conexión entre la educación científica y la educación en administración empresarial (conexión ciencia-empresa). Finalmente algunos países con altos ingresos deberían prestar atención a sus dinámicas demográficas y los problemas existentes en sus mercados laborales - altos niveles de desempleo juvenil y existencia de áreas con bajo desarrollo-.

Como se menciona en el informe nacional, en España, como país desarrollado, también se refleja la situación estable y moderada del panorama internacional, pero se manifiesta aún cierto retraso en cuanto al desarrollo de iniciativas empresariales en sectores tecnológicamente avanzados, en el ámbito de la educación emprendedora, el capital riesgo, etc.

En 2005 la tasa de actividad emprendedora española se ha recuperado ligeramente, mientras en Extremadura prácticamente se mantiene la del año anterior al haber subido solo una centésima (6,97% vs 6,98%). Esto la sitúa en el lugar 15 entre los 35 países analizados, en cuarta posición dentro de los 20 europeos del estudio y en el octavo lugar dentro de los países de la OCDE que participan en el GEM.

Por otro lado, entre las regiones españolas analizadas, que en 2005 se han incrementado a diez, sigue manteniendo el primer lugar en el TEA, que se ha mantenido gracias al mayor número de empresas nuevas (menos de 42 meses), ya que el porcentaje de empresas

nacientes (menos de 3 meses) ha vuelto a disminuir en este año un 41,9%. En total el porcentaje de este tipo de empresas encontradas ha bajado a menos de la mitad desde 2003, lo que unido a los bajos porcentajes de empresarios potenciales encontrados (recordemos que Extremadura tiene el porcentaje más bajo de empresarios potenciales de las regiones analizadas en 2005), nos lleva a pensar en la necesidad de fomentar la aparición de nuevas empresas, pero también en las políticas de ayuda, consolidación y crecimiento de las ya creadas.

El porcentaje de empresas consolidadas (más de tres años y medio de vida) ha crecido desde el 2003 en un 19% mientras que el porcentaje de negocios cerrados es el más bajo de las diez regiones españolas del informe.

Comportamiento emprendedor

La pequeña subida de la tasa de actividad emprendedora (TEA) en 2005 se debe al aumento de las tasas de creación de empresas por necesidad masculina, que han crecido con respecto al año anterior un 128,6%, principalmente en las zonas urbanas y en la provincia de Cáceres. Frente a esto, las tasas por oportunidad han disminuido su porcentaje en un 9,1%, pese al incremento de la actividad emprendedora femenina por oportunidad (+42,85%), debido a la bajada en las zonas rurales y también a la provincia de Cáceres. Esta menor actividad se ha manifestado en el menor aprovechamiento de oportunidades por parte de los hombres mayores de 35 años que tienen estudios secundarios y rentas altas.

Por el contrario, la necesidad ha afectado mayoritariamente a los hombres en edad de trabajar de 18 a 35 años o de más de 55 años, y esencialmente, con estudios primarios o superiores y con niveles de renta medios o bajos.

Si en 2004, observábamos que las empresas que se crean por oportunidad eran diferentes a las que lo hacían por necesidad, sobre todo en

cuanto al nivel de competencia esperado en empresas nuevas o en el porcentaje que se exporta en empresas nacientes y nuevas, este año aparecen más variables que confirman que las empresas nacientes que se emprenden por oportunidad son distintas a las que lo hacen por necesidad. En concreto, aquellas referidas a la novedad de los productos o servicios ofertados, el nivel de competencia esperado, la tecnología utilizada o el nivel de exportación de las empresas creadas.

En cambio, no parecen existir diferencias significativas según la motivación en las empresas nuevas, ni entre éstas y las nacientes.

Financiación de la actividad emprendedora

En 2005, el empresario extremeño, tanto naciente (52,6%) como nuevo (64,3%), ha acudido en mayor medida a la financiación ajena, principalmente a bancos u otras instituciones financieras, ya que solo el 21% de los empresarios ha financiado íntegramente su empresa, frente al 31,7% del año pasado.

Esto nos indica, como ya ha destacado el Observatorio Europeo de la Pequeña y Mediana Empresa, que el acceso a la financiación es la principal limitación existente no solo para el inicio de la empresa sino también para su desarrollo posterior. Los expertos GEM también lo vienen destacando como el segundo obstáculo para la creación de empresas durante los tres años de realización del informe, por lo que se hace necesario seguir incidiendo en este aspecto, a pesar de su mejora desde el 2003.

La segunda fuente de financiación más importante ha sido, como en años anteriores, la de los inversores informales, sobre todo a través de familiares directos (en tres casos de cada cuatro) que se han comportado de manera más profesional al no dar por perdida la inversión en casi ningún caso, esperando recuperar al menos la mitad de su dinero y en la mayor parte de las veces la mitad o el doble.

No obstante, la necesidad de profesionalizar cada vez más esta fuente de financiación, de establecer redes de inversores y de crear mecanismos de apoyo parece bastante evidente, ya que la importancia del inversor informal no solo es financiera, sino que también facilita experiencia empresarial, saber hacer y competencias y habilidades profesionales en muchos casos.

En términos generales, en estos tres años que llevamos de realización del estudio GEM en Extremadura, la inversión informal ha tenido altibajos, la financiación a través de entidades financieras ha crecido año tras año y la utilización de las ayudas gubernamentales ha decrecido paulatinamente.

Mujer emprendedora

Durante 2005 se ha producido una recuperación de la actividad emprendedora femenina, ya que ha habido un tercio más de mujeres que se han involucrado en iniciativas de creación de empresas que el año anterior. En cambio, el número de hombres que se han visto implicados en los procesos emprendedores ha sido un 8,7% menor.

Mientras los hombres han puesto en marcha menos iniciativas emprendedoras por oportunidad (un 26,22% menos) y bastantes más por necesidad (un 128,6% más), la mujer ha creado más empresas por oportunidad que el año anterior y bastantes menos por necesidad.

Por cada hombre que ha estado involucrado en actividades emprendedoras en 2005, ha habido 0,65 mujeres implicadas en las mismas. Con este ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre que nos ofrece el TEA, Extremadura recupera posiciones con respecto al año anterior y se sitúa en décimo lugar, entre los países GEM y en cuarto entre los países europeos y de la OCDE, detrás de Hungría, Finlandia y Suiza, estando por encima de la media española (0,58) y de las

medias GEM (0,62), europea (0,61) y de la OCDE (0,60).

Por otro lado, en el ámbito nacional, hay cuatro regiones con valores superiores al extremeño (Navarra, Madrid, Canarias y Castilla León), una con un valor similar (Galicia), y otras dos (Cataluña y País Vasco) con valores muy cercanos a la media, lo que nos ofrece una panorámica general media-alta de la participación de la mujer española en la creación de nuevas empresas en el contexto GEM durante 2005.

No obstante, a pesar de la mejora de la actividad emprendedora femenina durante este año, se hace necesario, como mencionan los expertos, una mayor valorización social de la opción empresarial para la mujer y un mayor apoyo a la actividad emprendedora femenina desde las instituciones para que puedan compatibilizar su vida profesional y familiar.

Oportunidades, motivación y habilidades

Casi el 40% de la población adulta percibía buenas oportunidades de negocio entre los meses de julio a diciembre de 2005. Esto supone una situación similar a la del año pasado, que se ha visto correspondida con una estabilidad en el TEA, aunque con respecto a 2003 ha habido casi un 20% menos de expectativas.

Situación que contrasta con la opinión de los expertos, ya que su evaluación media sobre la percepción de oportunidades no ha dejado de crecer desde el inicio del informe, ya que creen que hay muchas y buenas oportunidades para la creación de una empresa y que éstas han aumentado considerablemente en los últimos cinco años, aunque siguen pensando que existe una escasez de empresarios para explotarla, que no es fácil para las personas dedicarse a explotar estas oportunidades y éstas no son tantas y tan buenas cuando hablamos de empresas de rápido crecimiento.

La opinión de la población adulta posiciona a Extremadura en una situación intermedia en la percepción de buenas oportunidades de negocio entre las regiones españolas, mientras que la evaluación media de los expertos la sitúa a la cabeza de las diez regiones del informe.

Por otro lado, la motivación para transformar estas oportunidades en empresas ha pasado de unos valores medios con relación al resto de regiones, a ser superada por todas las comunidades excepto por Castilla y León, lo que la sitúa por debajo de la valoración media del 2003.

Este empeoramiento general, viene por un descenso en las valoraciones de las diferentes aseveraciones planteadas a los expertos. Así, empeora la imagen del empresario, al valorar menos que los empresarios que tengan éxito gozarán de un gran reconocimiento y prestigio social o que sean valorados como personas competentes e ingeniosas. Aspectos a los que no ayuda el que crean que aparecen menos noticias sobre empresarios de éxito, o que la sociedad considere en menor medida el ser empresario como una opción de carrera profesional o como una forma de hacerse rico.

Por otro lado, la población extremeña también ve peor que el año anterior la opción de poner en marcha una empresa como una buena elección profesional e incluso manifiesta más temor al fracaso. En cambio, ve mejor la posibilidad del éxito empresarial como una forma de conseguir un buen estatus social, mejorando su opinión respecto a que los medios de comunicación están proporcionando una buena cobertura en noticias relacionadas con los nuevos empresarios.

Esta bajada en los indicadores de la motivación, nos hacen reflexionar sobre lo que ya comentábamos el año anterior: hay que seguir promoviendo políticas de fomento de los empresarios potenciales (no olvidemos la última posición en la que se situaban éstos en el gráfico 10 con un 3,85% de la población) entre aquellos

grupos denominados “yacimientos de empresarios”¹⁴, es decir, directivos de empresas, universitarios de carreras técnicas, económicas y empresariales e hijos/as de empresarios. Además, el que exista una mayor viabilidad para a la creación de empresas, haciendo que todo tipo de recursos necesarios (ideas, información, dinero, asesoramiento, seguimiento, redes, etc.) estén disponibles para el futuro empresario y eliminar los obstáculos para emprender, ya sean de tipo formal o informal, facilitará la motivación e intención hacia la creación de empresas por parte de los empresarios potenciales.

La evaluación media de los expertos sobre las habilidades y conocimientos que tiene la sociedad extremeña para crear y desarrollar una nueva empresa ha crecido en términos generales desde hace dos años, a pesar del revés sufrido este último año en el que ha empeorado en un 3,6%, lo que no ha impedido que la percepción de los expertos extremeños siga liderando la valoración de las distintas comunidades analizadas.

Si bien es cierto que la situación con respecto al resto de regiones es mejor en Extremadura, la mayor parte de los valores considerados por los expertos son negativos. Así, no es cierto que la mayoría de la gente piense que crear una empresa de rápido crecimiento sea fácil, o que haya mucha gente con la capacidad, experiencia o posibilidad de reacción ante las oportunidades para la creación de nuevas empresas.

Actividad emprendedora y empleo

El 87,3% del total de las iniciativas empresariales puestas en marcha ha

¹⁴ **Veciana, J.M. (2001):** “Mitos y Realidades de la Creación de Empresas”. Seminario de Creación de Empresas: Teoría y Prácticas. Fundación Xavier de Salas. Trujillo (Cáceres). Marzo. **Veciana, J.M. (2005):** “La creación de empresas. Un enfoque gerencial”. Servicio de Estudios de La Caixa. Barcelona.

proporcionado empleo por cuenta ajena, o tiene expectativas de crearlo en los próximos 5 años, mientras que solo el 12,7% ha servido o servirá para autoemplear al empresario.

Durante 2005 cada empresa naciente o nueva ha creado de media 2,76 puestos de trabajo y esperan llegar hasta los 4,39 empleos cuando lleven cinco años funcionando, lo que supone un crecimiento esperado del empleo de casi el 60%. Estas perspectivas de crecimiento son menos optimistas que las de 2004, en el que se esperaba un aumento del 66,3%, aunque el número medio de puestos de trabajo actuales fuese de 2,67.

Las empresas que tienen entre 3 y 42 meses son las que tienen mayores expectativas de creación de empleo para los próximos cinco años, ya que esperan aumentar su plantilla un 73,40% más en cinco años, mientras que las de menos de tres meses esperan hacerlo en un 37,31% y las que tienen más de tres años y medio en un 40,98%.

Por tanto, quienes más perspectivas de creación de empleo tienen son las nuevas empresas y entre éstas las que tienen un alto potencial de crecimiento en términos de empleo. No obstante, aunque en 2005 no hemos encontrado ninguna empresa en su fase inicial (nacientes y nuevas) que hayan creado más de 19 empleos, un 3,7% de las empresas nuevas esperan crear al menos 20 empleos en los próximos cinco años.

Una buena política de creación de empresas será por tanto, aquella que preste una atención especial a la identificación, apoyo y seguimiento de empresas con alto poder de crecimiento, sobre todo en términos de empleo.

Entorno para la actividad emprendedora

En el presente año los factores específicos del entorno mejor valorados han sido la protección

de los derechos de propiedad intelectual, la infraestructura comercial (en cuanto a acceso, coste calidad), el acceso a la infraestructura física y las políticas gubernamentales globales que apoyan y enfatizan la actividad emprendedora. De éstos, sólo la infraestructura comercial ha seguido una tendencia ascendente en su valoración en los sucesivos años desde el 2003.

Por el contrario, las condiciones específicas a las que conviene prestar más atención son la educación y formación emprendedora en primaria y secundaria, la apertura del mercado interno –capacidad de reacción- y el acceso a la infraestructura física.

El entorno, en general se ha mantenido menos estable que en el pasado año con un ligero empeoramiento en los factores relativos a educación y formación tanto primaria y secundaria como post-secundaria, medidas y programas gubernamentales de apoyo, normas sociales y culturales orientadas a la creación de empresas, acceso a la infraestructura física y políticas gubernamentales. Por el contrario se aprecia una generalizada mejora respecto al año 2004 de las condiciones relativas a protección de derechos de propiedad intelectual, infraestructura comercial, apoyo financiero global, transferencias tecnológica e I+D y apertura del mercado interno: barreras de entrada.

En este sentido, los expertos han propuesto una serie de recomendaciones que como era lógico, hacen referencia a esos factores que a su juicio, han empeorado. De entre los cinco primeros destacamos: las políticas gubernamentales, la educación y la formación, las normas sociales y culturales, los programas gubernamentales y el acceso a infraestructura física.

En primer lugar y respecto a las políticas gubernamentales en Extremadura, los expertos consideran que se están favoreciendo la iniciativa emprendedora, ahora bien, respecto del

pasado año las relativas a considerar el apoyo a la creación de nuevas empresas como prioridad de acción en el gobierno regional y las destinadas al fomento de nuevas empresas, han sufrido un importante descenso incluso en la política de fomento de nuevas empresas. Además, dos políticas que en los pasados años 2003 y 2004 obtuvieron valoraciones positivas, empeoran notablemente en el presente año, como son las relativas a las políticas del gobierno autónomo favorecedoras de la creación de nuevas empresas y a la consideración por los gobiernos locales de estas políticas como de carácter prioritario. Se acentúa pues la tendencia ya iniciada en el 2004, estando la primera recomendación que hacen los expertos relacionada con la mejora de este tipo de políticas.

Respecto de la educación y formación, al considerarse por los expertos un empeoramiento generalizado respecto de 2004, es claro que la tendencia de mejoría en la valoración iniciada en el pasado año se ha invertido, sobre todo en lo relativo a la enseñanza primaria y secundaria donde todos los aspectos como la estimulación de la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, la atención que se presta al espíritu empresarial, la creación de empresas y la enseñanza sobre los principios de la economía de mercado, se han agravado.

En general, hay que volver a incidir en la formación en administración, dirección y gestión de empresas y en que en primaria y secundaria se estimulen aspectos como la creatividad, la autosuficiencia, la autonomía, la iniciativa personal, el espíritu empresarial o el conocimiento del mercado.

En cuanto a las normas sociales y culturales todos sus componentes han empeorado con relación a 2004, y algunos de ellos notablemente, como aquellas que enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal y las relativas a destacar que ha de ser el individuo y

no la comunidad el responsable de gestionar su propia vida.

Por tercer año las normas sociales y culturales se manifiestan como el primer obstáculo para la creación de empresas, a gran distancia del siguiente. Es de vital importancia ir cambiando el espíritu empresarial en la cultura regional. Se hace necesario pues, el estimular la autosuficiencia, la autonomía, la iniciativa personal, la creatividad, la innovación o la asunción de riesgos empresariales. Apoyar y valorar el éxito individual que se consigue a través del esfuerzo personal y mejorar la percepción de deseabilidad y viabilidad hacia la creación empresarial por parte de la sociedad y de las personas a través del fomento de premios, los modelos de rol, la imagen del empresario, etc.

En cuanto a los programas gubernamentales, como en el pasado año, el peor valorado ha sido el relativo a los parques científicos e incubadoras en cuanto que aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento, mientras que el más valorado hacer referencia a la competencia y eficacia de los profesionales de las administraciones que trabajan en estos programas.

En general, a pesar de la valoración positiva que hacen los expertos de los diferentes aspectos referidos a los programas gubernamentales la tendencia iniciada de un empeoramiento en la valoración de casi la totalidad de los apartados continúa, por lo que habrá que estar atento a la confirmación de esta tendencia.

En el acceso a la infraestructura física se ha producido por parte de los expertos una valoración en general positiva, mejorando aspectos como el que las nuevas empresas o las que están en crecimiento puedan acceder a los servicios básicos de agua, luz, alcantarillado, etc. en menos de un mes a un costo razonable, aunque siguen echando en falta infraestructuras

físicas de carreteras, telecomunicaciones, etc., o que las empresas puedan proveerse de servicios de telecomunicaciones en una semana a un precio no demasiado caro.

En definitiva, podemos decir que la actuación sobre el entorno, ya sea en el ámbito formal (legislación, trámites, derechos de propiedad,...)

o en el informal (ideas, valores, creencias, actitudes,...), exige también incidir sobre los individuos que son los que crean las empresas, por lo que las políticas dirigidas hacia la creación de nuevas empresas o nuevos proyectos innovadores, debieran potenciar a la persona como individuo, sus motivaciones, habilidades o capacidades.

BIBLIOGRAFÍA

Acs, Z.J.; Arenius, P.; Hay, M.; Minniti, M. (2004): "Global Entrepreneurship Monitor. 2004 Executive Report". Babson College and London Business School.

Ajzen, I. (1987): "Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology". *Advances in Experimental social Psychology*. Vol. 20, pp.1-63.

Burgelman, R.A.; Sayles, L. (1987): "Les intrapreneurs: Stratégie, structure et gestion de l'innovation dans l'entreprise". McGraw-Hill. Paris.

Coduras, A. De la Vega, I. (2005): "GEM 2004: abriendo nuevos caminos a la investigación sobre creación empresarial y desarrollo". *Iniciativa Emprendedora* N° 49. pp.19-31.

De la Vega, I; Coduras, A.; Cruz, C.; Justo; R.; Pía, M. (2006): "Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2005". Instituto de Empresa. Madrid.

Ellis, R. and Taylor, N. (1987): "Specifying entrepreneurship". *Frontiers of Entrepreneurship Research* Churchill, N. C., Hornaday, J. A., Kirchhoff, B. A., Krasner, O. J. and Vesper, K. H. (Eds.). Wellesley: Babson College. pp. 527-541.

Krueger, N. (1998): "Encouraging the identification of environmental opportunities". *Journal of Organizational Change Management*. Bradford. Vol.11, Iss. 2, pp.174-184.

Krueger, N.; Brazael, D.V. (1994): "Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs". *Entrepreneurship Theory and Practice*. Spring. pp. 91-104.

Minniti, M.; Bygrave, W.D.; Autio, E. (2006): "Global Entrepreneurship Monitor. 2005

Executive Report". Babson College and London Business School.

North, D. C. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.

North, D. C. (2005): *Understanding the Process of Economic Change*. Princeton. University Press.

North, D. C. (1994): "Economic Performance Through Time". *The American Economic Review*. Vol. 84 n° 3. June. pp. 359-368.

Pinchot, G. (1985): "Intrapreneuring". Harper and Row Ed. New York.

Reynolds, P.; Bosma, N.; Autio, E.; Hunt, S.; De Bono, N.; Servais, I.; López-García, P. y Chin, N. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003". *Small Business Economics*, Vol. 24, N° 3, pp.205-231.

Shane, S. (1992): "Why do some societies invent more than others? *Journal of Business Venturing*. Vol.7, n°.1, pp. 29-46.

Shapero, A.; Sokol, L. (1982): "The Social Dimensions of Entrepreneurship". *Encyclopedia of Entrepreneurship*. C.A. Kent, D.L. Sexton y K.H. Vesper Eds. Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall, Inc. pp. 72-90.

Veciana J.M. (1996): "Generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores. "Venture Management" o "Corporate Entrepreneurship"", *Economía Industrial*, num 310.

Veciana, J.M. (1999): "Creación de Empresas como programa de investigación Científica". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, n° 3. pp. 11-36.

Wortman, M.S. (1987): "Entrepreneurship: An integrating typology and evaluation of the

empirical research in the field". Journal of Management, vol. 13 nº 2. pp. 259-270.

Zahra, S.A. (1991): "Financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study". Journal of Business Venturing nº 6. pp. 259-285.

ANEXO I: ASPECTOS METODOLÓGICOS¹⁵

A I. Metodología

Los datos e indicadores ofrecidos por el Proyecto GEM en España se basan en la información recogida a partir de tres fuentes de información:

- Encuesta a la población adulta española de 18-64 años de edad, realizada entre abril y julio de 2005
- Encuesta a expertos de los siguientes ámbitos: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno
- Variables secundarias procedentes de diversas fuentes tales como: Fondo Monetario Internacional, OCDE, ONU, US Census, UE y otras.

Seguidamente se exponen los criterios de recogida de estos datos y los detalles referentes a su fiabilidad y alcance.

A II. Encuesta a la población adulta en España

Es una encuesta que proporciona información de las personas que emprenden o son empresarias y, también opiniones y datos referidos a toda la población española.

La realización de esta encuesta está a cargo de la empresa Instituto Opinòmetre S.L., ubicada en Barcelona y que ganó el concurso de

adjudicación de este trabajo de campo en London Business School hace ya cinco años. Dotada de sistemas CATI y de las certificaciones de calidad y homologaciones oportunas, concentra la realización de las entrevistas en la franja horaria de 18 a 22h, y establece cuotas de sexo, edad, zona rural y urbana y otras, para garantizar que no hay sesgos de colectivos tales como las amas de casa, estudiantes o jubilados, aunque éstos últimos quedan prácticamente descartados por el tramo de edad requerido. En definitiva, realiza un trabajo muy riguroso y un control permanente de la calidad de las encuestas que garantiza la fiabilidad de la información que obtiene.

En la parte dedicada a las personas que emprenden o son empresarias, esta encuesta sirve, principalmente, para medir el porcentaje de población española que está involucrado en:

- Empresas nacientes o start ups (que llevan hasta 3 meses de actividad), ya sea como iniciativa independiente, autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- Empresas nuevas o baby business (que llevan entre 3 y 42 meses de actividad), ya sea como iniciativa independiente, autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- Empresas consolidadas, maduras o established business (que llevan más de 42 meses de actividad), ya sea como iniciativa independiente, autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- El cierre de una actividad empresarial o de negocio en el último año (entre abril-julio de 2004 y abril-julio de 2005)

A partir de estos porcentajes es posible estimar las cifras de empresas nacientes, nuevas, consolidadas y que han cerrado en el último año, siempre desde el punto de vista de la población adulta, no del registro oficial.

¹⁵ Este anexo reproduce íntegramente el Anexo I sobre metodología del Informe Nacional (De la Vega et al., 2006), ya que por su importancia y clarificación creemos imprescindible su inclusión en los informes regionales.

Asimismo, la encuesta permite ofrecer detalles relacionados con las anteriores iniciativas: perfil de los emprendedores, actividad por oportunidad y necesidad, dimensión de las iniciativas en términos de volumen de negocio, número de propietarios y empleados, sector en que operan, financiación de las iniciativas, internacionalización, potencial de crecimiento, innovación, ubicación, asesoramiento recibido, mujer emprendedora y otros.

Por otro lado, la encuesta, en su parte referida a toda la población española, permite estimar el porcentaje de personas que tienen intención de emprender en los próximos tres años, el de personas que han actuado como business angel informal en los últimos tres años, la motivación y capacidad para emprender en la población, su percepción de oportunidades, su apoyo al emprendedor y otros.

La ficha técnica de esta encuesta y la fiabilidad de las estimaciones que proporciona es la siguiente:

Territorio	Error muestral	Población objetivo(N)	Muestra	Nivel Conf.
España	±0,70%	PO= 28.738.616	19.384	95%

Por consiguiente, bajo supuesto de máxima indeterminación ($p = q = 0,5$) en respuestas a las preguntas clave de esta encuesta, para un nivel de confianza del 95%, se logra un error muestral en estimaciones simples muy bajo ($\pm 0,70\%$), que garantiza la fiabilidad de las informaciones ofrecidas. Asimismo, al lograrse muestras de emprendedores superiores a 400, se garantiza un error muestral próximo o inferior al $\pm 5\%$ en la mayoría de cruces que se puedan establecer (actividad emprendedora por sexo, grupo de edad, nivel de estudios y otras)

Dado que una de las críticas que se suelen hacer a un Proyecto como el GEM es la diferencia que presenta respecto de las estadísticas oficiales de

registro de empresas, es importante señalar que dichas diferencias siempre van a existir porque:

- El registro de empresas en curso siempre se refiere a un año anterior al que ofrece GEM ese mismo año.
- GEM estima el porcentaje de población adulta involucrado en iniciativas que están activas o poniéndose en marcha, pudiendo captar algunas que aún no estén registradas, del mismo modo que, el registro puede tener empresas registradas que, en realidad no estén activas.
- GEM capta negocios y empresas, mientras que el registro puede contener personas o entidades que estén dadas de alta por motivos fiscales, cuando en realidad, tras ellas no hay una verdadera actividad, o bien, por temas familiares, una misma empresa tenga más de un representante registrado.

El tema de la comparación entre una fuente de información y otra es complejo, porque habría que contemplar muchos supuestos y particularidades como algunas de las apuntadas, para extraer conclusiones válidas al respecto. Sin embargo, en el caso de España, las pruebas efectuadas en el año 2003, ponían de manifiesto que el intervalo de confianza para la estimación de nuevas empresas estaba muy próximo (en su extremo superior) a la cifra oficial del registro de nuevas incorporaciones para dicho año publicado en el Eurobarómetro. Por consiguiente, hay que presumir que, actualmente, trabajando con muestras cada vez mayores de población, GEM se aproxima notablemente al registro, si bien, siempre será diferente por el tipo de medición que realiza.

Simplificando la cuestión, GEM es una fuente de información independiente que se nutre de una encuesta directa a la población, por lo que, en buena medida garantiza que está ofreciendo una fotografía actual de la tendencia a emprender y del estado de la actividad de empresas maduras, así como del cierre de negocios. Esta fotografía,

al hacerse con la misma metodología en todos los países y regiones participantes, es comparable entre ellos, y la experiencia acumulada en estos años de investigación, permite afirmar que es razonable y coherente. El registro es una fuente de inestimable valor para establecer la dinámica empresarial de un país, pero no todos la tienen establecida, ni actualizada, por lo que, en el ámbito internacional no es viable el estudio comparativo de la actividad empresarial mediante este tipo de fuente. España, ha avanzado mucho en este terreno con la regularización del DIRCE, pero muchos países no tienen ni siquiera un sistema parecido al nuestro, comenzando por los Estados Unidos. Por consiguiente, el proyecto GEM en España va comparando en la medida de lo posible sus resultados con el DIRCE, habiendo observado discrepancias que, son importantes por cuanto apuntan a oscilaciones de la actividad emprendedora, muy sensible al contexto social y político de cada momento, que el DIRCE no acusa. Concretamente, GEM ha plasmado disminuciones de actividad emprendedora en años en que dicho contexto se ha visto afectado por acontecimientos como el 11-S, el 11-M, elecciones, la guerra de Irak y otros, con sus consiguientes recuperaciones, que el DIRCE no ha acusado. Así, nuestras líneas de tendencia han registrado variaciones a la baja y a la alta, mientras el registro (DIRCE), presenta tendencia invariablemente creciente del número de empresas que se dan de alta en el mismo desde hace más de 8 años.

Dado que el Proyecto GEM en España, gracias a su desarrollo regional, está trabajando con muestras cada vez superiores y muy fiables, los equipos investigadores que componen el Proyecto, están convencidos de estar proporcionando información complementaria de gran valor que puede ayudar a refinar la que proporciona el registro y que, hay que respetar ambas fuentes de datos, valorando lo que ofrece cada una de ellas.

A III. Encuesta a expertos en España

Sirve para establecer el estado del entorno que rodea al emprendedor en los países participantes, analizando la opinión de un conjunto de expertos procedentes de los nueve ámbitos considerados: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno.

En principio, cada país aporta 36 encuestas a expertos, 4 por cada condición de entorno. Sin embargo, en España, del mismo modo que la encuesta a la población adulta se va enriqueciendo y ampliando a medida que se incorporan Comunidades Autónomas al proyecto, la encuesta de expertos también lo hace, pues se vienen manteniendo 36 expertos por región, más 36 que aporta el equipo español de toda España. Gracias a este sistema, se ha logrado tener una muestra sin precedentes de opiniones acerca de los factores clave de entorno que inciden en la creación empresarial, ya que en el 2005, se compone de 325 expertos.

La encuesta está estructurada en dos partes: una de preguntas cerradas en que se valora subjetivamente diversos bloques de afirmaciones sobre las condiciones de entorno en escalas de Likert de 5 puntos en que 1 = totalmente falso, y 5 = totalmente cierto. La fiabilidad de las estimaciones procedentes de esta encuesta se garantiza mediante el cálculo de las Alfas de Cronbach para cada uno de los bloques que están sustentados por un constructo. Cada año se realiza la operación de análisis de la fiabilidad y la coherencia y, desde el principio se han realizado las pequeñas modificaciones que han sido necesarias en el redactado de las afirmaciones cuando se ha obtenido alguna disparidad en las Alfas. La encuesta viene funcionando muy bien, por lo que, a pesar de la subjetividad, se puede afirmar que refleja acertadamente el estado de las condiciones de entorno en todos los países en que se realiza.

En el caso español, con una muestra de 379 personas repartidas por todo el territorio español, las estimaciones son más que robustas. Las Alfas de Cronbach en nuestro caso son las que se pueden ver a continuación, y en ningún caso

salen inferiores a 0,6. Este hecho garantiza la validez de los bloques de preguntas y su coherencia interna, pues el valor de referencia a partir del cual se comenzarían a considerar poco fiables es 0,5 y disminuyendo:

ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD-ENCUESTA DE EXPERTOS-BLOQUES DE ITEMS				
BLOQUE	Nº ITEMS	ALFA CRONBACH	CASOS VÁLIDOS	NS/NC
Financiación	6	0,752	287	92
Políticas Gubernamentales	7	0,741	319	60
Programas Gubernamentales	6	0,746	324	55
Educación y Formación	6	0,679	316	63
Transferencia I+D+i	6	0,741	313	66
Infraestructura de Servicios	5	0,756	360	19
Apertura mercado Interno	6	0,604	265	114
Infraestructura Física	5	0,740	348	31
Normas Sociales y Culturales	5	0,895	370	9
Motivación, Oportunidades	5	0,732	352	27
Habilidades y Capacidad para Emprender en la Población	5	0,819	366	13
Apoyo Social al Emprendedor	5	0,753	367	12
Propiedad Intelectual	5	0,725	221	158
Mujer emprendedora	5	0,676	362	17
Alto Potencial de Crecimiento	5	0,705	298	81

Nota: los casos de no respuesta son lógicos y aumentan más en unos bloques que en otros, pues los expertos son seleccionados en base a una de las 9 condiciones de entorno (la que les resulta más afín), pero responden a todo el cuestionario, por lo que hay temas en los que, si no están seguros, no opinan.

Finalmente, la encuesta a expertos tiene una parte abierta en que se solicita a los entrevistados que identifiquen los 3 obstáculos y apoyos principales a la actividad emprendedora en España o en su Comunidad Autónoma, según el caso, y que propongan tres recomendaciones de acciones que tomarían si pudiesen para favorecer el desarrollo de dicha actividad. Cada equipo utiliza estas respuestas en su informe para completar la parte de recomendaciones, así como para identificar los principales obstáculos y apoyos que tienen los emprendedores en su zona.

Las encuestas de expertos las realizan anualmente cada equipo investigador, seleccionando las personas a entrevistar en los ámbitos adecuados, entre marzo y junio del año corriente.

A IV. Las variables secundarias

Sirven para la realización de análisis econométricos y para establecer situaciones de partida en el ámbito internacional. Contemplan grandes apartados como los siguientes:

Crecimiento y desarrollo nacional. Fuente = IMF

Empleo. Fuente = ILO, OCDE, WDI

Exportación = WTO, CL-CC

Demografía. Fuente = USCENSUS

Educación. Fuente = WDI

Tecnología e Información. Fuente = ITV, WDI, WCY

Papel del Gobierno en temas económicos. Fuente = WCY, WDI, y otras

Productividad. Fuente = PROD NOTE

Renta. Fuente = WDI

Indicadores de competitividad. Fuente = GCR, WCY, IEF

Venture Capital. Fuente = VCNOTES, BRL, ICGR

Siendo:

BRL = Bankruptcy and Reorganisation Laws
CL-CC = Company Law or Commercial Code
GCR = Global Competitiveness Report
ICRG = International Country Risk Guide
IMF = World Economic Outlook Data Base, International Monetary Fund
IEF = Index of Economic Freedom (Heritage Foundation & the Wall Street Journal)
ILO = International Labour Organization
ITV = NUA Internet Surveys
OECD = Organization for Economic Co-ordination and Development
PROD NOTE = WCY, IMF, ILO
USCENSUS = US Census Bureau International Database
WDI = The World Bank, World Development Indicators

También se utilizan datos procedentes del Eurobarómetro, la ONU y otras fuentes de reconocido prestigio.

Estos datos se recopilan a nivel nacional, por lo que, para trabajar algunos aspectos en las Comunidades Autónomas españolas, el equipo técnico español busca informaciones asimilables en las fuentes en que es posible, especialmente, en el INE.

La confianza sobre estos datos es la que proporcionan todas estas instituciones, por lo que se considera que se trabaja con datos consensuados y fiables.

ANEXO II. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN. Encuestas a la Población

Universo (1)	670.793 habitantes residentes en Extremadura
Muestra	1000 individuos mayores de 18 años y menores de 65 años.
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las 2 provincias extremeñas 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 entre 18 y 65 años.
Metodología	Encuesta telefónica, mediante el sistema CATI (Computer Assistance Telephone Interview)
Error muestral (+/-) (2)	+/- 3,09%
Nivel de confianza	95%
Periodo de encuestación	Mes de Julio de 2005
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre.
Codificación y base de datos	Instituto Opinòmetre
Análisis estadísticos y tratamiento de datos	Programa estadístico SPSS V.11.5

(1) **Fuente:** INE 2005

(2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas.
Hipótesis: $P=Q=50\%$ o de máxima indeterminación.

PARA MÁS INFORMACIÓN DEL Informe Ejecutivo 2003 Extremadura, CONTACTAR:

Ricardo Hernández Mogollón
ricardoh@arrakis.es
www.fundacionxavierdesalas.com

Juan Carlos Díaz Casero
cdiaz@unex.es
www.fundacionxavierdesalas.com

PARA COPIAS DE ESTE INFORME EJECUTIVO, CONTACTAR:

Fundación Xavier de Salas
Convento de la Coria
10200 Trujillo (Cáceres).España
www.fundacionxavierdesalas.com

Los datos que se han utilizado en la confección de este Informe provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que es un Consorcio compuesto, en la edición 2005, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Argentina, Austria, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Latvia, Méjico, Nueva Zelanda, Noruega, Países Bajos, Puerto Rico, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Venezuela, y de las siguientes regiones: Escocia, Gales, Irlanda del Norte, Andalucía, Cataluña, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Islas Canarias, Madrid, Navarra y el País Vasco. Los nombres de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales están publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor 2005, que puede obtenerse en www.gemconsortium.org. GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año.

© Global Entrepreneurship Research Association

Equipo	Institución, Miembros	Patrocinadores e Instituciones			
Nacional	Instituto de Empresa Ignacio de la Vega Alicia Coduras Cristina Cruz Rachida Justo Maria Pía Nogueira	 Instituto de Empresa <i>Business School</i>	 Banesto <i>Fundación Cultural Escuela Pyme</i>	 Cámaras <i>Fundación INCYTE</i>	
Andalucía	Universidad de Cádiz José Ruiz Navarro José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Antonio Rafael Ramos Salustiano Martínez	 UCA <i>Universidad de Cádiz</i>	 JUNTA DE ANDALUCÍA <i>Centro de Estudios Andaluces</i> <i>CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA</i>	 JUNTA DE ANDALUCÍA <i>CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN CIENTÍFICA Y EMPRESAS</i>	
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Rosa M. Batista Canino Alicia Bolívar Cruz Desiderio García Esther Hormiga Pérez Agustín Sánchez Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	 La Caja <i>de CANARIAS</i>	 Caja Canarias <i>OBRAS SOCIALES Y CULTURALES</i>	 Gobierno de Canarias	 Consejería de Economía y Hacienda <i>Dirección General de Promoción Económica</i>
	Universidad de La Laguna Alicia Correa Rodríguez Ana González Pérez	 Cámara <i>Las Palmas</i>	 Gobierno de Canarias <i>Conservatorio de Estudios y Promoción Económica</i>	 Dirección General de Turismo	 Unión Europea <i>Fondo Social Europeo</i>
Castilla y León	Universidad de León Mariano Nieto Antolín Constantino García Ramos Noemí Huerga Nuria González Vanesa Solís	 Ade <i>Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León</i>	 centros europeos de empresas e innovación de Castilla y León		 Junta de Castilla y León
Cataluña	Universitat Autònoma de Barcelona Carlos Guayarte Teresa Obis Alex Rialp Joseph M ^a Suris	 Universitat Autònoma de Barcelona	 INSTITUT D'ESTUDIS REGIONALS I METROPOLITANS DE BARCELONA	 Generalitat de Catalunya Departament de Treball i Indústries	 Diputació Barcelona xarxa de municipis
	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Anaís Tarragó				

Equipo	Institución, Miembros	Patrocinadores e Instituciones	
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández José M ^a Gómez Gras Ignacio Mira Solves Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú		
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Fausto Santamarina Fernández Araceli de Lucas Sanz Marta Amate López José Antonio Neira Cortés CEEI Galicia (BIC Galicia) Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo Grupo de investigación "Métodos y gestión de empresas" José Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruzo Sanmartín Begoña Barreiro Fernández Fernando Losada Pérez Miguel Freire Neira	 	 
Madrid	Universidad Autónoma de Madrid Eduardo Bueno Campos Lidia Villar Carlos Merino Miguel Palacios		 
País Vasco	Universidad de Deusto Iñaki Peña Mikel Navarro Francisco Olarte M ^a José Aranguren Juan José Gijaba Saioa Arando Nahikari Irastorza Universidad del País Vasco María Saiz Santos Arturo Rodríguez	  	  

Equipo	Institución, Miembros	Patrocinadores e Instituciones		
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura Ricardo Hernández Mogollón J. Carlos Díaz Casero			
				
Navarra	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Pilar Irigoyen Iñaki Más Erice Arantxa Ibarrola Iñaki Lavilla			



Ricardo Hernández Mogollón
Juan Carlos Díaz Casero
Fundación Xavier de Salas
Convento de La Coria
10200 Trujillo (Cáceres). España
Telf: (0034) 927 321828
Correo electrónico: fxdsalas@telefonos.es

www.fundacionxavierdesalas.com



FUNDACIÓN XAVIER DE SALAS
CONVENTO DE LA CORIA
TRUJILLO, CÁCERES