



GEM

Informe Monográfico sobre

Género



Ricardo Hernández Mogollón
Juan Carlos Díaz Casero
Mari Cruz Sánchez Escobedo
Ángel Manuel Díaz Aunión
Manuel Almodóvar González



Fundación
Xavier de Salas



GOBIERNO DE EXTREMADURA

Vicepresidencia, Portavocía y
Consejería de Empleo, Empresa e Innovación



Global Entrepreneurship Monitor.
Informe Monográfico sobre Género

Extremadura 2003-2011

Ricardo Hernández Mogollón

Juan Carlos Díaz Casero

Mari Cruz Sánchez Escobedo

Manuel Almodóvar González

Ángel Manuel Díaz Aunió



Fundación Xavier de Salas
fxdsalas@telefonos.es
Trujillo-Cáceres (España)

www.fundacionxavierdesalas.com



@GEMExtremadura



gem extremadura

www.gemextremadura.es

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR.
Informe Monográfico sobre Género.

Depósito Legal: CC-253-2013

ISBN: 84-88611-38-8

Noviembre 2013

©**Director: Ricardo Hernández Mogollón**

©**Coautores: Juan Carlos Díaz Casero, Mari Cruz Sánchez Escobedo,**
Manuel Almodóvar González y Ángel Manuel Díaz Aunión.

©**Diseño de Portada: Comunica Estudio**

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>

Teléfono: (0034) 927 321 898

Traducción del Resumen Ejecutivo: Amy Shrock.

E-mail: amy77@me.com

Páginas: 48

**Los datos utilizados para la confección de este Informe son recogidos
por el Consorcio GEM**

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:

Comunica Estudio

Calle Berlín nº 7, Cáceres 10005. España. Teléfono: (0034) 927 232 858

Fax: (0034) 927 123 123

www.comunicaestudio.com / E-mail: creativo@comunicaestudio.com

ÍNDICE

PRÓLOGO	5
CARTA DEL DIRECTOR	6
RESUMEN EJECUTIVO	8
EXECUTIVE REPORT	10
1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LA MUJER EXTREMEÑA	12
2. ACTITUDES Y MOTIVACIONES DE LA MUJER EMPRENDEDORA	25
3. ASPIRACIONES DE LA MUJER EMPRENDEDORA	30
4. CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER	35
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
BIBLIOGRAFÍA	46
GLOSARIO DE TÉRMINOS	47

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Desglose de la TEA en función del género: Zona, Provincia y Área. Periodo 2003-2011	16
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Evolución de la TEA en función del género. Extremadura y España. Periodo 2003-2011.	14
GRÁFICO 2. Evolución porcentual por sexo de la participación en la actividad emprendedora en Extremadura y España. Periodo 2003-2011.	15
GRÁFICO 3. Evolución de Empresarios Potenciales, Empresas Establecidas y cierres en Extremadura en función del género. Periodo 2003-2011.	17
GRÁFICO 4. Características de la edad, nivel de estudios y nivel de renta (%). Periodo 2003-2011.	20
GRÁFICO 5. Número de socios de la empresa (%). Periodo 2003-2011.	21
GRÁFICO 6. Distribución sectorial de la actividad emprendedora (%). Periodo 2003-2011.	22
GRÁFICO 7. Evolución de las actitudes y percepciones emprendedoras por género. (% de respuestas afirmativas en cada categoría).	25
GRÁFICO 8. Porcentaje de personas que emprenden en función del género y el tipo de motivación. Periodo 2003-2011.	27
GRÁFICO 9. Evolución del emprendimiento en función del género y tipo de motivación. Periodo 2003-2011.	27
GRÁFICO 10. Calidad del emprendimiento en función del género. Periodo 2003-2011.	28
GRÁFICO 11. Evolución de la percepción del emprendimiento. Periodo 2003-2011. (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas).	29
GRÁFICO 12. Número de trabajadores actuales en función del género y según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.	30

GRÁFICO 13.

Número de trabajadores futuros en función del género y según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011. 31

GRÁFICO 14.

Nuevos productos y servicios según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011. 32

GRÁFICO 15.

Nivel de competencia esperado según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011. 32

GRÁFICO 16.

Antigüedad de la tecnología utilizada según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011. 33

GRÁFICO 17.

Expansión esperada según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011. 34

GRÁFICO 18.

Valoración media en función del género de las condiciones específicas del entorno. Periodo 2003-2011. 36

GRÁFICO 19.

Contexto del emprendimiento femenino 2011. Posición de Extremadura frente a España, a la UE y resto de los países GEM de su mismo grupo económico. 37

GRÁFICO 20.

Apoyo a la mujer emprendedora. Valores medios 2003-2011. 38

GRÁFICO 21.

Evolución de los valores de apoyo a la mujer emprendedora. Periodo 2003-2011. 39

ÍNDICE DE TABLAS**TABLA 1.**

Estimación del número de personas involucradas en la actividad emprendedora en Extremadura y ratio promedio mujer/hombre. Periodo 2003-2011. 15

TABLA 2.

Motivos del cierre de las iniciativas emprendedoras por parte de las mujeres. Periodo 2005-2011. 18

TABLA 3.

Características socioeconómicas de la empresaria en sus diferentes fases. 21

TABLA 4.

Capital necesario y capital propio a invertir por el empresario extremeño en función del género. Valores estadísticos. Periodo 2003-2011. 23

TABLA 5.

Factores de influencia en la percepción emprendedora media hombre y mujer según la etapa de emprendimiento. Periodo 2003-2011. (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas). 26

TABLA 6.

Percepción media del emprendimiento. Periodo 2003-2011. (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas). 28

TABLA 7.

Factores de freno e impulso de la actividad emprendedora según el género. Periodo 2003-2011. 40

TABLA 8.

Recomendaciones según el género. Periodo 2003-2011. 41

PRÓLOGO

Es para mí un gran honor escribir estas líneas para acompañar el magnífico estudio Informe Monográfico sobre Género en Extremadura, realizado por el profesor Ricardo Hernández Mogollón y su equipo, con mi especial afecto a Mari Cruz Sánchez Escobedo. Y digo acompañar y no presentar, porque intentar presentar a autores tan conocidos y con tan excelente trabajo sería por mi parte un atrevimiento.

Este excelente estudio trata de temas tan fundamentales como el Emprendimiento y muy especialmente el emprendimiento llevado a cabo por la mujer en nuestra región, Extremadura (España) y a menudo olvidado. Las claves de este emprendimiento, sus especificidades, sus posibilidades, y por qué no sus sueños y logros, e incluso sus frustraciones algunas veces.

El conocimiento del medio de los autores y el profundo y riguroso trabajo realizado, facilita cifras, hechos y reflexiones realmente valiosas. No se trata de un estudio teórico más sino de una guía de procedimiento y trabajo.

Estos estudios y la laboriosa preparación y elaboración de los mismos, que he tenido la suerte de seguir de cerca, han conseguido ya un gran logro, el hecho de que Extremadura, nuestra región, de la mano de su Universidad esté en GEM, lo que es realmente encomiable.

Me han impresionado todos los capítulos puesto que denota la labor llevada a cabo por este magnífico grupo de personas con gran calidad humana y que han visionado cómo emprende la mujer extremeña, tanto el ámbito rural como en el urbano, y cuáles son las particularidades que la hacen diferente al hombre extremeño en ambos ámbitos también. Un emprendimiento que ha llevado a la mujer de Extremadura en los últimos veinte años a una nueva presencia en la vida activa de nuestra región. Presencia en la vida empresarial, y en la vida social, incluso últimamente en la vida política de la región accediendo a puestos de primer nivel y con estupendos resultados.

Y en el ámbito rural accediendo a liderazgos nunca conseguidos y con una importante comprensión y valoración por parte de la población.

Sólo me queda felicitar al equipo completo por este hermoso trabajo y desearles que acompañen a nuestros futuros emprendedores y emprendedoras, hasta el logro de sus sueños.

M^a Isabel Mijares y García-Pelayo
Química, enóloga, escritora vitivinícola

CARTA DEL DIRECTOR

GEM Extremadura cumple 10 años y lo hace ofreciendo un nuevo, diferente y pionero informe, enfocado en el Género y el Emprendimiento, basado en la metodología GEM (Global Entrepreneurship Monitor).

El profesor José M^a Veciana, maestro de los investigadores españoles y latinoamericanos dedicados al emprendimiento, escribió, en los últimos días de su vida (†9 de agosto de 2009) cuando luchaba contra una enfermedad incurable el prólogo al libro Mujer y Creación de Empresas. Tendencias de Investigación, escrito por la Dra. Mari Cruz Sánchez Escobedo, una de las co-autoras de este Informe. Además de constituir el citado prólogo un ensayo imprescindible para los estudiosos en este campo, el profesor Veciana le hizo recomendaciones y sugerencias de mejora a su autora. De este prólogo destacamos los siguientes párrafos:

Como en todo campo de estudio relativamente nuevo, los investigadores son aún pocos y se encuentran dispersos por los diferentes países y continentes. Los resultados de sus investigaciones se han dado a conocer en una gran diversidad de revistas y congresos, lo cual para el investigador principiante o simplemente para aquél que se interesa por este tema, le resulta sumamente difícil acceder a las fuentes dispersas para poder obtener una visión del conjunto del estado de la cuestión.

Por tanto, hay que agradecer a María de la Cruz Sánchez Escobedo la idea y la importante labor realizada en la revisión de la literatura sobre la mujer en la creación de empresas, desde sus inicios en 1976 con la publicación de Eleonor B. Schwartz titulada "Entrepreneurship: A new female frontier" hasta finales de febrero de 2007.

Las razones de abrir esta nueva vía (en términos montañosos) o de aumentar el número de miembros de la familia de informes GEM Extremadura son varias: La Universidad de Extremadura tiene conocimientos de este campo de estudio, gracias al trabajo realizado por la Dra.

Mari Cruz Sánchez, ya, desde sus cursos de doctorado, y, sobretodo su Tesis Doctoral, Mención Doctor Europeo, titulada *Análisis del género en las distintas fases del proceso de creación de empresas. Gender analysis of the phases of entrepreneurship*, uno de cuyos revisores fue el profesor Roy Thurik, catedrático de la Erasmus University y premio nobel en Entrepreneurship, que mereció el reconocimiento de premio extraordinario a la mejor tesis doctoral en ciencias sociales por la Universidad de Extremadura, año 2012. Otra razón, no menos importante es la elevada tasa de paro femenino de Extremadura (en datos EPA, marzo 2013, el paro femenino era del 62,07% en menores de 25 años y del 34% en mayores de 25 años). Otra razón es la expectativa, fundada en datos GEM de una mejora en la Tasa de Actividad Emprendedora Femenina en Extremadura. No se puede aventurar un cambio de tendencia, conviene ser prudentes, pero el disponer de una serie histórica de datos GEM Extremadura de 9 años, permite tener una visión a largo plazo, antes y durante la crisis, de este fenómeno que está cambiando en Extremadura.

Creo que viene a cuento en relación al nacimiento de este nuevo Informe, la fábula siguiente, titulada "El aprendiz quejumbroso":

Un anciano maestro chino se cansó de las quejas de su aprendiz, y, así, una mañana, le envió por algo de sal para que después pusiera un puñado en un vaso y se lo bebiera.

¿A qué sabe, preguntó el maestro? "Amargo" dijo el aprendiz. El maestro rió entre dientes y le dijo que tomara una cantidad de sal en la mano y la esparciera por el lago. "Ahora bebe del lago". El maestro le preguntó "¿a qué sabe?" Y el aprendiz le contestó: "Fresca". "¿Te supo a sal?" Y el aprendiz contestó "No".

En esto que el maestro se sentó a su lado y le cogió de las manos diciendo: "el dolor de la vida es pura sal. Sin embargo, la cantidad de amargura que probamos depende del recipiente en que ponemos la pena. Así que,

cuando tengas dolor, la única cosa que tienes que hacer es agrandar el sentido de las cosas para dejar de beber un vaso y convertirte en un lago.”

La investigación, el conocimiento basado en el método científico y proyectos rigurosos e internacionales como el

Observatorio GEM ayudan a mejorar y a desterrar tópicos que muchas veces no se compadecen con la realidad. Como decía Ortega y Gasset, *conviene desterrar el provincianismo* y, añadimos nosotros, *pensar globalmente, aunque actuemos localmente*.

Agradecimientos

A

Este Informe GEM Monográfico de Género en Extremadura 2003-2011 no habría sido posible sin el trabajo colaborativo de las siguientes personas e instituciones, a las que manifestamos nuestro reconocimiento:

En primer lugar, a Isabel Mijares, extremeña universal, enóloga de fama mundial, pero, sobre todo, mujer emprendedora, y extremeña de pro, que nos honra con el prólogo de esta publicación, escrito desde tierras chilenas en el verano (allí invierno) del año 2013.

Al Gobierno de Extremadura, en las personas de Cristina Teniente, Vicepresidenta y Consejera de Empleo, Empresa e Innovación y a Candelaria Carrero, Directora General de Empresa y Actividad Emprendedora.

A la Fundación Xavier de Salas, institución privada al servicio del desarrollo cultural y económico de Extremadura, con 34 años de actividad, y a su presidente Jaime de Salas por su apoyo institucional y logístico a GEM Extremadura.

Al Consejo GEM Extremadura, que, desde el año 2004 apoya y financia el Proyecto GEM Extremadura.

Y a la empresa extremeña Comunica Estudio, y especialmente a su Director-creativo y socio-fundador Víctor Laso que está gestionando un necesario cambio de imagen gráfica de GEM Extremadura.

Ricardo Hernández Mogollón

Director Ejecutivo de GEM España
Director del Equipo GEM Extremadura

RESUMEN EJECUTIVO

1.- Las tasas de actividad emprendedora femeninas han venido siendo de media más bajas que las masculinas en los últimos nueve años (5,11% vs. 7,57%), aunque después del comienzo de la crisis económica la tendencia de ambas evoluciona de forma menos diferenciada. La evolución en España, confirma esta tendencia (4,43% vs. 7,73%), aunque a nivel nacional no se ha producido este acercamiento de ambas tasas debida a la crisis económica.

2.- El número de mujeres que se ha involucrado en este periodo en actividades de creación de empresas en Extremadura ha sido de 151.659 frente a 227.268 hombres, lo cual supone que por cada hombre que ha estado involucrado en actividades emprendedoras, ha habido 0,73 mujeres implicadas en las mismas.

3.- El mayor porcentaje de actividad emprendedora por parte de las mujeres extremeñas se concentra en las zonas rurales (5,43% vs. 4,66%) de la provincia de Cáceres (5,43% vs. 4,44%). Las áreas de la zona norte de Cáceres (5,73%) y la de Barros en Badajoz (5,24%) son las que han venido teniendo una mayor actividad emprendedora femenina.

4.- Aunque el número de emprendedoras potenciales sigue siendo inferior al de los hombres (6,70% vs. 9,40%), su crecimiento en los últimos nueve años ha sido de un 67,5%. Lo mismo sucede con las empresarias consolidadas, que han crecido un 42,30%, aunque aún no llegan al nivel de los hombres. Por el contrario, se ha equiparado el porcentaje de cierres de empresas entre ambos sexos (1,8% vs. 1,7%), debido a un crecimiento de un 260% en los últimos nueve años de los cierres llevados a cabo por mujeres.

5.- Las principales razones alegadas por las empresarias extremeñas para abandonar la actividad en el periodo 2005-2011, han sido la falta de rentabilidad, los problemas para obtener financiación y los motivos personales. Después de iniciarse la crisis económica han aumentado los motivos como la falta de rentabilidad del negocio o la jubilación de las empresarias, mientras que los problemas para obtener financiación, antes considerados como la primera causa de cierre, son los únicos que han disminuido.

6.- La empresaria extremeña ha emprendido más por oportunidad que por necesidad, aunque en menor medida que los hombres (3,06% vs. 1,93%). No obstante, cuando lo hizo por necesidad, sus porcentajes no difirieron tanto del de los hombres (0,55% vs. 0,41%). La calidad del

emprendimiento (ratio entre empresas creadas por oportunidad y por necesidad) entre los años 2003 y 2011 es un tanto irregular, con aumentos y descensos significativos tanto para hombres como para mujeres.

7.- El perfil de la mujer emprendedora en Extremadura es de origen español, de 39,91 años, nivel de estudios secundarios o superiores, con un nivel de renta comprendido entre 1.200€ y 1.800€, que vive en un hogar de 3 personas. La mayoría ha creado su empresa en una zona urbana de la provincia de Badajoz del área geográfica de Vegas del Guadiana y trabajaba a tiempo completo o parcial antes de crear su empresa.

8.- El número de emprendedoras medio con los que se inicia la nueva actividad, en el 53,74% de los casos se hace con una única propietaria, en el 29,59% con dos y en el 16,67% restante, con más de tres.

9.- En los nuevos negocios creados por mujeres predomina el sector orientado al consumidor (54,63%), seguido del transformador (24,31%), servicios a empresas (19,12%), y el resto, en el sector extractivo. En las empresas ya consolidadas, la distribución sectorial es similar, pero el sector extractivo supera al de servicios a empresas (13,99% vs. 11,59%).

10.- El capital medio que ha invertido una emprendedora extremeña para poner en marcha una iniciativa está en torno a los 32.717€, del que han puesto aproximadamente el 52%, es decir, 16.937€. Antes del comienzo de la crisis económica necesitaban un capital medio de 40.492,50€, de los cuales 19.489,34€, es decir, aproximadamente el 48%, lo pusieron las propias emprendedoras. En cambio, una vez comenzada ésta, el capital medio del periodo ha sido de 18.333,33€, poniendo casi su totalidad, aproximadamente 14.583,33€.

La inversora privada extremeña es fundamentalmente un inversora informal que actúa de manera no profesional, de unos 43 años, que invierte de media 14.925€, frente a los 13.350€ del inversor informal hombre.

11.- La mujer sale perjudicada frente al hombre en cuanto a actitudes y percepciones emprendedoras. Así existe un porcentaje menor de mujeres que conozca personalmente a otros emprendedores (14,13% vs. 19,15%), que perciban buenas oportunidades de negocio (10,21% vs. 12,48%) o que crean que tienen los conocimientos y habilidades para

poder iniciar una actividad emprendedora (21,79% vs. 25,98%), si bien, a partir del año 2005, tanto hombres como mujeres reconocen poseer mayores capacidades. Además, las mujeres también muestran tener mayor miedo a la hora de crear una empresa que los hombres en el periodo analizado (22,06% vs. 27,35%), observándose un incremento en el temor a fracasar en los últimos años en ambos sexos.

12.- Existe bastante similitud entre hombres y mujeres en las percepciones del emprendimiento como carrera deseable (59,85% vs. 58,73%), status de los emprendedores de éxito (54,63% vs. 54,86%), la atención de los medios de comunicación sobre los empresarios (42,13% vs. 39,60%) y la preferencia por un nivel de vida similar en todo el mundo (57,71% vs. 60,80%), aunque en este último caso, la falta de espíritu competitivo está ligeramente más acentuada en el género femenino que en el masculino.

13.- En términos de empleo creado en las empresas iniciales, podemos observar leves diferencias entre los hombres y las mujeres, puesto que las mujeres emprendedoras lideran más iniciativas sin ningún empleado (29,7% vs. 22,6%), al tiempo que presentan menos empresas con personal de entre 1-5 empleados (61,4% vs. 68,3%). En el caso de los negocios consolidados, la estructura de la plantilla es prácticamente similar.

14.- Aproximadamente el 17% de las iniciativas femeninas iniciales no han previsto incrementar su plantilla al cabo de cinco años. El 13,9% esperaban tener entre 6 y 19 empleados, mientras que más del 67% esperaban emplear entre 1 y 5 trabajadores, frente al 61% de las iniciativas masculinas. También, sus expectativas son más ambiciosas respecto a las grandes plantillas que la de los hombres (2,2% vs. 0,7%), aunque en las empresas consolidadas las expectativas sobre las mismas se igualan (2,7% vs. 2,6%).

15.- En los nuevos negocios se aprecia una mayor (aunque moderada) capacidad innovadora productiva de las iniciativas llevadas a cabo por mujeres sobre la de los hombres. Y se manifiesta en lo referente a los nuevos productos/servicios que serán percibidos como nuevos para sus potenciales consumidores (40,2% vs. 33,3%), en cuanto al nivel de competencia esperado en el mercado (84,6% vs. 91,2%), y en cuanto a la expansión esperada de las empresas llevada a cabo con o sin nuevas tecnologías (44,1% vs. 32,3%). No obstante, en este último caso, cuando las empresas se consolidan, ambos sexos tienen las mismas expectativas de expansión (50% vs. 50,5%).

En la utilización de tecnologías productivas, ambos sexos se tienen porcentajes muy similares (24,8% vs. 21,4%), no obstante, parece que las mujeres dejan de usar la última tecnología conforme consolidan sus empresas (9,9% vs. 0%), mientras que los hombres incrementan su uso (6,9% vs. 24,3%).

16.- Cuando analizamos las condiciones específicas del entorno para emprender durante el periodo 2003-2011 desde el punto de vista del género, vemos que las expertas tienen una visión más positiva que los expertos sobre las condiciones del entorno. Las expertas valoran de forma más positiva el interés por la innovación, ya sea por parte del consumidor o de las empresas, las políticas y programas gubernamentales, el apoyo al crecimiento empresarial o las normas sociales y culturales para la creación de empresas, aunque en este último caso sin llegar a aprobarlas.

En cuanto a los factores de freno que obstaculizan la actividad emprendedora, la opinión de mujeres y hombres es bastante similar. No obstante, las expertas dan más importancia a las normas sociales y culturales, mientras que los expertos ponen un mayor énfasis en las políticas gubernamentales, el acceso a la infraestructura física o el contexto político, institucional y social.

Entre los factores que más han venido favoreciendo el emprendimiento, las expertas valoran que están impulsando más la actividad emprendedora los programas gubernamentales, el apoyo financiero o la infraestructura profesional y comercial. Los expertos destacan más el impacto de las políticas públicas, el acceso a la infraestructura física, la educación y formación emprendedora, la apertura del mercado, las normas sociales y culturales, o el contexto político, institucional y social en el que se desenvuelve el emprendedor.

En cuanto a las recomendaciones para incrementar la actividad emprendedora tanto hombres como mujeres apuestan por la educación y formación emprendedora, las políticas y programas gubernamentales, el apoyo financiero, las normas sociales y culturales o el acceso a la infraestructura física. No obstante, las expertas parecen inclinarse más por la influencia que pueden tener los programas de apoyo al emprendedor, o por el cambio en la cultura y valores sociales hacia el emprendimiento, mientras que los expertos, además de las ya mencionadas, se decantan también por fomentar la transferencia tecnológica hacia las empresas o la apertura del mercado de bienes y servicios.

EXECUTIVE REPORT

1.- The level of female entrepreneurial activity has been, on average lower than that of men in the last nine years (5.11% vs. 7.57%), but after the onset of the economic crisis, there is less of a gap between the two numbers. Developments in Spain confirm this trend (4.43% vs. 7.73%), although on the national level the numbers have not grown closer together due to the economic crisis.

2.- The number of women who have been involved in entrepreneurial activities in Extremadura during this time period has been 151,659, compared to 227,268 men, which means that for every man who has been involved in entrepreneurial activities, there have been 0.73 women doing the same.

3.- The highest percentage of female entrepreneurial activity in Extremadura is in rural areas (5.43% vs. 4.66%) in the province of Cáceres (5.43% vs. 4.44%). The areas of northern Cáceres (5.73%) and Barros in Badajoz (5.24%) are those that have had greater female entrepreneurial activity.

4.- Although the number of potential entrepreneurs is still lower than that of male entrepreneurs (6.70% vs. 9.40%), this number has grown by 67.5% in the last nine years. The same applies to the consolidated companies, which grew 42.30%, but still not at the same level as that of male entrepreneurs. On the contrary, the percentage of closures of both sexes (1.8% vs. 1.7%) is now similar due to a 260% increase in women who closed their businesses in the last nine years.

5.- The main reasons given by women entrepreneurs for closing a business in Extremadura between 2005 and 2011 were the lack of profitability, funding problems and personal reasons. After the start of the economic crisis, certain reasons, such as the lack of profitability or the retirement of women entrepreneurs, are mentioned more, while problems for financing, which were previously regarded as the leading cause of closure, are the reasons now less cited.

6.- The businesswoman in Extremadura has started a business more frequently to take advantage of opportunities than out of necessity, although to a lesser extent than men (3.06% vs. 1.93%). However, when the business was started for reasons of necessity, their percentages did not differ much from that of men (0.55% vs. 0.41%). The quality of entrepreneurship (the ratio of

companies created by chance and necessity) between 2003 and 2011 is somewhat irregular, with significant increases and decreases for both men and women.

7.- Women entrepreneurs in Extremadura are of Spanish origin, 39.91 years old, educated at the high school level or higher, have an income level of between 1,200€ and 1,800€, and live in a household of 3 people. Most have created their business in an urban area of the province of Badajoz in the geographical area of Vegas de Gadiana and have worked full or part time before starting a business.

8.- The average number of entrepreneurs who start a new business with a single owner is 53.74%. 29.59% start a business with two owners and the remaining 16.67% have more than three.

9.- In the new businesses created by women, the consumer-oriented sector is the largest (54.63%), followed by the sector of transformation (24.31%), business services (19.12%), and the remaining percentage in the primary industry. In consolidated companies, the sectoral distribution is similar, but the primary sector exceeds that of business services (13.99% vs. 11.59%).

10.- The average capital that female entrepreneurs from Extremadura have invested to start a business is around 32,717€, of which they have provided about 52%, or 16,937€. Before the start of the economic crisis, they needed an average capital of 40,492.50€, of which 19,489.34€, or about 48%, was provided by entrepreneurs. However, once the economic crisis started, the average capital in that time period was 18,333.33€, of which entrepreneurs contributed almost the totality of that sum, or 14,583.33€.

The private investor Extremadura is generally a casual, female investor who acts in an unprofessional manner, is about 43 years old, and invests on average 14,925€, compared to 13,350€ of a casual male investor.

11.- Women are at a disadvantage compared to men when it comes to attitudes and perceptions regarding entrepreneurs. There is a smaller percentage of women who personally know other entrepreneurs (14.13% vs. 19.15%), perceive good business opportunities (10.21% vs. 12.48%) or believe that they have the knowledge and skills to start an entrepreneurial activity (21.79% vs. 25.98%). Moreover, starting in the year 2005, both men and women started to believe they possess more abilities. In addition,

women also show the greatest fear when starting a business compared to men in the period studied (22.06% vs. 27.35%), with an increase in the fear of failure in recent years in both sexes.

12.- There is considerable similarity between men and women with regard to the perceptions of entrepreneurship as a desirable career (59.85% vs. 58.73%), the status of successful entrepreneurs (54.63% vs. 54.86%), the attention the media gives to businessmen and women (42.13% vs. 39.60%) and the preference for a similar standard of living around the world (57.71% vs. 60.80%). However, in the latter, the lack of competitive spirit is slightly higher in females than in males.

13.- In terms of jobs created in the initial companies, we can see slight differences in both genders, since more women lead more initiatives with no employees (29.7% vs. 22.6%), while there are now fewer initiatives with between 1 and 5 employees (61.4% vs. 68.3%). In the case of the consolidated business, the personnel structure is similar.

14.- Approximately 17% of women's initial initiatives do not have plans to increase their workforce after five years. 13.9% expect to have between 6 and 19 employees, while more than 67% said they expected to employ between 1 and 5 employees, compared to 61% of male initiatives. Moreover, their expectations are more ambitious with respect to having a larger staff than men (2.2% vs. 0.7%). However, in consolidated companies, the expectations are the same (2.7% vs. 2.6 %).

15.- In new businesses, there is a greater (albeit moderate) innovative, productive capacity of the initiatives undertaken by women compared to that of men. This can be seen in relation to new products/services which are perceived as new to potential consumers (40.2% vs. 33.3%), in regards to the level of competition expected in the market (84.6% vs. 91.2%), and the expected expansion of business carried out with or without new technologies (44.1% vs. 32.3%). However, in the latter case, when companies are consolidated, both sexes have the same expectations of expansion (50% vs. 50.5%).

With regard to the use of production technologies, both sexes have very similar percentages (24.8% vs. 21.4%). However, it seems that women stopped using the latest technology when they begin to consolidate their businesses (9.9% vs. 0%), while men increased their use of technology (6.9% vs. 24.3%).

16.- When analyzing the specific environmental conditions to start a business from 2003 to 2011 and from the point of view of gender, we see that female experts have a more positive view of environmental conditions than male experts. The female experts more positively evaluated the interest in innovation, either by consumers or businesses, governmental policies and programs, support for business growth and social and cultural norms for entrepreneurship, although they did not actually endorse them in the latter case.

As for the factors that hinder entrepreneurial activity, the opinion of women and men is quite similar. However, while female experts give more importance to social and cultural norms, male experts put a greater emphasis on government policies, access to physical infrastructure or the political, institutional and social context.

Among the factors that have favored entrepreneurship, the female experts that are driving entrepreneurship value government programs, financial support or professional and business infrastructure. Male experts emphasize the impact of public policy, access to physical infrastructure, education and entrepreneurial training, market openness, social and cultural norms, or the political, institutional and social context in which the entrepreneur develops.

In terms of recommendations for increasing entrepreneurial activity, both men and women opt for education and entrepreneurial training, policy and government programs, financial support, social and cultural norms or access to physical infrastructure. However, female experts seem to lean more to the influence that the entrepreneurial support programs have, or to the change in cultural and social values towards entrepreneurship. On the other hand, male experts, in addition to those already mentioned, emphasize the promotion of technology transfer to companies or the openness of a market for goods and services.

1 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LA MUJER EXTREMEÑA

Introducción

A pesar de que cada día hay más mujeres que se van incorporando al ámbito empresarial, el mundo de la mujer y la empresa aún está cargado de falsos mitos y estereotipos que, afortunadamente, se van salvando poco a poco. Esta incorporación de la mujer que, lejos de poder considerarse un hecho consolidado, debe ser contemplada como un proceso paulatino y creciente, en el que las empresarias van marcando un camino que se intensifica no hace más de 3 décadas, y que va parejo con un aumento de la inserción de la mujer en las actividades profesionales y empresariales que revaloriza de su papel en la sociedad (Sánchez, 2010).

Nos hallamos ante un siglo donde la entrada de las mujeres en el sistema productivo ha provocado una evolución en las estructuras sociales. Vivimos en una era donde la plena incorporación de la mujer al ámbito laboral, ya sea como empresarias o trabajadoras, es un hecho de enorme importancia por los cambios que a su vez ocasiona en las actitudes y el modo de pensar de la sociedad actual. Algunos autores consideran estos avances de la mujer en el ámbito profesional como una innovación, puesto que innovar significa romper con los esquemas establecidos. Esto es conseguido por muchas mujeres por el simple hecho de iniciar un negocio, evidenciando así su actitud emprendedora y de progreso social (Berg, 1997; Díaz, 2000).

En definitiva, nos encontramos ante una mujer visible en el ámbito de la iniciativa emprendedora (Jeynes, 2005; Kephart & Schumacher, 2005). Una mujer que en esta etapa de experimentación, está dando pruebas de sus propias fuerzas y del desarrollo de sus capacidades, siendo la creación de empresas una importante vía para su incorporación al sistema productivo en el que el hombre ya ocupa un lugar privilegiado (Bender, 2000; Terjesen, 2005). Sin embargo, a pesar del aumento del número de empresas creadas y dirigidas por mujeres, su porcentaje

sigue siendo inferior al de los hombres. Según el GEM (2010) en los países con un nivel de renta alta el porcentaje de hombres involucrados en actividades en la fase inicial del proceso de la creación de nuevas empresas o en empresas existentes, es casi el doble que el de las mujeres. En los países de un nivel de renta media, la diferencia en cuanto a actividades en dicha fase inicial es más del 25%, y en el caso de la propiedad de empresas, sube al 59%.

Respecto a sus posibilidades de desarrollo profesional, éstas se encuentran supeditadas a la mayor o menor liberación de tiempo que puedan tener para dedicarse a la realización de su carrera empresarial. Hecho que provoca una serie de cambios en el entorno social, cultural, económico y político. Cambios que desde el punto de vista político, han comenzado a vislumbrarse por parte del gobierno Extremadura a través de foros, jornadas, programas e iniciativas públicas donde se hace visible la situación de la mujer. Entre los que se están poniendo en marcha podemos destacar: el programa “Es tu oportunidad, mujer emprendedora”, iniciativa promovida por el Ministerio de Igualdad y la Consejería de Igualdad y Empleo de la Junta de Extremadura, a través del SEXPE y Fomento de Emprendedores, que tiene como finalidad promover el empleo en mujeres desempleadas, interesadas en constituir su propia empresa como trabajadoras autónomas o mediante el autoempleo colectivo (cooperativas o sociedades laborales). Jornadas como las de “Mujeres al Borde de un Impulso Emprendedor”, celebradas en Badajoz en el año 2013, donde empresarias extremeñas e iberoamericanas se reúnen con el fin de visibilizar cómo abordan las mujeres extremeñas el reto de crear puestos de trabajo para sí y para otros. La Estrategia “Ser Empresaria” y el “Consejo Extremeño de Participación de las Mujeres”, medidas aprobadas por el Ejecutivo Regional del Gobierno de Extremadura, y que en colaboración con colectivos como Mujeres Empresarias de Extremadura, Asociación de

Mujeres Rurales, Universidad de Extremadura o Cámaras de Comercio, tratan de atender a las mujeres que, actualmente, sufren en mayor medida las consecuencias de la crisis, apostando por su integración laboral, por la igualdad y por el fomento del emprendimiento femenino, unificando y poniendo en valor de forma coordinada, recursos e instrumentos de apoyo y servicios para conseguirlo.

En este mismo informe, al analizar el contexto del emprendimiento femenino en Extremadura, España, UE y resto de los países GEM de su mismo grupo económico, veremos cómo la posición de la región extremeña en

cuanto al fomento del autoempleo femenino, es la que obtiene una valoración más alta por los expertos GEM.

El Proyecto GEM Extremadura, como observatorio de la realidad de la actividad emprendedora extremeña, se ha planteado la posibilidad, de acercarse aún más a esta situación desde la perspectiva de género¹ mediante este monográfico, pionero a nivel nacional, y que tiene la intención de ser un referente en la elaboración y análisis de datos que sean útiles para la creación de políticas, programas y proyectos, tanto públicos como privados, acordes y específicos al contexto regional, y a la actividad emprendedora femenina.

Actividad del proceso emprendedor

En general, durante el periodo analizado, la actividad emprendedora ha tenido un carácter marcadamente masculino tanto en el ámbito regional como en el nacional, ya que los hombres han protagonizado el 63,02% de las iniciativas emprendedoras en España y el 59,06% en Extremadura, mientras que las mujeres lo han hecho únicamente en un 36,98% en el ámbito nacional y en un 40,94% en el ámbito regional.

Al analizar a través de la TEA el comportamiento que en la actividad emprendedora han tenido en estos años hombres y mujeres, podemos observar (ver gráfico 1) que, a nivel nacional y regional, la actividad emprendedora masculina ha sido mayor que la femenina, tanto en Extremadura (7,57% vs. 5,11%) como en España (7,73% vs. 4,43%). Mientras que en Extremadura ambas tasas son más afines a raíz del comienzo de la crisis económica, en España su diferencia se mantiene. Por otra parte, su evolución nos refleja que en ambos entornos las tasas de los hombres han experimentado una bajada aproximadamente de un

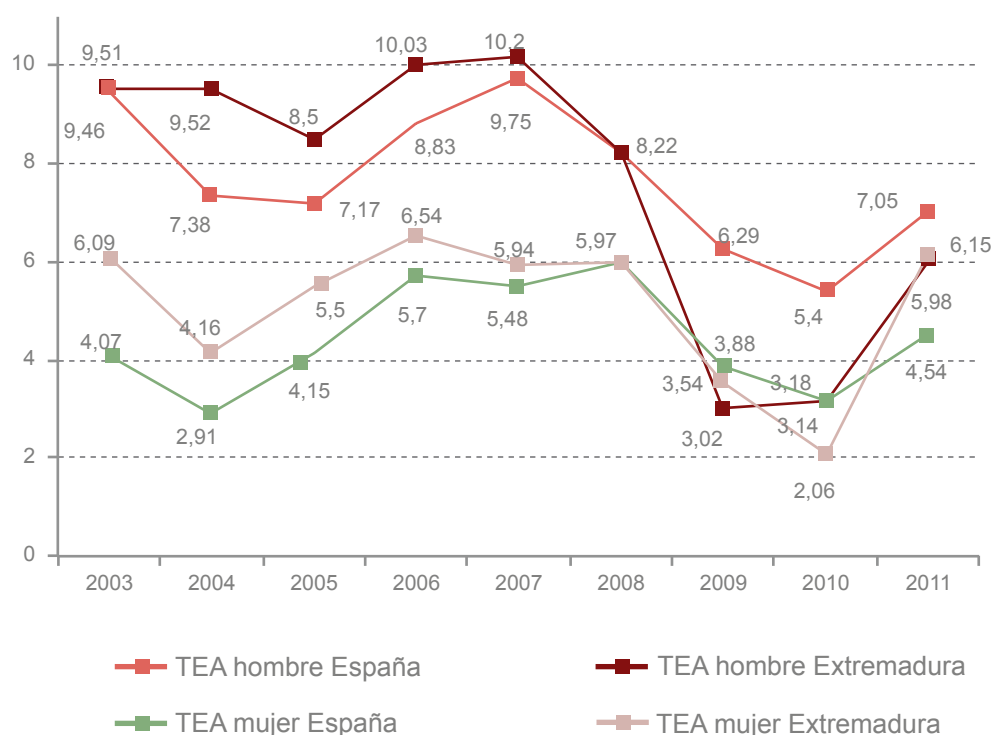
25% y 37% respectivamente, mientras que en las mujeres ha crecido un 51% en el caso español y apenas un 1% en Extremadura. Estos resultados nos muestran que los hombres vienen teniendo tasas superiores a las mujeres. La TEA masculina española ha sido inferior a la extremeña hasta 2007, año a partir del cual empiezan a ser superiores. Lo que nos indica que la crisis ha afectado más a la actividad emprendedora masculina en la comunidad autónoma que a nivel nacional, y aún no se ha recuperado.

Respecto a la mujer, observamos que también las tasas regionales son superiores a las nacionales desde el año 2003 hasta el 2007, donde coinciden. A partir de este año se produce una disminución de las mismas tanto en Extremadura como en España alcanzando sus valores más bajos en el año 2010 para la mujer extremeña con una tasa del 2,06% y para la mujer española con una tasa del 3,18%; aunque vuelven a crecer a partir del 2011, logrando valores similares a los obtenidos en el año 2008.

¹ Se hace preciso analizar las diferencias que esta palabra comporta con la conocida como "sexo o rol sexual". De entre todas las definiciones existentes, haremos mención especial a las referentes al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (1999), y a la Real Academia Española de la Lengua (2001). En cuanto a la primera de las definiciones, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales afirma que: "El género es una definición de las mujeres y los hombres construida socialmente. Es el diseño social de un sexo biológico, determinado por la concepción de tareas, funciones y roles atribuidos a las mujeres y a los hombres en la sociedad y en la vida pública. Se trata de una definición específica cultural de la femineidad y de la masculinidad, que varía por tanto en el tiempo y en el espacio. La construcción y la reproducción del género tienen lugar tanto a nivel individual

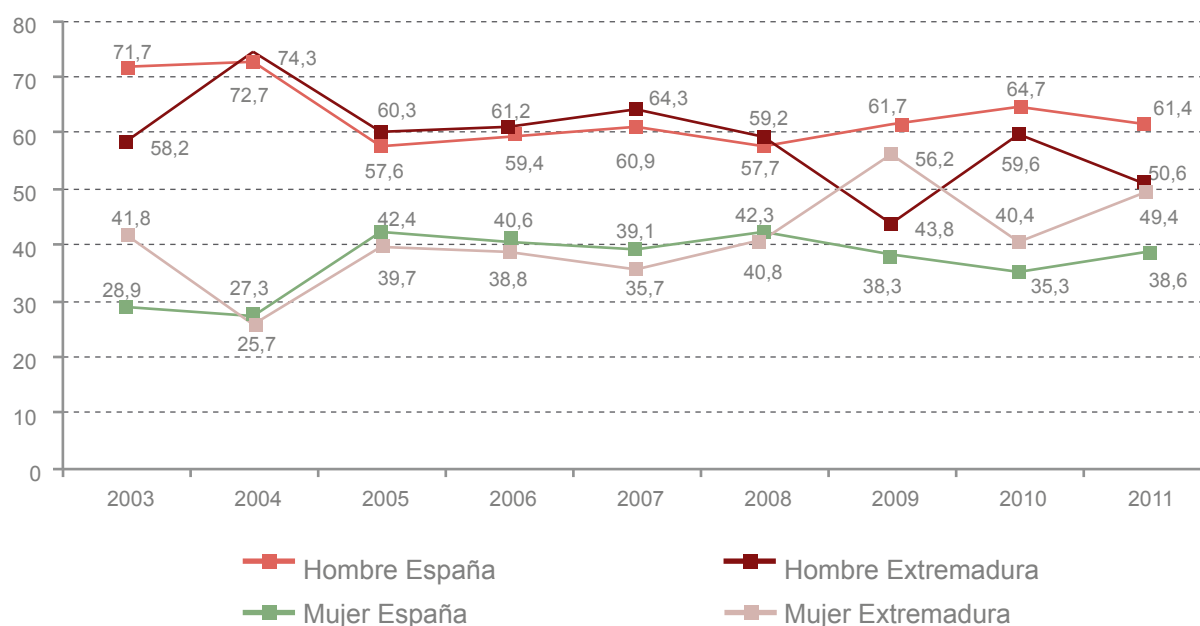
como a nivel social. Ambos son igualmente importantes y los individuos configuran normas y roles de género mediante sus actividades y los reproducen conforme a las expectativas". Respecto a la segunda definición, la Real Academia Española de la Lengua advierte del uso del concepto "género" en vez de hábitos o comportamientos sexuales. El "Comportamiento sexual" es una categoría de análisis en sociología y antropología, que más bien corresponde a la idea de rol sexual denotando un conjunto de normas y convenciones sociales del comportamiento sexual de las personas.

Gráfico 1. Evolución de la TEA en función del género. Extremadura y España. Periodo 2003-2011.



Por otro lado, el gráfico 2 nos ofrece la evolución porcentual en los hombres y las mujeres, reflejando el mayor porcentaje de participación por parte de los hombres en actividades empresariales frente a las mujeres en ambos panoramas. Además, se aprecia que en el año 2004 el porcentaje de hombres que estuvieron implicados en actividades empresariales alcanzó casi el 75% en Extremadura y casi el 73% en España, frente al 25% y 27% obtenido por las mujeres respectivamente. Diferencias,

que no se han tenido a partir del año 2009 y sobre todo en la región extremeña, donde las mujeres alcanzaron su mayor porcentaje de participación, llegando a superar al hombre en los años 2009 (56,2% vs. 43,8%) y 2010 (59,6% vs. 40,4%), e igualándose en el 2011 (49,4% vs. 50,6%). Frente a estos resultados los obtenidos en España donde la mujer sigue participando en menor porcentaje oscilando sus valores entre el mínimo que alcanza en 2004 con un 27% y el máximo en 2008 con un 42%.

Gráfico 2. Evolución porcentual por sexo de la participación en la actividad emprendedora en Extremadura y España. Periodo 2003-2011.

GEM considera como iniciativa emprendedora a todo negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha por una o varias personas y que no sobrepasa los 42 meses de vida. Por tanto, sólo considera como nuevas iniciativas (early-stage) que se reflejan en la TEA, las que comprenden a los empresarios y las empresarias nacientes y a los nuevos, excluyendo a los empresarios y las empresarias potenciales y a los ya establecidos. A partir de estos antecedentes, podemos calcular la estimación total del número de iniciativas emprendedoras desde julio de 2003 a julio de 2011.

Así, Extremadura, con una población total que ha oscilado entre 1.073.904² y 1.083.259³ personas y una población activa entre 18 y 64 años que ha fluctuado entre 639.899⁴ y 683.578⁵ individuos, ha involucrado en actividades de creación de empresas en Extremadura alrededor de 378.927 personas. De ellas, 151.659 han sido mujeres frente a 227.268 hombres, lo cual supone, según el ratio mujer/hombre que nos ofrece la TEA (tea03-11mujer/tea03-11hombre), que por cada hombre que ha estado involucrado en actividades emprendedoras, ha habido 0,73 mujeres implicadas en las mismas.

Tabla 1. Estimación del número de personas involucradas en la actividad emprendedora en Extremadura y ratio promedio mujer/hombre. Periodo 2003-2011.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	% Variación 2003/11
Nº de Hombres	29.986	31.149	28.428	33.429	35.330	27.515	9.794	10.676	20.961	-29,73%
Nº de Mujeres	19.222	13.612	18.393	21.543	19.616	18.963	12.567	7.279	20.464	7,01%
Total	49.208	44.761	46.821	54.972	54.946	46.478	22.361	17.955	41.425	-15,38%
	Ratio 2003/11									
Ratio Mujer/Hombre	0,64	0,44	0,65	0,65	0,58	0,73	1,17	0,66	1,03	0,73

² Fuente: INE (2003): Población referida al 01/01/2003. / ³ Fuente: INE (2011): Población referida al 01/01/2011.

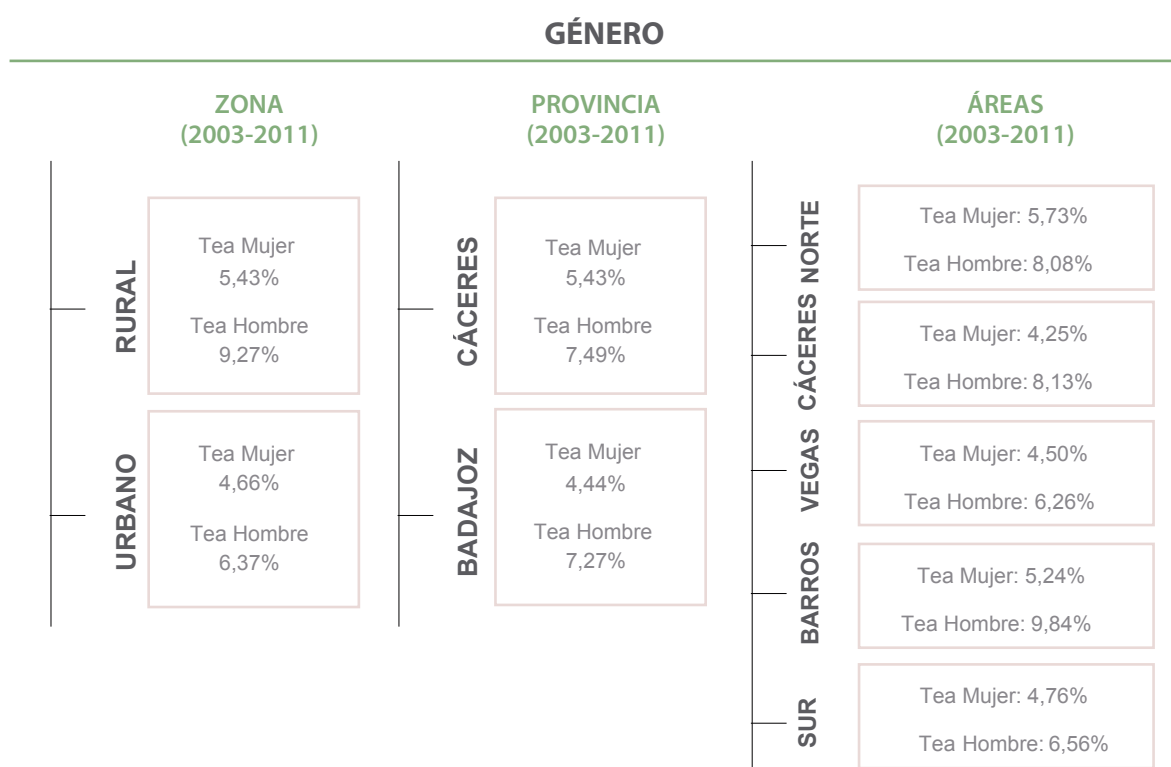
⁴ Fuente: INE (2003). / ⁵ Fuente: INE (2011).

En términos generales podemos decir que en el periodo 2003-2011 ha habido una disminución en el crecimiento estimado del número de personas involucradas en actividades relacionadas con la creación de empresas (15,38%). Si lo desglosamos, podremos observar que esa disminución se ha visto reflejada únicamente en los hombres con un 29,73%, mientras que en las mujeres se ha visto aumentada en un 7,01%.

Respecto al análisis que podemos hacer por zona y provincia en función del empresario extremeño y la

empresaria extremeña, podemos observar en la figura 1 que durante el periodo 2003-2011, el mayor porcentaje de actividad emprendedora por parte de las mujeres extremeñas se concentra en las zonas rurales (5,43% vs. 4,66%) del área Norte (5,73%) de la provincia de Cáceres (5,43% vs. 4,44%). En el caso del hombre, los resultados son similares aunque en mayor proporción tanto en el desglose por zonas (9,27% rural vs. 6,37% urbano) como por provincias (7,49% Cáceres vs. 7,27% Badajoz). En cambio, es en el área de Barros donde encontramos mayor actividad emprendedora masculina.

Figura 1. Desglose de la Tea en función del género: Zona, Provincia y Área. Periodo 2003-2011.



El gráfico 3 recoge la evolución de las diferentes fases del proceso emprendedor en Extremadura desglosada en función del género, incluyendo además el porcentaje de negocios cerrados en dicho periodo.

El porcentaje de empresarios y empresarias potenciales en Extremadura, durante los tres primeros años (2003-2005), es decir, aquéllos que están considerando emprender un

negocio en los próximos tres años, marchaba más o menos parejo con las iniciativas que se iban concretando, pero a partir de 2006, el número de personas que tenían en mente realizar una nueva actividad empresarial ha ido aumentando en ambos sexos en años alternos (2006 y 2008). Sin embargo, en el año 2011 comienza a observarse un crecimiento tanto en hombres como en mujeres, que ha supuesto desde el año 2003 un 67,5% y un 51,61%

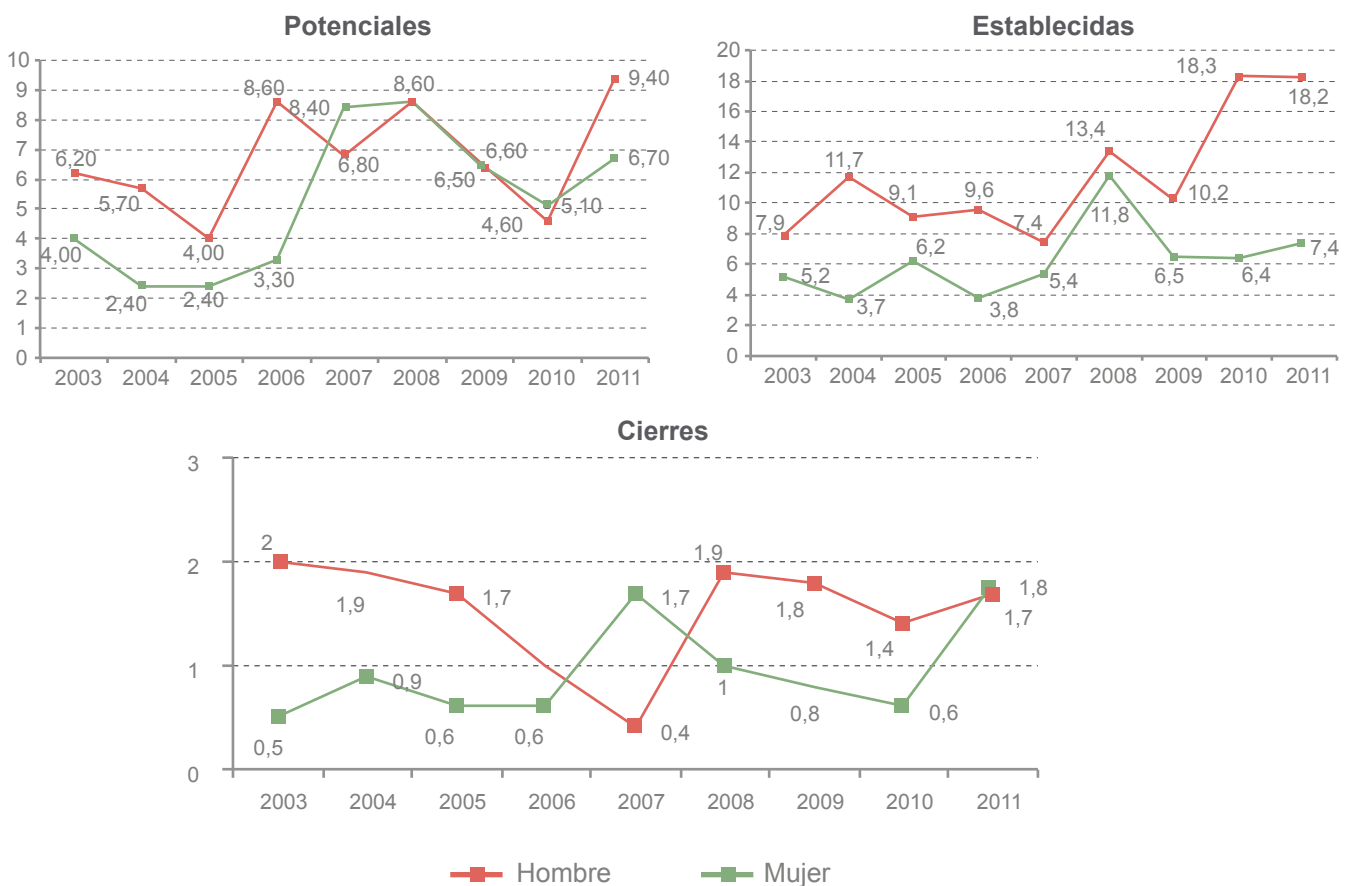
respectivamente. Estos resultados dan indicios de que hoy parece existir una bolsa de futuros empresarios y empresarias dispuestos a dar el paso cuando las circunstancias mejoren.

Por otro lado, 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 en Extremadura, tanto en hombres como en mujeres, presenta una evolución similar, aunque con diferentes proporciones a la de las empresas potenciales. Si lo analizamos por separado, podemos observar cómo los mayores cambios en la evolución de las empresarias consolidadas extremeñas se manifiestan en el año 2008 donde parece aumentar de nuevo con una tasa porcentual del 11,8%, aunque vuelven a producirse disminuciones desde el año 2009 en adelante, alcanzando valores similares a los obtenidos en 2005. El caso del hombre, y aunque con valores superiores a los obtenidos por la mujer, muestra un comportamiento similar hasta

2007, observándose únicamente una bajada en el año 2009 acercándose de nuevo a valores similares a los obtenidos en 2005 y 2006. Podemos decir por tanto, que tanto los hombres como las mujeres consiguen consolidar sus empresas con el paso de los años, siendo mayores los porcentajes en el caso de los hombres frente a las mujeres.

En cuanto a la evolución de los cierres de empresas, observamos que los porcentajes de hombres y mujeres que han disuelto o abandonado una actividad empresarial han disminuido y aumentado respectivamente desde el 2003 hasta el 2011 (-15% vs. +260%), siendo el año 2007 el que mejor refleja estos resultados, ya que los hombres cerraron o abandonaron menos negocios que las mujeres (0,4% vs. 1,7%). Sin embargo, es a partir del año 2008, cuando aumentan de nuevo los porcentajes de cierres o abandonos, aunque en mayor medida en los hombres, siendo motivados fundamentalmente por la crisis económica que lleva aparejada la falta de rentabilidad, de financiación, de clientela, jubilación, etc.

Gráfico 3. Evolución de Empresarios Potenciales, Empresas Establecidas y cierres en Extremadura en función del género. Periodo 2003-2011.



Razones del abandono de la actividad emprendedora

Otro de los conceptos en los que la encuesta GEM ha profundizado desde el año 2007 con la finalidad de analizar los principales motivos que han llevado al empresario extremeño y la empresaria extremeña a abandonar o cesar la actividad empresarial que estaba realizando, es el concepto de “cierres de negocio”.

Como puede observarse en la tabla 2, las principales razones alegadas por las empresarias extremeñas para abandonar la actividad en el periodo 2005-2011, han sido la falta de rentabilidad y motivos personales. Problemas para obtener financiación, jubilarse y encontrar otro trabajo u oportunidad, otros motivos o la falta de clientes son otras razones dadas para el abandono de la actividad, aunque es curioso que las emprendedoras sólo destacasen

el problema de la financiación al inicio de la crisis económica y no hayan vuelto a aducirlo como razón de cierre.

Ahora bien, si analizamos estos motivos para el periodo anterior a la crisis y después de iniciarse ésta, observamos que han cambiado sustancialmente las motivaciones para cesar en la actividad. Así, mientras que han aumentado los motivos como la jubilación y la falta de rentabilidad del negocio, son los problemas para obtener financiación los únicos que han disminuido. Por el contrario, se mantienen en similar proporción las razones por las que se abandonaba la actividad debido a que encontró otro trabajo u oportunidad o por otros motivos personales. Por último, aunque no por ello menos importante, la inexistencia a partir del año 2008 de las razones que aludían a la falta de clientela u otros motivos.

Tabla 2. Motivos del cierre de las iniciativas emprendedoras por parte de las mujeres. Periodo 2005-2011.

¿Cuál ha sido el principal motivo para el abandono de la actividad? (%)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Encontró otro trabajo u oportunidad	33,3	-	-	-	-	-	22,3
Jubilación	-	-	17,1	-	-	50	11,2
Problemas para obtener financiación	33,3	-	58	47,2	-	-	-
Motivos personales	-	25	24,9	-	25	-	22,1
Otros motivos	-	50	-	-	-	-	-
El negocio no era rentable/Competencia	33,3	-	-	52,8	75	50	44,4
Falta de clientes	-	25	-	-	-	-	-
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

Características socioeconómicas

Analizando el perfil de la empresaria extremeña, vamos a tratar de acercarnos a las diferentes características socioeconómicas de la mujer que se ha implicado en actividades empresariales. Características entre las que destacan la edad, el nivel de estudios y el nivel de renta.

En relación con la edad media, apenas existen diferencias entre hombres y mujeres. En el caso de la mujer, es de

aproximadamente unos 40 años mientras que en el hombre es de unos 39 años. En base a estos resultados podemos decir que al emprender a edades similares, la mujer se ha sobrepuesto incluso a la posible presencia de hijos dependientes, que conlleva el rol de la “doble jornada” para muchas de ellas.

Realizando un examen más detallado de los resultados obtenidos, observaremos cómo en el caso de la mujer, el grupo de mayor actividad está comprendido entre los 35 a

44 años, llegando a su máxima representatividad en el año 2010 con un valor medio del 50%. Le siguen de cerca los grupos de edad comprendidos entre 25 a 34 años y 45 a 55 años con un 28% y 21,88% respectivamente; y ya en menor medida los grupos de edad extremos, es decir, los inferiores a 25 años con un 7,56% y los mayores a 55 años que representan un 9,63%.

Respecto a la edad media del hombre, éste tiene mayor presencia en dos grupos de manera proporcional, los comprendidos entre los 25 a 34 años y entre los 35 a 44 años con un 28,82% y 29,02% respectivamente. Menor presencia en la actividad emprendedora tienen los grupos de edad comprendidos entre los 45 a 54 años y entre los 55 a 64 años, siendo mayor la representación en el primero de ellos (20,89% vs. 12,68%). Le siguen con menor porcentaje el resto de grupo de edades.

En resumen, en estos años de análisis vemos que, tanto mujeres como hombres emprenden con edades comprendidas entre los 25 a 44 años por término medio.

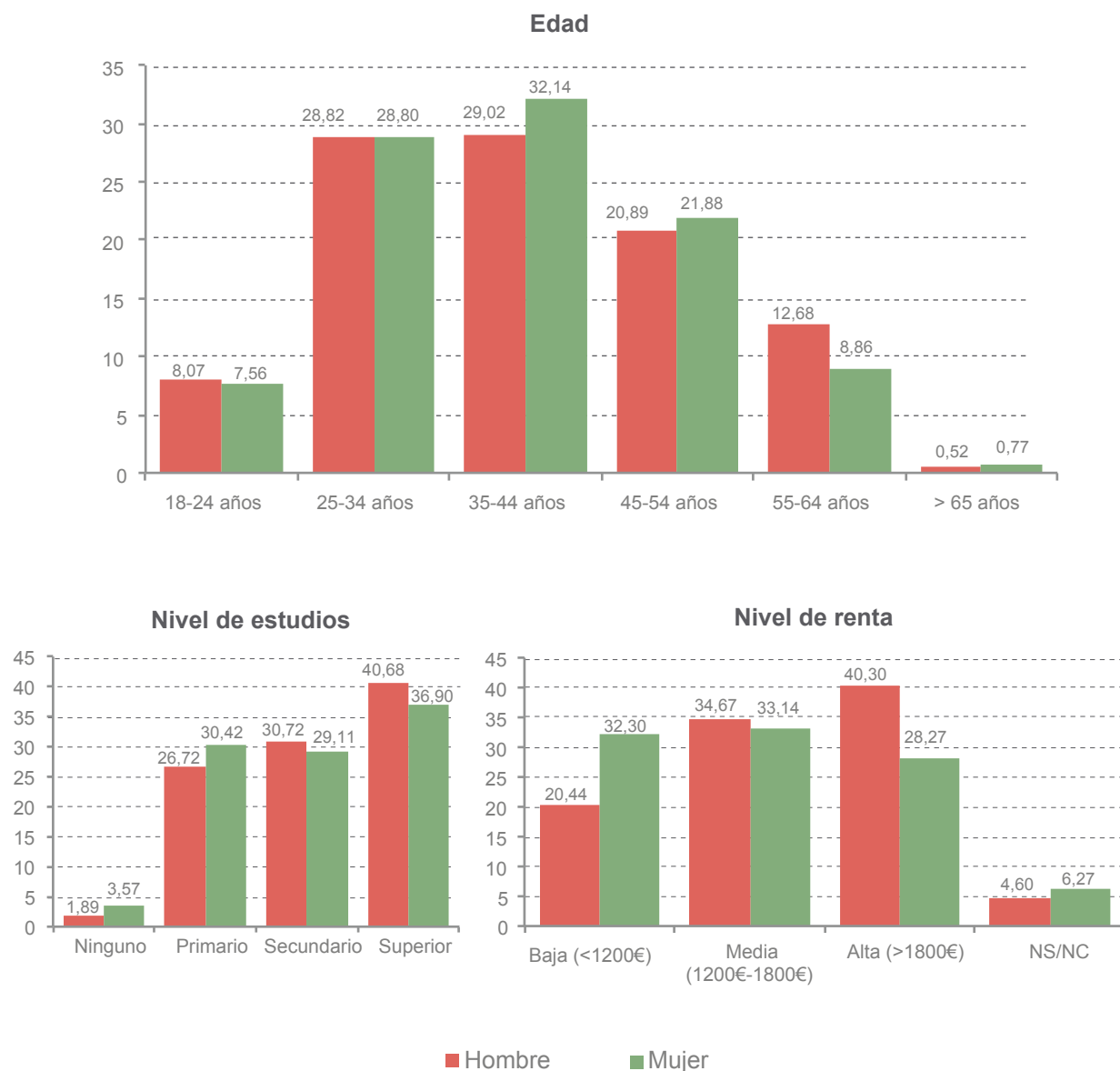
En cuanto al nivel de estudios, en líneas generales podemos decir que las mujeres acometen básicamente sus empresas con una formación superior, al igual que el

hombre (36,90% vs. 40,68%). Y fundamentalmente, a partir del año 2008, donde se ha observado que los emprendedores tienen un mayor nivel de formación, el cual incide de manera directa no sólo en las posibilidades de innovación sino también en el potencial de crecimiento de las actividades emprendedoras ante la falta de alternativas de trabajo existentes para los titulados universitarios extremeños.

Como puede observarse en el gráfico 4, para ambos sexos, el grupo que tiene unos niveles de estudio superiores es el que aporta una mayor participación emprendedora. Le siguen de cerca con unos niveles muy similares, los que tienen estudios primarios y secundarios. Por el contrario, es escaso el porcentaje que no posee ningún tipo de estudios (3,57% vs. 1,89%), lo que pone de manifiesto cada vez más, la importancia de la formación del futuro empresario para poder acceder a la actividad emprendedora.

Referente al nivel de renta, podemos decir que a la hora de tomar iniciativas emprendedoras, las mujeres con rentas bajas y medias crean más empresas, representando aproximadamente el 65,44% sobre el total. Por su parte, el 75% de los hombres crea mayoritariamente sus empresas con niveles de renta altos o medios.

**Gráfico 4. Características de la edad, nivel de estudios y nivel de renta (%).
Periodo 2003-2011.**



En conclusión, podemos decir que la empresaria extremeña tiene aproximadamente unos 40 años, con estudios secundarios o superiores y con un nivel de renta que oscila entre 1.200€ y 1.800€.

Con el fin de obtener una caracterización socioeconómica que nos aproxime al perfil medio de la empresaria

extremeña y que reflejen algunos rasgos esenciales de la misma, terminamos este apartado con una tabla sinóptica a través de la cual pretendemos analizar y comparar dichos rasgos. Para ello, resumimos su perfil en función de las diversas etapas del proceso emprendedor, según las definiciones del Proyecto GEM: potencial (< 0 meses), estado inicial (0-42 meses) y consolidado (> 42 meses).

Tabla 3. Características socioeconómicas de la empresaria en sus diferentes fases.

<0 meses	El perfil de la mujer que pretende crear su empresa en los próximos tres años en Extremadura es de origen español, de 34,92 años, nivel de estudios secundarios o superiores, que cuentan con un nivel de renta medio, entre 1.200 € y 1.800 €, vive en un hogar de 2 personas y quiere crear su empresa en una zona urbana de la provincia de Badajoz del área geográfica de Vegas del Guadiana.	0 a 42 meses	El perfil de la mujer que ha creado su empresa en Extremadura es de origen español, de 39,91 años, nivel de estudios secundarios o superiores, con un nivel de renta comprendido entre 1.200 € y 1.800 €, vive en un hogar de 3 personas y ha creado su empresa en una zona urbana de la provincia de Badajoz del área geográfica de Vegas del Guadiana.	> 42 meses	La empresaria extremeña consolidada es de origen español, de 45, 41 años, que con estudios secundarios, posee una renta media (entre 1.200 € y 1.800 €) o alta (superior a 1.800 €), viven en su hogar 3 personas y tiene una empresa consolidada en una zona urbana de la provincia de Badajoz del área geográfica de Vegas del Guadiana.
----------	---	--------------	--	------------	--

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor

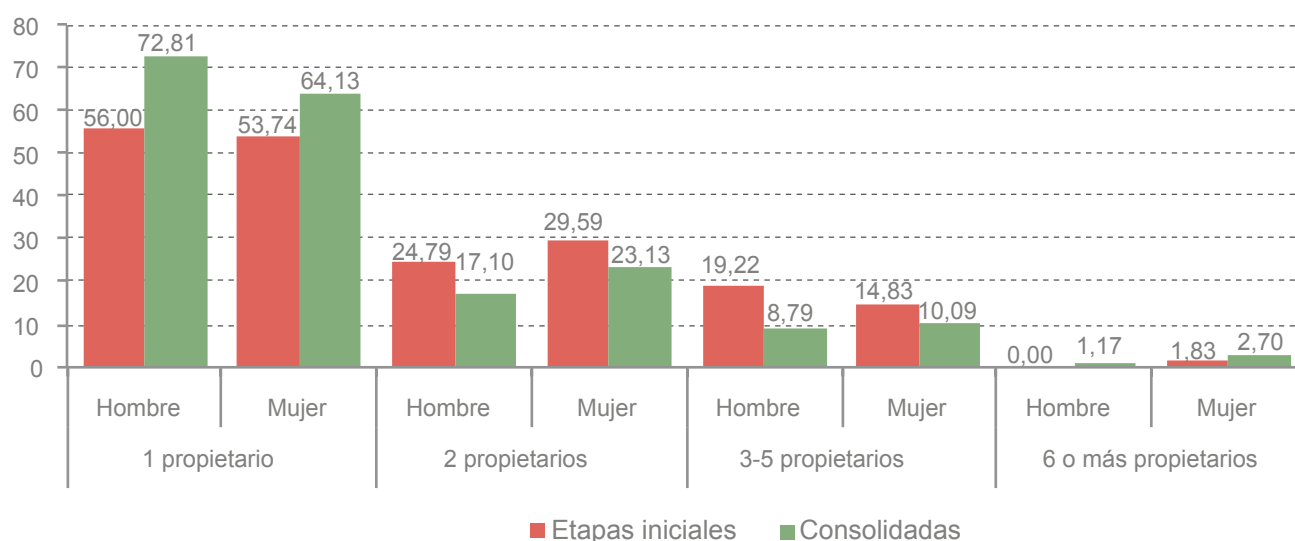
En este apartado trataremos de responder alguna de las cuestiones relacionadas con la forma en la que las empresarias han intentado llevar a cabo sus sueños. Preguntas del tipo: ¿Cómo lo han hecho?, ¿lo hicieron solos?, ¿quiénes les acompañaron?, ¿en qué sectores crearon la empresa?, etc.

Número de socios

La primera pregunta a la que tratamos de dar respuesta hace referencia a la soledad o compañía con la que el

empresario y la empresaria afrontan su trayectoria profesional. Así, podemos decir que esta trayectoria, entre los años 2003 y 2011, en gran medida la realiza de forma individual, concretamente el 53,74% de las mujeres frente al 56% de los hombres que constituyen su empresa. Esta tendencia se acentúa con el paso del tiempo, incluso entre los que formaron la empresa con otros. Cuando llegan a estabilizarse en el mercado hay más empresas con un solo propietario, ya sean hombres o mujeres, y menos con dos, tres, cuatro o cinco socios. En el caso de que sean más de seis propietarios la situación es al revés. En estas situaciones el crecimiento de la empresa parece haber exigido también un crecimiento importante del número de socios.

Gráfico 5. Número de socios de la empresa (%). Periodo 2003-2011.



En general, la mujer constituye menos empresas sola o con socios que el hombre, excepto cuando comparte su proyecto con otro propietario o con seis o más. También consolida más empresas que el hombre con dos, o más socios.

Tipo de negocio que se crea

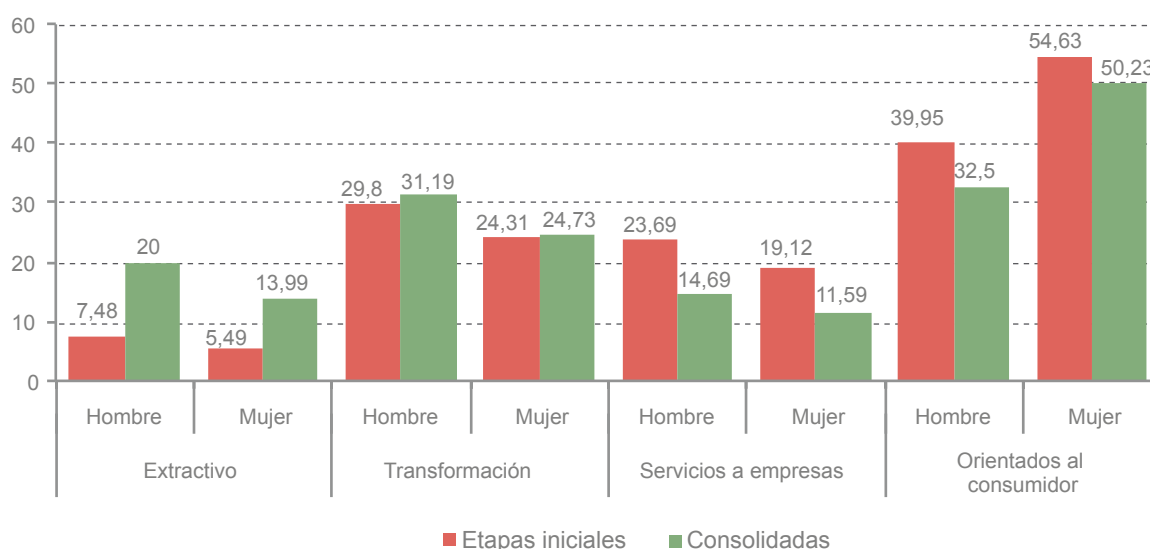
En cuanto al tipo de negocio hacia el que la emprendedora extremeña se ha orientado para cubrir sus expectativas, el gráfico 6 nos refleja las posibles respuestas en este sentido.

Al analizar la evolución de la distribución sectorial⁶ de la actividad emprendedora de la mujer en Extremadura en los nueve años del análisis, podemos observar que predomina el sector orientado al consumidor, seguido del transformador, servicios a empresas, y en menor porcentaje, el sector extractivo. Siendo mayor en los tres

primeros casos para las empresas que se encuentran en las etapas iniciales (54,63% vs. 24,31% vs. 19,12%), y en el último, para las empresas consolidadas alcanzando un valor en torno al 14%.

Ahora bien, si analizamos las empresas que se encuentran en etapas iniciales por un lado y las empresas consolidadas por otro, para las primeras, los porcentajes son mayores en todos los sectores y en el caso del hombre, excepto en el orientado al consumidor donde el porcentaje de la mujer supera al del hombre (54,63% vs. 39,95%). Para las segundas, las empresas consolidadas, se observan similares resultados en función del género del empresario, volviendo a superar en todos los sectores el empresario extremeño a la empresaria extremeña excepto en el orientado al consumidor donde ésta le supera (50,23% vs. 32,5%).

Gráfico 6. Distribución sectorial de la actividad emprendedora (%). Periodo 2003-2011.



Financiación

Otro de los factores fundamentales que necesita el empresario extremeño y la empresaria extremeña para poner en marcha su proyecto empresarial es la financiación, ya que la disponibilidad de fondos es primordial no sólo para la

creación de sus empresas sino también para acometer el crecimiento de éstas. Financiación que se está viendo seriamente afectada por la crisis financiera que se viene agravando en España año tras año, sobre todo en las empresas que se encuentran en sus primeras fases.

⁶ **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.

En 2012, las Cámaras de Comercio⁷ indicaron que un 44,3% de las empresas españolas señalaron a las dificultades financieras como un factor que limitaba su actividad. Ante esta situación de dificultad de acceso al crédito, se hace más importante aún que antes, conocer el capital medio necesario para montar una empresa. Dificultad de acceso, que se agrava en el caso de la mujer, ya que según el Banco Mundial de la Mujer, las empresas constituidas por mujeres son de pequeño tamaño, tanto en inversión como en número de trabajadoras, concediéndoles únicamente el 8% (el 3% en el mundo) de

los créditos bancarios para emprendedores (VII Jornada Internacional Igualdad y Economía, 2012).

En base a lo mencionado con anterioridad nos planteamos una serie de preguntas como: ¿cuánto dinero han necesitado las empresarias para poner en marcha su empresa en Extremadura?, ¿cuánto han puesto?, ¿cuáles han sido las fuentes de financiación a las que la empresaria ha acudido para financiar la inversión que no ha podido acometer con recursos propios?

⁷ Cámaras de Comercio (2012): Boletín de Situación Económica. Nº52, 3er trimestre de 2012. Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España. Servicio de Estudios. www.camaras.org

Capital necesario para crear una empresa

Según los datos de la encuesta GEM, las empresarias nacientes han necesitado de media para la puesta en marcha de un negocio un capital de 98.311€, del que han puesto 56.839€. Sin embargo, este dato, está afectado por la captación de algunas iniciativas atípicas que han requerido inversiones de capital semilla elevados, por lo que no resulta representativo de la realidad de la mayoría de los emprendimientos. Así, dada la enorme variabilidad de la media, es mucho más realista atender a la mediana como medida de tendencia central. Por consiguiente, el capital medio que ha invertido una emprendedora para poner en marcha una iniciativa está en torno a los 32.717€, del que han puesto aproximadamente el 52%, es decir,

16.937€. Estos resultados difieren al analizarlos en dos periodos por separado: antes de la crisis (hasta mediados de 2007) y una vez que ésta comenzó ésta. Durante el primero, se necesitó un capital medio de 40.492,50€, de los cuales 19.489,34€, es decir, aproximadamente el 48%, lo pusieron las propias emprendedoras. En cambio, para el segundo periodo, el capital medio del periodo ha sido de 18.333,33€, poniendo casi su totalidad, aproximadamente 14.583,33€. Es decir, que una vez comenzada la crisis, las emprendedoras llevan a cabo iniciativas que necesitan menos de la mitad del capital, y aunque aportan un 25% menos que antes, esto representa casi el 80% de lo que necesitan. En definitiva, iniciativas más pobres y cubiertas en una gran parte por capital propio, dado que el acceso a la financiación externa es prácticamente nula.

Tabla 4. Capital necesario y capital propio a invertir por el empresario extremeño en función del género. Valores estadísticos. Periodo 2003-2011.

Valores medios	Capital necesario para arrancar el negocio (€)		Capital propio total que se invierte (€)	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Media	98.311,57	108.656,91	56.839,52	36.281,2
Moda	26.445,78	23.701	11.559,89	10.604
Mediana	32.717,22	28.839	16.937,34	25.517,61
Desviación típica	155.616,8	181.369,96	89.698,37	45.350,06
Capital mínimo	8.780,22	5.457,3	6.057,67	2.924
Capital máximo	428.444,44	538.035,42	214.555,56	108.030,36

El mínimo del capital medio necesario para el arranque de la actividad empresarial es de 8.780€ por parte de la mujer frente a los 5.457€ del hombre. Mientras que la aportación del capital propio medio ha oscilado entre los 6.057€ y los 2.924€ para la mujer y el hombre respectivamente. Por su parte, el capital necesario máximo oscila entre los 428.444€ de la mujer y los 538.035€ del hombre. Mientras que el capital máximo que ha invertido la empresaria de media durante los últimos nueve años ha sido de 214.555€ frente a los 108.030€ del empresario.

El inversor informal

Dentro de GEM, una de las figuras claves es el inversor informal, el cual se ha venido revelando durante los nuevos años analizados como una importante fuente de recursos financieros, destinando fondos personales para el inicio de nuevas actividades empresariales por parte de otras personas. En cambio, cuando actúa como "business angel", invierte capital de forma profesional buscando un beneficio en la inversión realizada. Por tanto, la generación de

una cultura de inversión en la región es muy importante, no sólo por el fortalecimiento y desarrollo de esta figura sino por la pieza clave que resultan en la creación de empresas, pues muchas veces aportan algo más que financiación, aportan experiencia, conocimientos, redes, gestión, etc.

En el caso concreto del inversor privado extremeño, y más concretamente en la mujer, es fundamentalmente una inversora informal que actúa de una manera no profesional, de unos 43 años, que invierte de media unos 14.925€, frente a los 13.350€ del inversor informal hombre.

Si analizáramos el perfil de este inversor informal en los periodos comprendidos de 2003-2007 y de 2008-2011, observaríamos que en el primer tramo se trata de un hombre de aproximadamente unos 45 años que invierte 10.813€ de media, mientras que en el segundo tramo el perfil cambia, encontrándonos con un inversor que es mujer de unos 43 años de edad y que invierte de media unos 8.031€.

ACTITUDES Y MOTIVACIONES DE LA MUJER EMPRENDEDORA

2

En este capítulo serán analizados una serie de condicionantes que resultan de vital importancia a la hora de crear una empresa, como por ejemplo, el hecho de que una persona tenga referentes cercanos asociados al emprendimiento, lo cual puede incidir en la probabilidad de un futuro desarrollo personal como emprendedor o emprendedora. Así pues, conocer a otros emprendedores o emprendedora, considerar que emprender es una buena opción profesional, ver noticias sobre emprendedores y emprendedoras de éxito en los medios de comunicación, estar en disposición de asumir riesgos, estar capacitado para poner en marcha un pequeño negocio y otros rasgos similares, son variables que influyen o son consecuencia de la motivación para emprender tanto en hombres como en mujeres.

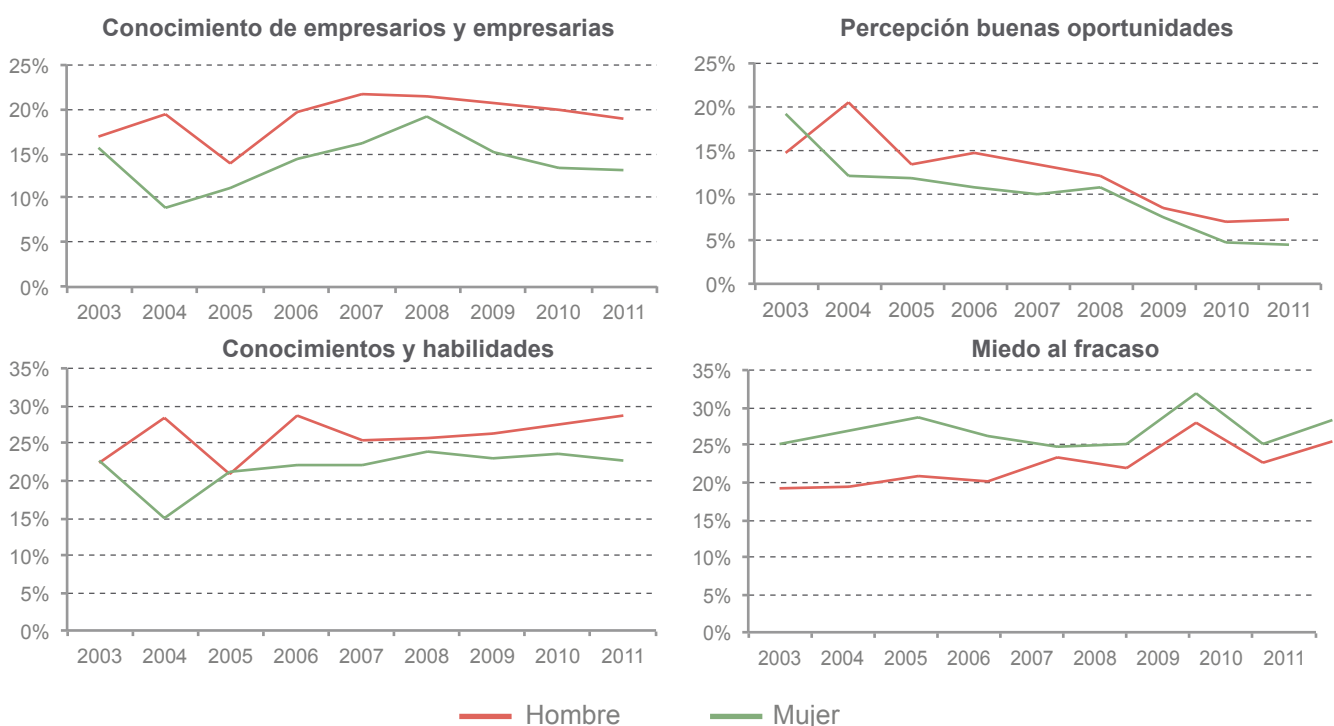
Actitudes y percepciones emprendedoras

A continuación se comentan los resultados para Extremadura de la actitud emprendedora en ambos géneros. En concreto, se analizan cuatro variables: los vínculos con otros emprendedores, la percepción de oportunidades de negocio, los conocimientos percibidos y miedo al fracaso. En el gráfico 7, se puede observar para el

periodo de tiempo comprendido entre los años 2003 y 2011 los resultados de la encuesta realizada entre la población cuya edad está comprendida entre los 18 y los 64 años.

Los hombres demuestran contar en mayor medida que las mujeres con referentes emprendedores cercanos. El 19,15% de los hombres y el 14,13 % de las mujeres encuestadas en el periodo analizado han afirmado conocer a algún emprendedor o emprendedora en los últimos dos años, observándose un ligero descenso en los últimos años en el porcentaje de encuestados. Del mismo modo, los hombres perciben un mayor número de oportunidades de negocio que las mujeres (12,48% vs. 10,21%), aunque se puede apreciar claramente que ambos sexos coinciden en el gran descenso en la percepción de oportunidades en el mercado en los últimos años. En cuanto a la percepción de conocimientos y habilidades para poder iniciar una actividad emprendedora, las mujeres consideran estar menos capacitadas que los hombres para iniciar un negocio (25,98% vs. 21,79% de media), si bien, a partir del año 2005, tanto hombres como mujeres reconocen poseer mayores capacidades.

Gráfico 7. Evolución de las actitudes y percepciones emprendedoras por género. (% de respuestas afirmativas en cada categoría).



En cuanto al temor al fracaso, las mujeres también muestran tener mayor miedo a la hora de crear una empresa que los hombres en el periodo analizado (22,06% vs. 27,35%). Se puede observar un incremento en el temor a fracasar en los últimos años en ambos sexos, si bien la tendencia en la gráfica es similar para ambos a partir del año 2008.

A continuación, se presentarán estos mismos indicadores de percepción según la etapa de evolución en la trayectoria emprendedora, realizándose la misma diferenciación según género. La tabla 5, muestra los resultados tanto para la población que no tiene ningún tipo de relación con la actividad emprendedora como para aquéllos que se encuentran en alguna de las diferentes etapas de la misma.

Tabla 5. Factores de influencia en la percepción emprendedora media hombre y mujer según la etapa de emprendimiento. Periodo 2003-2011. (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas).

Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos años?					
	Población no emprendedora	Empresarios potenciales	Empresarios nacientes	Empresarios nuevos	Empresarios consolidados
Hombre	16,71	38,67	38,20	32,55	29,94
Mujer	13,24	24,73	20,84	20,45	13,76

¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde reside?					
	Población no emprendedora	Empresarios potenciales	Empresarios nacientes	Empresarios nuevos	Empresarios consolidados
Hombre	11,22	26,39	28,80	18,91	15,87
Mujer	9,95	15,75	14,43	10,28	8,62

¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
	Población no emprendedora	Empresarios potenciales	Empresarios nacientes	Empresarios nuevos	Empresarios consolidados
Hombre	20,02	47,82	56,40	49,44	57,93
Mujer	19,22	34,47	32,90	40,92	31,68

¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
	Población no emprendedora	Empresarios potenciales	Empresarios nacientes	Empresarios nuevos	Empresarios consolidados
Hombre	22,59	17,36	19,25	16,70	20,69
Mujer	30,07	16,50	9,31	20,34	13,13

Los resultados que se han presentado según la fase de emprendimiento en la que esté involucrada el individuo han mostrado que, en las primeras etapas del desarrollo de la actividad emprendedora los factores de influencia en la percepción de los emprendedores y las emprendedoras se muestran más favorables para la misma. A medida que se pasa de una primera fase en la que no se tiene ninguna relación con la actividad emprendedora a las siguientes fases y a estar involucrado en dicha actividad emprendedora, se produce un aumento en términos de confianza en uno mismo, las personas perciben mayores conocimientos, habilidades y experiencias para crear una empresa, lo que se produce como consecuencia del desarrollo de dichas habilidades. Se puede observar cómo

en las primeras etapas se han obtenido mayores porcentajes de personas que perciben buenas oportunidades de negocio o afirman tener menor miedo a fracasar al iniciar una actividad que en los últimos estadios de la fase emprendedora.

En cuanto a las diferencias entre hombres y mujeres, se puede apreciar claramente valores inferiores para las mujeres en cada uno de los factores de influencia en la percepción emprendedora. Así, hay entre 17,36 y 2,93 puntos porcentuales menos de mujeres que conocen personalmente a algún emprendedor o emprendedora. De igual modo, hay entre 14,36 y 1,27 puntos porcentuales menos de mujeres que hombres que opinan que habrá

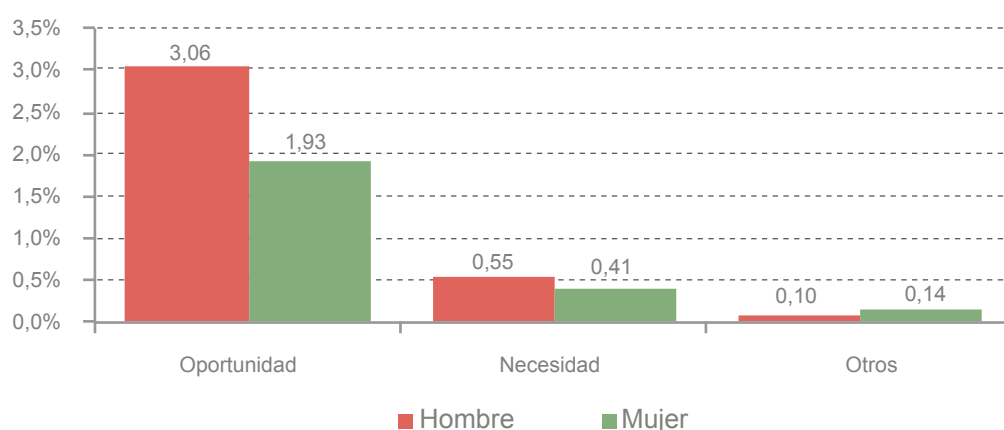
oportunidades de iniciar un negocio en los próximos meses. El número de mujeres que opinan tener las suficientes habilidades y conocimientos para iniciar un negocio es también inferior al número de hombres, en concreto entre 26,25 y 0,80 puntos porcentuales. Sin embargo, es destacable cómo en las primeras fases de la actividad emprendedora, las mujeres no muestran tanto temor a fracasar en una iniciativa emprendedora como los hombres, fundamentalmente entre aquellas que acaban de iniciar una empresa.

Motivación para emprender

El gráfico 8 muestra el porcentaje de hombres y mujeres que emprenden según el motivo que origina la creación de

una empresa, es decir, si una empresa es creada como consecuencia del aprovechamiento de una oportunidad ofrecida por el mercado o es creada debido a una necesidad ante la falta de mejores perspectivas. Se puede observar claramente que el porcentaje de hombres que crean una empresa para aprovechar una oportunidad es mayor que el porcentaje de mujeres. En concreto, el 3,06% de los hombres y el 1,93% de las mujeres iniciaron un negocio motivado por el aprovechamiento de una oportunidad, frente al 0,55% de hombres o 0,41% de mujeres que lo hizo debido a una necesidad.

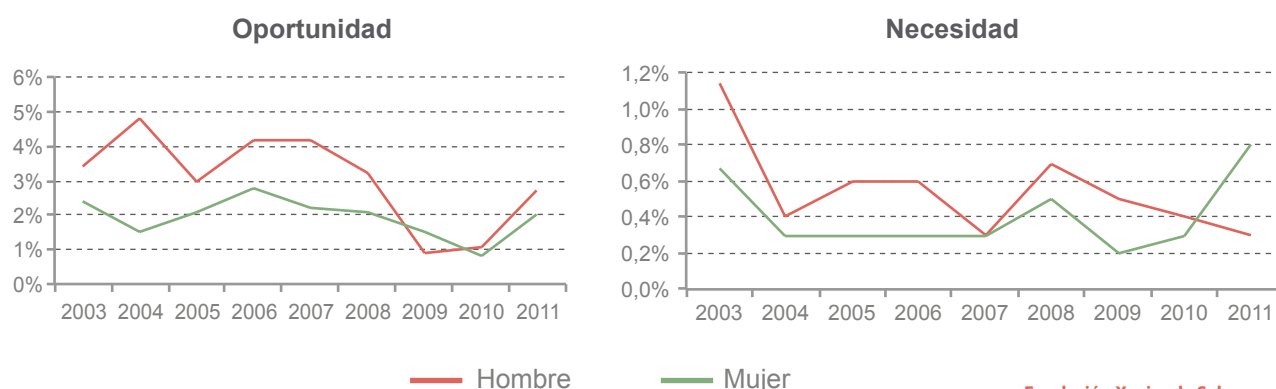
Gráfico 8. Porcentaje de personas que emprenden en función del género y el tipo de motivación. Periodo 2003-2011.



El gráfico 9 muestra la evolución del emprendimiento por oportunidad y por necesidad para el periodo comprendido entre los años 2003 y 2011 para hombres y mujeres. Excepto en el año 2009, las mujeres han creado un menor número de empresas por oportunidad que los hombres, habiéndose reducido significativamente la diferencia porcentual existente en los años anteriores al año 2009. Así mismo, se puede observar un aumento

similar en la creación de empresas por oportunidad en el año 2011 tanto para hombres como para mujeres. En cuanto a la creación de empresas por necesidad, el porcentaje de mujeres que se ven obligadas a emprender también es inferior al de los hombres hasta el año 2010, si bien el porcentaje de hombres que emprenden por necesidad viene disminuyendo desde el año 2008 y el de mujeres comenzó a aumentar a partir del año 2009.

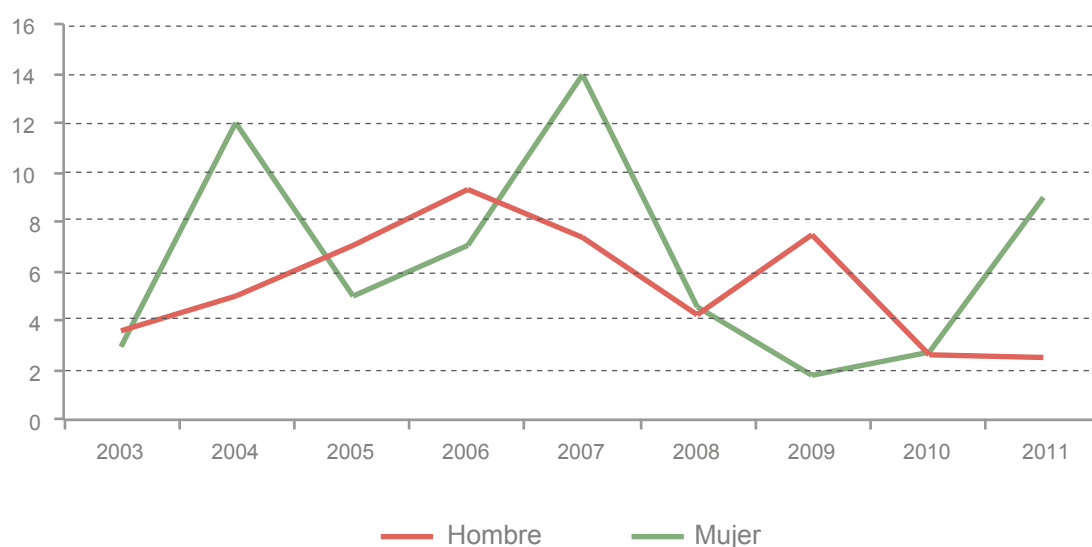
Gráfico 9. Evolución del emprendimiento en función del género y tipo de motivación. Periodo 2003-2011.



El gráfico 10 muestra la calidad del emprendimiento para hombres y mujeres en base al ratio entre empresas creadas por oportunidad y por necesidad. Cuanto mayor sea este ratio, de mayor calidad será el emprendimiento, pues nos indicará que el número de empresas creadas por oportunidad es mucho mayor que el número de empresas creadas por necesidad en un determinado año. Los valores obtenidos tanto para hombres como para mujeres muestran que la calidad del emprendimiento entre los años 2003 y 2011 es un tanto irregular, con aumentos y

descensos significativos tanto para hombres como para mujeres. Es especialmente acentuado el descenso sufrido en la calidad del emprendimiento llevado a cabo por los hombres entre los años 2007 y 2010, años en los que la crisis económica ha originado un aumento de empresas creadas por necesidad. La calidad del emprendimiento femenino aumentó de forma constante en los primeros años analizados, si bien este aumento se vio interrumpido incluso antes del comienzo de la actual crisis económica.

Gráfico 10. Calidad del emprendimiento en función del género. Periodo 2003-2011.



La motivación personal es imprescindible para aprovechar las oportunidades de negocio existentes y convertirlas en nuevas empresas. Esta motivación se encuentra afectada tanto por el deseo de la persona hacia la carrera profesional de empresario o empresaria como por la deseabilidad general o apoyo social que pueda encontrar en su entorno

(si la sociedad valora el emprendimiento como profesión, es más fácil que se transmita el mensaje de su importancia y de las oportunidades que ofrece). La tabla 6 refleja algunos resultados en este sentido. En ellos se pueden apreciar cómo los valores obtenidos son muy similares tanto para hombres como para mujeres.

Tabla 6. Percepción media del emprendimiento. Periodo 2003-2011. (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas).

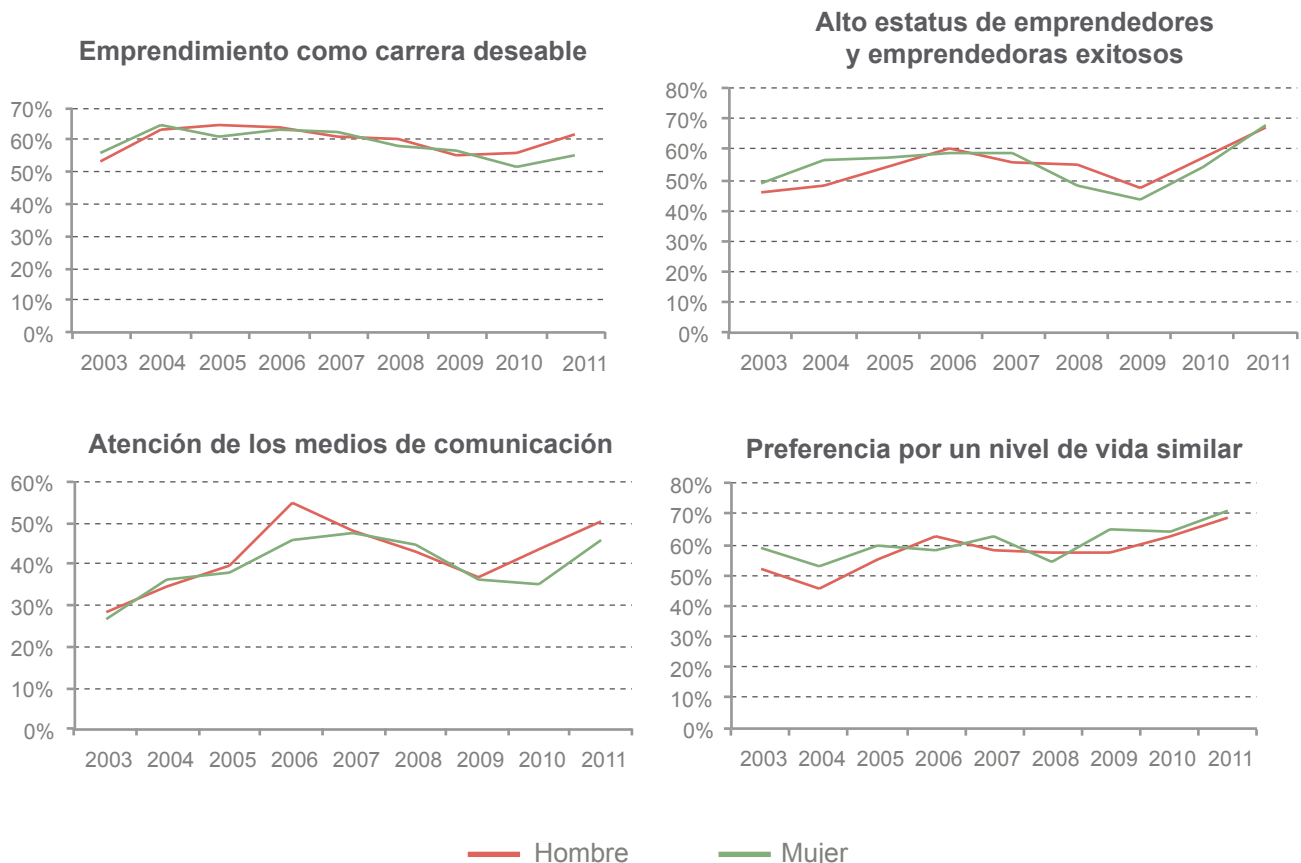
Emprendimiento como opción profesional		Alto estatus de los emprendedores y emprendedoras exitosos		Difusión que los medios de comunicación le dan al emprendimiento		La mayoría de la gente prefiere que todo el mundo tenga un nivel de vida similar	
Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
59,85	58,73	54,63	54,86	42,14	39,60	57,71	60,80

Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional para el 59,85% de los hombres entre los años 2003 y 2011, frente al 58,73% de las mujeres. Igualmente, encontramos valores prácticamente idénticos en el porcentaje de mujeres y de hombres que afirman que triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio les puede permitir lograr un estatus social y económico elevado. El porcentaje de mujeres que piensa que los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en lo referente a noticias relacionadas con emprendedores y emprendedoras de éxito es inferior en 2,54 puntos porcentuales al obtenido para los hombres. Por último, la competitividad, que se considera como un rasgo deseable en función del género del emprendedor. GEM mide la presencia de esta característica entre la población por medio de una selección subjetiva al invitar a sus entrevistados y entrevistadas a escoger sobre la preferencia de una sociedad igualitaria en cuanto a estándares de vida o una que no lo sea; en este sentido, el porcentaje de mujeres que preferiría que todas las personas tuviesen un nivel de vida similar es superior en

apenas 3,09 puntos porcentuales al obtenido para los hombres. Resultado que indica una cierta falta de espíritu competitivo en general, si bien se presenta un poco más acentuado en las mujeres que en los hombres.

En el gráfico 11 se puede apreciar la similitud que existe entre hombres y mujeres en la percepción de los cuatro factores analizados. Se aprecia en los últimos dos o tres años un cambio de tendencia en las percepciones que tanto hombres como mujeres tienen de los emprendedores, pues al estar en plena crisis económica, los emprendedores y las emprendedoras gozan de mayor prestigio y se les presta mayor atención, lo que también implica que un mayor número de personas desee, como se ha mencionado anteriormente, ser empresario ó empresaria, aun cuando esto es, en cierto modo, contradictorio con la preferencia de un nivel de vida similar para toda la sociedad, por cuanto supone para el emprendedor y la emprendedora la asunción del riesgo inherente al emprender un negocio.

Gráfico 11. Evolución de la percepción del emprendimiento. Periodo 2003-2011. (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas).



ASPIRACIONES DE LA MUJER EMPRENDEDORA

Las opiniones o creencias que tienen los agentes económicos acerca del futuro determinan las decisiones económicas. Llamamos “aspiraciones” a ese conjunto de opiniones, que de forma agregada, condicionan la economía. Una vez indicada la importancia capital de las aspiraciones, es fácil entender la razón de que este concepto deba incluirse en cualquier informe económico.

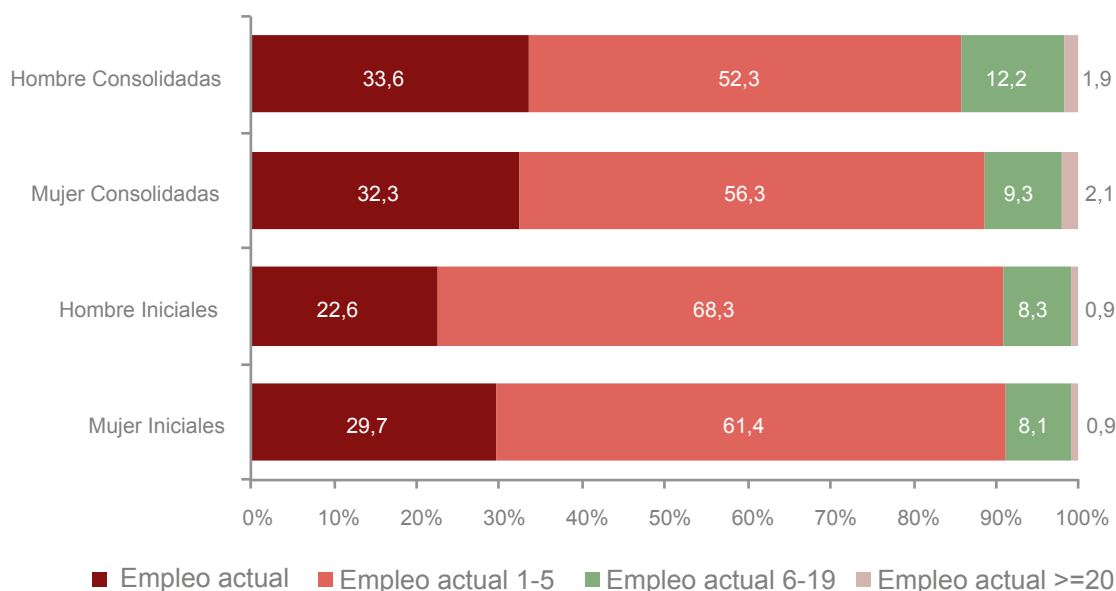
Para estudiar las aspiraciones de la mujer emprendedora, nos apoyamos en dos conceptos. Estos son: el empleo (contratación actual del emprendedor y expectativas futuras de contratación) y la capacidad de competir (medidos por varios indicadores, tal como se indicará posteriormente).

Empleo

Para obtener una visión más detallada, y con el fin de incluir las expectativas, el empleo se analiza desde un doble enfoque: el empleo actual y el empleo futuro. El empleo actual indica la plantilla de la empresa en el momento presente, sin incluir al empresario, siendo el empleo futuro el nivel que espera alcanzar en los próximos 5 años (sin incluir el empresario).

Además de este doble enfoque, nos servimos de la tipología GEM en función de dos de las fases del emprendimiento (empresas iniciales y consolidadas), y también, diferenciamos las empresas en función del número de personas, obteniéndose 4 grupos: empresas sin personal asalariado, empresas de 1 a 5 trabajadores, empresas de 6 a 19 trabajadores, y empresas con 20 trabajadores o más.

Gráfico 12. Número de trabajadores actuales en función del género y según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.



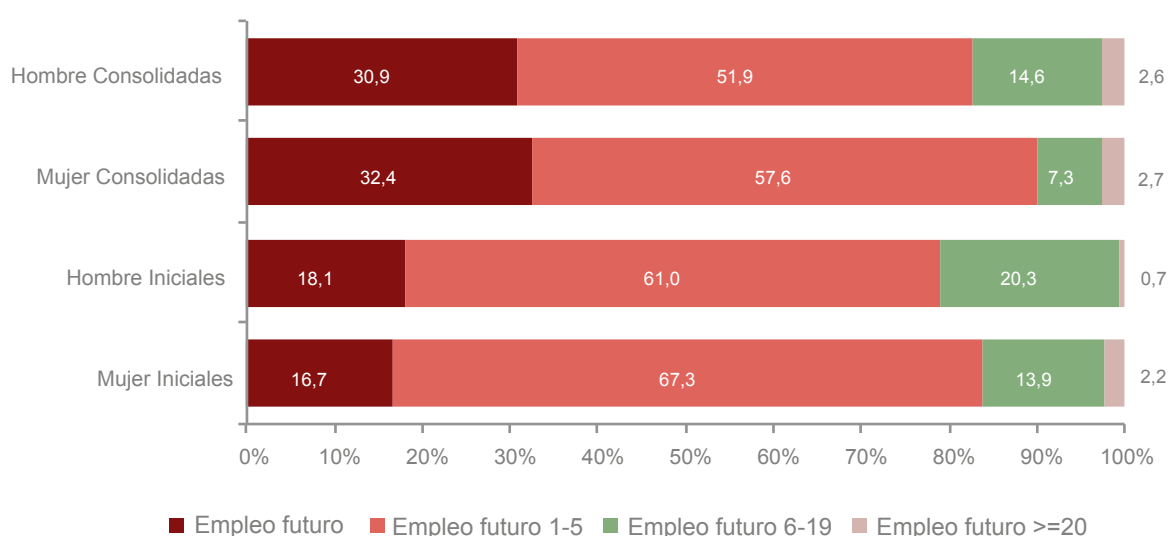
Partiendo del empleo actual, observamos cómo en todas las empresas y géneros predominan las plantillas de entre 1-5 empleados, seguido en importancia de los negocios sin empleados. Los menos relevantes son los negocios de entre 6 y 19 empleados. Por su parte, los casos de empresas

con más de 20 empleados son, proporcionalmente, mínimos. Es decir, podemos indicar la existencia de un patrón común con independencia del sexo, o dicho de otro modo, la inexistencia de patrones significativos en función del sexo respecto a la cantidad de personal que se contrata.

Analicemos entonces, esta afirmación para cada tipo de empresas. En las empresas iniciales, podemos observar leves diferencias, puesto que las mujeres emprendedoras lideran más iniciativas sin ningún empleado (29,7% vs. 22,6%), al tiempo que presentan menos empresas con personal de entre 1-5 empleados (61,4% vs. 68,3%). En el caso de los negocios consolidados, la estructura de la

plantilla es prácticamente similar. A pesar de que las iniciativas masculinas contratan más personal, las diferencias son tan insignificantes que no se puede establecer que el hecho de emprender como mujer u hombre, tenga resultados diferentes en términos de empleo.

Gráfico 13. Número de trabajadores futuros en función del género y según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.



Hemos comentado las similitudes entre hombre y mujer sobre el empleo actual. ¿Se repetirá esta tendencia de cara al futuro? Precisamente es lo que analizaremos en este apartado, la existencia o no de diferencias por género sobre el número de puestos de trabajo que se esperan generar.

Partiendo de las empresas iniciales, observamos que las mujeres esperan establecer plantillas de entre 6 y 19 personas en un 6,4% menos que los hombres, pero sus expectativas son más ambiciosas respecto a las grandes plantillas (2,2% vs. 0,7%).

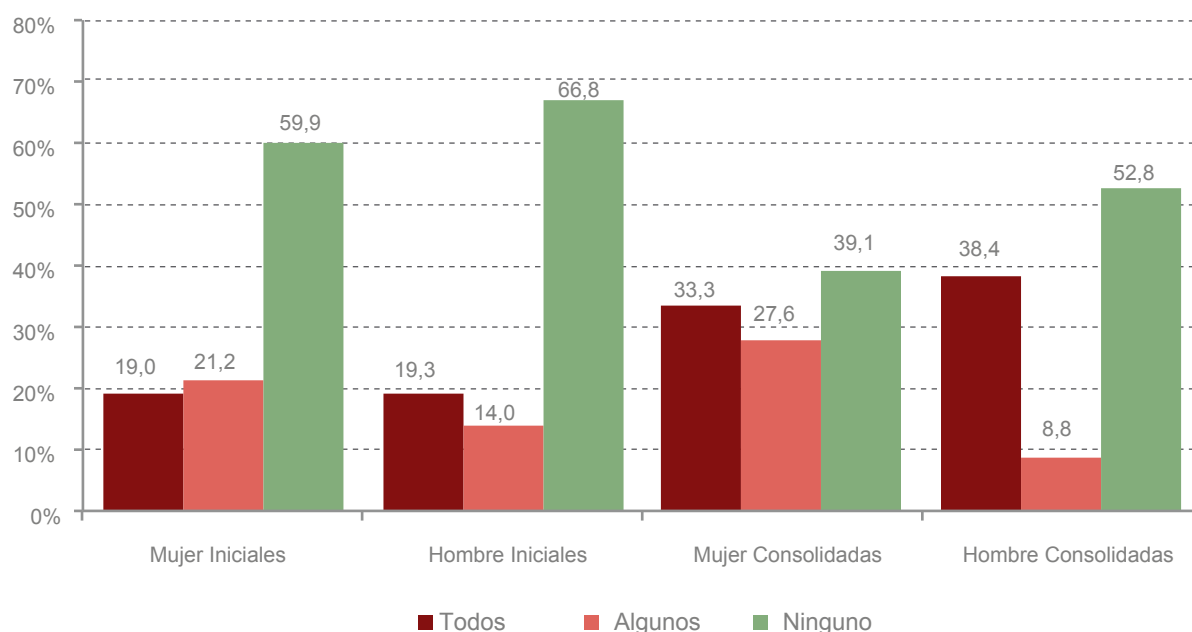
En las empresas consolidadas la distancia que existe entre las plantillas esperadas de entre 6 y 19 se dobla en contra de la mujer (7,3% vs. 14,6%), y las expectativas sobre

grandes plantillas se igualan (2,7% vs. 2,6%). En definitiva, son más las coincidencias en la estructura del empleo esperado que las diferencias, siendo el único dato destacable, la variación en las empresas consolidadas sobre plantillas de entre 6 y 19 personas.

Competitividad

Medimos la capacidad de competir de las empresas (grado de innovación) a través de cuatro aspectos: nuevos productos y servicios, el nivel de competencia esperado, la antigüedad de la tecnología utilizada, y las expectativas de expansión en el mercado. Este análisis también diferencia las empresas iniciales (nacientes y nuevas) y consolidadas.

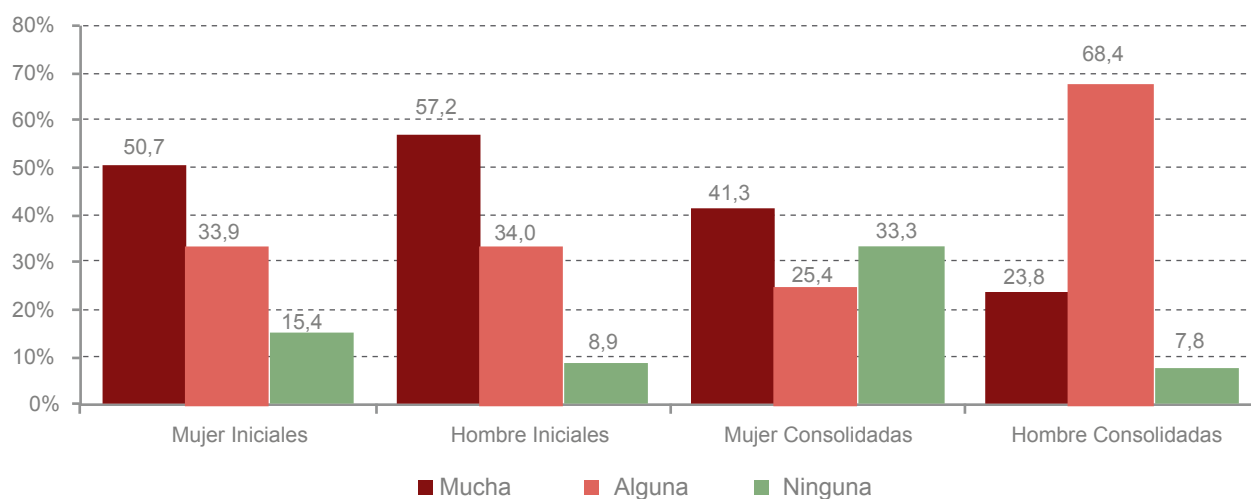
Gráfico 14. Nuevos productos y servicios según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.



Este informe, estudia la capacidad de innovación productiva, como el grado de novedad que suponen los productos de las empresas para sus clientes. Así, pueden ofertarse bienes y servicios completamente innovadores (entendiendo este concepto como que la totalidad de la producción empresarial va ser percibida como nueva), parcialmente innovadora (algunos productos serán percibidos como nuevos), y por último sin innovación productiva (ningún producto ofrecido es nuevo en el mercado).

En las empresas iniciales femeninas, observamos un mayor grado innovación agregado que en las masculinas, ya que el 40,2% de sus iniciativas incluyen parcial o totalmente innovaciones productivas, frente al 33,3% de los hombres. En las empresas consolidadas esta brecha se abre un poco más, puesto que el 60,9% de las empresas femeninas ofertan todos o algunos productos innovadores sobre el 47,2% en el caso masculino.

Gráfico 15. Nivel de competencia esperado según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.



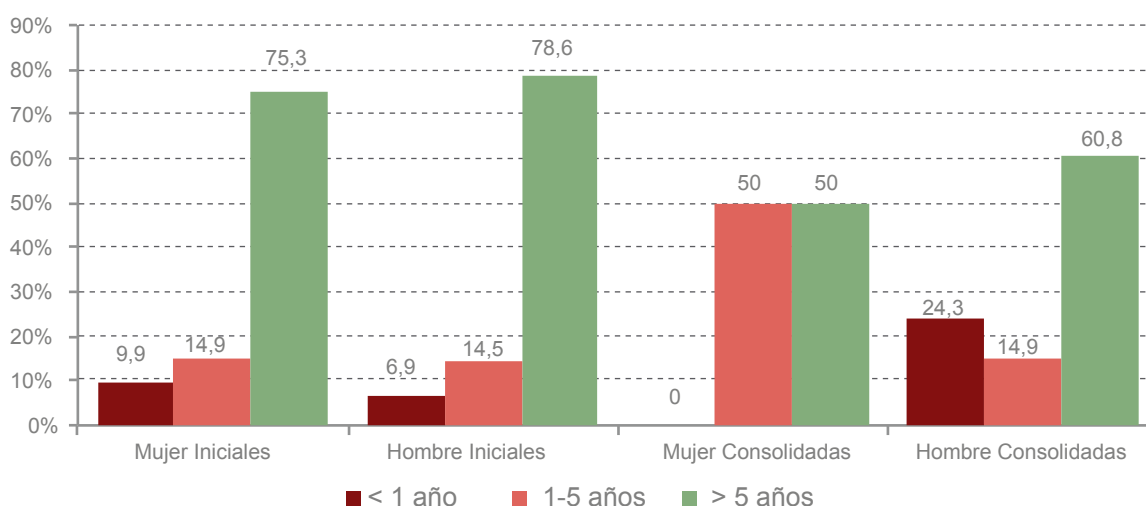
Partiendo de las empresas iniciales, encontramos una distribución cercana entre hombres y mujeres, con una variación de 6,5 puntos entre el porcentaje de empresas que no esperan ninguna competencia. En las consolidadas esta actitud se amplía, puesto que las mujeres esperan menos competencia que los hombres, con diferencias muy acusadas (33,3% vs. 7,8%).

Nuestros datos sugieren que en el comienzo de la vida de las empresas, las mujeres son ligeramente más optimistas que los hombres. Con el paso del tiempo, y una vez que la empresa se consolida, la mujer no sólo se reafirma en sus percepciones, sino que las aumenta, percibiendo menores niveles de competencia en sus negocios que los hombres.

Esta idea se sustenta en que el 66,7% de las mujeres expresan que en sus actividades existe mucha o alguna competencia, frente al 92,2% de los hombres.

Por tanto, este mayor optimismo de la mujer podemos identificarlo también con una visión o capacidad de innovación para establecer y consolidar sus negocios en nichos de mercado que tienen menor nivel de competencia. Mientras que los porcentajes de los hombres que no esperan ninguna competencia apenas varía, incluso disminuye, con el tiempo (8,9% vs. 7,8%), en el caso de las mujeres es justo al contrario, se amplía, pasando a ser más del doble en su fase de consolidación que en las etapas iniciales (15,4% vs. 33,3%).

Gráfico 16. Antigüedad de la tecnología utilizada según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.

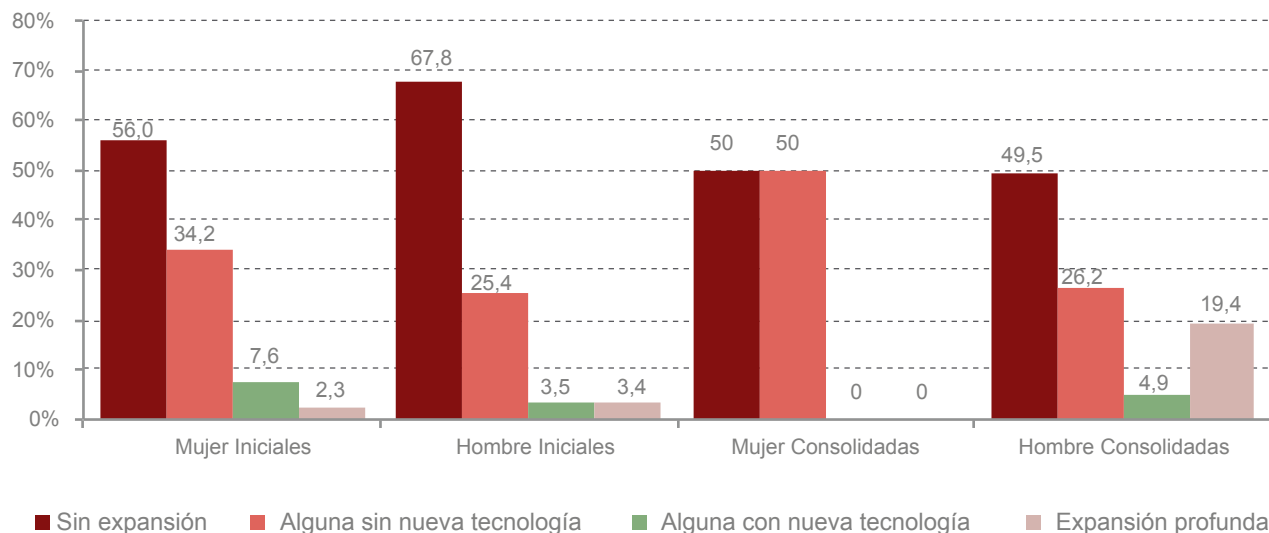


Al igual que en la competencia esperada, al estudiar la tecnología utilizada encontramos similitudes en las fases iniciales de la empresa que se diluyen con el tiempo. Así, las mayores diferencias, aparecen cuando las iniciativas de hombres y mujeres se consolidan.

Tal como se ha expresado, en el momento inicial de un negocio, los procesos productivos utilizados por hombres y mujeres, tienen un grado de innovación aproximado en el uso de tecnología. Pero esta similitud se mitiga cuando los negocios maduran: el 100% de las iniciativas llevadas a cabo por las mujeres utilizan tecnología con más de un año

de antigüedad, mientras que en las generadas por los hombres es el 75,7% el que las utiliza. Hay un porcentaje de un 24,3% de hombres que ha venido utilizando tecnología de última generación. Por tanto, parece que las mujeres dejan de usar esta última tecnología conforme consolidan sus empresas (9,9% vs. 0%), mientras que los hombres incrementan su uso (6,9% vs. 24,3%). En cambio, también hay un porcentaje mayor de actividades consolidadas masculinas frente a las femeninas que no han renovado su tecnología, que tiene más de cinco años de antigüedad (60,8% vs. 50%).

Gráfico 17. Expansión esperada según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.



En las expectativas de expansión del negocio encontramos ciertas diferencias de género. Cuando se comienza un negocio, un 44,1% de las mujeres esperan algún tipo de expansión, mientras que un 32,3% de los hombres son los que esperan un crecimiento. Una vez que las empresas se consolidan, esta diferencia desaparece. La mitad de los hombres y de las mujeres esperan algún tipo de expansión.

No obstante, hay que puntualizar esta afirmación, porque para las mujeres no encontramos casos en los que se aspire a una expansión profunda en el mercado, mientras que los hombres, aparecen un 19,0% de empresas que si cumplen esta aspiración, incluso, casi un 5% espera expandirse con nuevas tecnologías.

CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

Cada vez se está prestando mayor atención por parte de los científicos que tratan de investigar el fenómeno de la creación de empresas a los diferentes factores del entorno sociocultural o institucional que rodean al emprendedor y a la emprendedora, ya que estos factores pueden llegar a ser determinantes en la configuración de la intención emprendedora.

El modelo GEM, desde sus inicios, puso énfasis en la captación de los diversos factores del entorno emprendedor acercándose a expertos y expertas locales que conocieran el hábitat en el que se desenvolvían los emprendedores y las emprendedoras en los diferentes países, para así poder hacer un diagnóstico más certero de las condiciones ambientales más cercanas que favorecían o perjudicaban el proceso emprendedor. Fruto de esto han sido las encuestas personales realizadas a expertos y

expertas residentes en la comunidad autónoma que están relacionados de una manera directa con las diversas condiciones de entorno. Los expertos y las expertas han valorado la realidad de la comunidad en cada uno de los componentes fundamentales que influyen en el emprendimiento. Los resultados, aunque se vienen mostrando como valores bastante estables⁸, deben ser tomados más como medias de tendencia que nos acercan a la realidad medida, que como valores sólidamente constituidos.

Para realizar nuestra aproximación desde el punto de vista del género, cuando ha procedido, hemos separado las opiniones de los expertos mujeres de las de los hombres. Hemos considerado un periodo de análisis de 9 años examinándolo en su conjunto.

⁸ Independientemente de los expertos consultados, los valores medios se han mantenido muy estables en el tiempo, lo que nos demuestra que la fiabilidad de las estimaciones procedentes de la encuesta viene garantizada con el cálculo de las Alfas de Cronbach para cada uno de los bloques que están sustentados por un constructo. Todos los años se realiza el análisis de la fiabilidad y la coherencia de estos valores con muy buenos resultados, lo que refleja acertadamente el estado de las condiciones de entorno, a pesar de la subjetividad de las respuestas. Para el caso extremeño, el periodo 2003-2011, la media de todos los valores de las Alfas de Cronbach es de 0,920, lo que garantiza la validez de los bloques de preguntas y su coherencia interna en la inmensa mayoría de los casos, pues el valor de referencia a partir del cual comenzarían a considerarse poco fiables es igual o menor a 0,5.

Las condiciones de entorno analizadas han sido:

Acceso a financiación	Infraestruct. comercial y servicios	Apoyo instit. y dcho. intelectual
Políticas gubernamentales	Apertura del mercado interior	Apoyo a la mujer emprendedora
Programas gubernamentales	Acceso a infraestructura física	Fomento del alto crecimiento
Educación y formación	Normas sociales y culturales	Interés por la innovación
Transferencia tecnológica e I+D		

En un primer lugar, analizamos la valoración global de los expertos sobre la situación de las condiciones específicas para emprender en Extremadura desde el punto de vista del género, lo que nos ofrece una visión general del entorno en el periodo 2003-2011. El gráfico 18, nos

muestra las diferentes condiciones del entorno que reflejan las perspectivas de unos/as expertos/as y otros/as sobre la situación del contexto general durante los nueve años del análisis. En un vistazo rápido sobre el gráfico, observamos que las expertas tienen una visión más

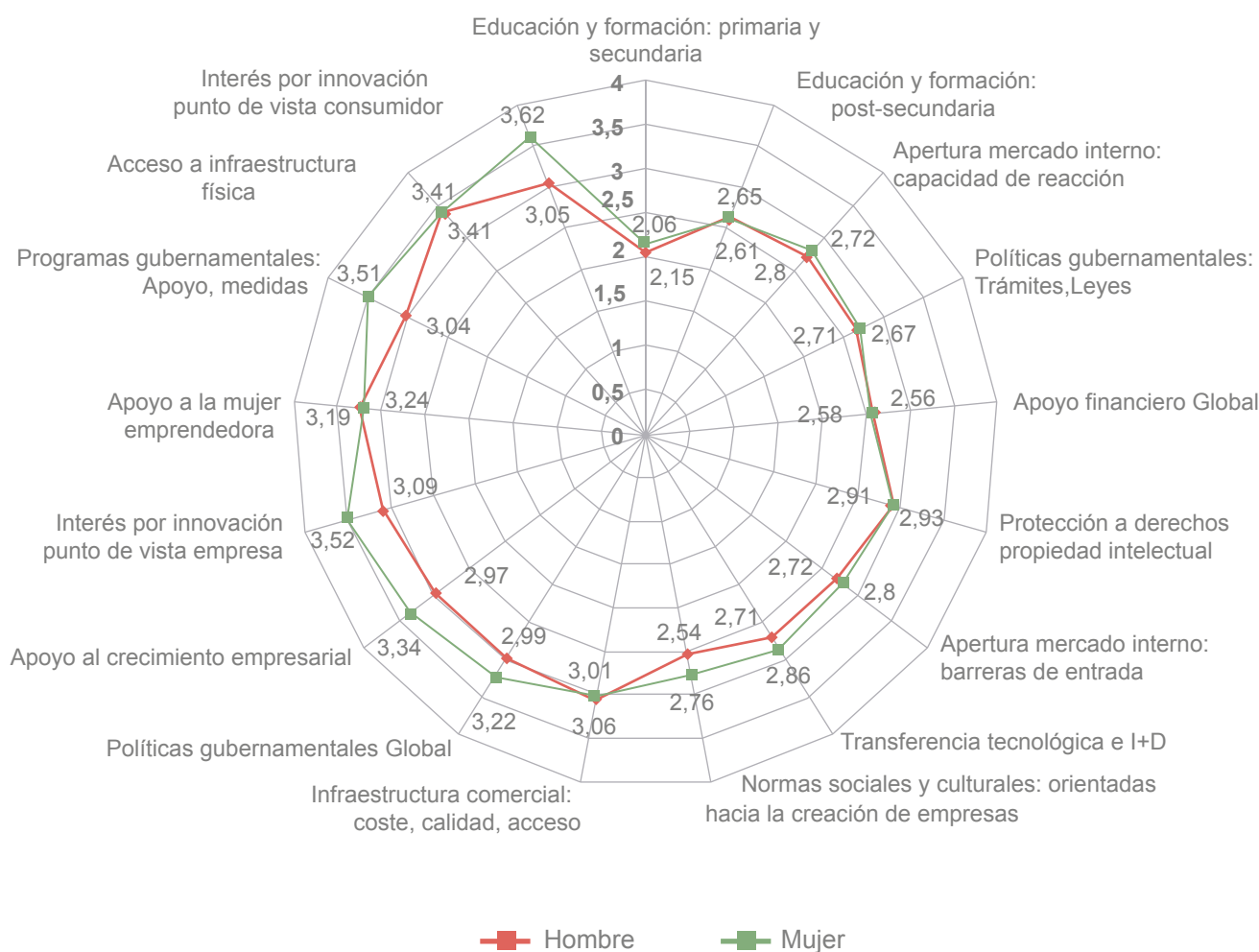
positiva que los expertos sobre las condiciones del entorno. Sus valoraciones superan a la de los hombres en once ítems, la igualan en uno y son menores en cinco de ellos. Para la mujer, ocho de las condiciones de entorno superan el valor medio de tres, mientras que nueve de ellas no llegan a él. Los expertos, por su parte, aprueban sólo a seis, mientras que suspenden a los otros once campos analizados.

Entre los valores claramente positivos encontramos el interés por la innovación, ya sea por parte del consumidor o de las empresas, el acceso a la infraestructura física, el

marco general de apoyo y medidas de políticas y programas gubernamentales, el apoyo a la mujer emprendedora y la infraestructura comercial y profesional.

Entre los factores con valoraciones claramente negativas se encuentra la educación y formación en todos sus niveles, la apertura del mercado interno, en cuanto a su dinámica y sus barreras de entrada, las políticas gubernamentales en cuanto a su respuesta frente a la burocracia, el apoyo financiero al emprendedor, la transferencia tecnológica de I+D y las normas sociales y culturales que pueden favorecer el emprendimiento.

Gráfico 18. Valoración media en función del género de las condiciones específicas del entorno. Periodo 2003-2011.



Como podemos observar, no hay grandes diferencias de género en once de los ítems analizados, pero sí es significativa la diferencia de seis de ellos. Las expertas valoran de forma más positiva el interés por la innovación, ya sea por parte del consumidor o de las empresas, las políticas y programas gubernamentales, el apoyo al crecimiento empresarial o las normas sociales y culturales para la creación de empresas, aunque en este último caso sin llegar a aprobarlas.

El estado actual del entorno para el emprendimiento femenino

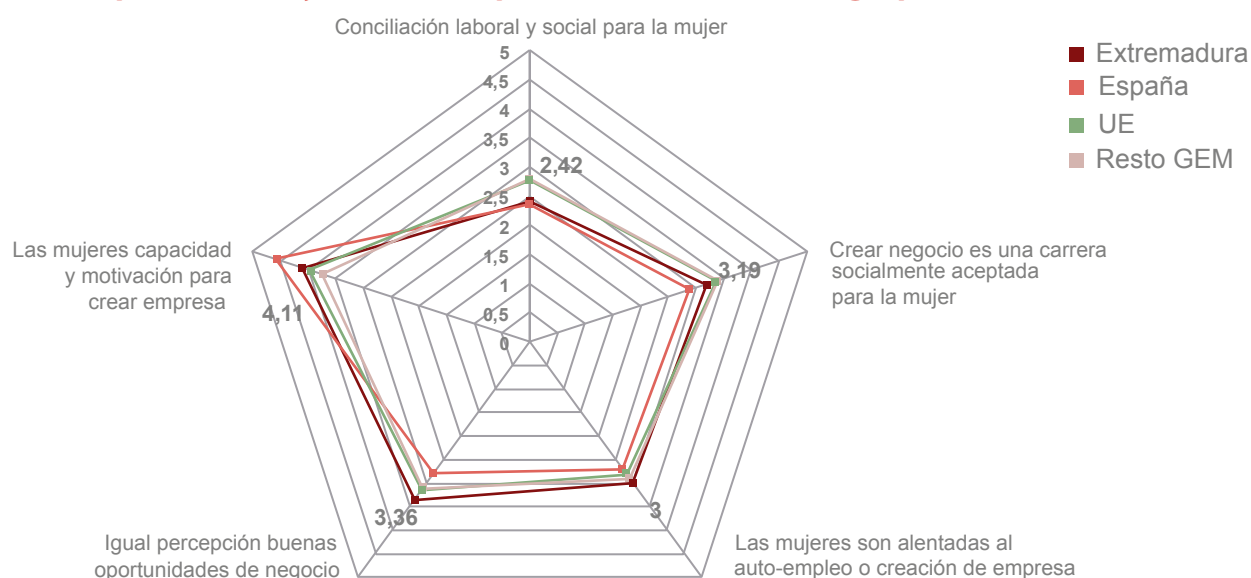
Para completar la información dada por los expertos extremeños acerca de las condiciones para emprender en la región, vamos a comparar cinco de los aspectos del emprendimiento femenino con el resto de España, de la Unión Europea y de los países GEM del mismo grupo económico que España.

Como podemos observar, la valoración media de los expertos extremeños y las expertas extremeñas acerca de estas cinco componentes del entorno para el emprendimiento femenino es superior a la del resto de los expertos entrevistados en dos de ellas: la que hace referencia a la igualdad de percepción de buenas oportunidades y la del fomento del autoempleo

femenino. De las otras tres componentes, dos tienen valoraciones positivas y una negativa, aunque todas están en línea con las de España, de la Unión Europea y del resto de los países GEM de nuestro ámbito económico. Esto nos indica que en general existe una situación favorable para que la mujer tome iniciativas emprendedoras en la región, ya que el entorno extremeño favorece más que perjudica el emprendimiento femenino.

Independientemente del balance general positivo de la comparación con otros entornos, es destacable la valoración acerca de la capacidad y motivación que tienen las mujeres extremeñas para afrontar la creación de una empresa propia, ya que no se encuentra muy lejos de la máxima calificación de cinco. También son positivas, aunque mejorables, el que las mujeres tengan igual acceso que los hombres a buenas oportunidades o que cada vez sea más socialmente aceptado que la mujer opte por ser empresaria. Con una valoración neutra, y por tanto susceptible de mayor mejora, el que se fomente el autoempleo femenino. En cambio, aún tiene una valoración negativa, al igual que en el resto de los entornos, la que hace referencia a la conciliación de la vida laboral y social de las mujeres, haciéndose necesario que existan más servicios sociales para que éstas puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.

Gráfico 19. Contexto del emprendimiento femenino 2011. Posición de Extremadura frente a España, a la UE y resto de los países GEM de su mismo grupo económico⁹.



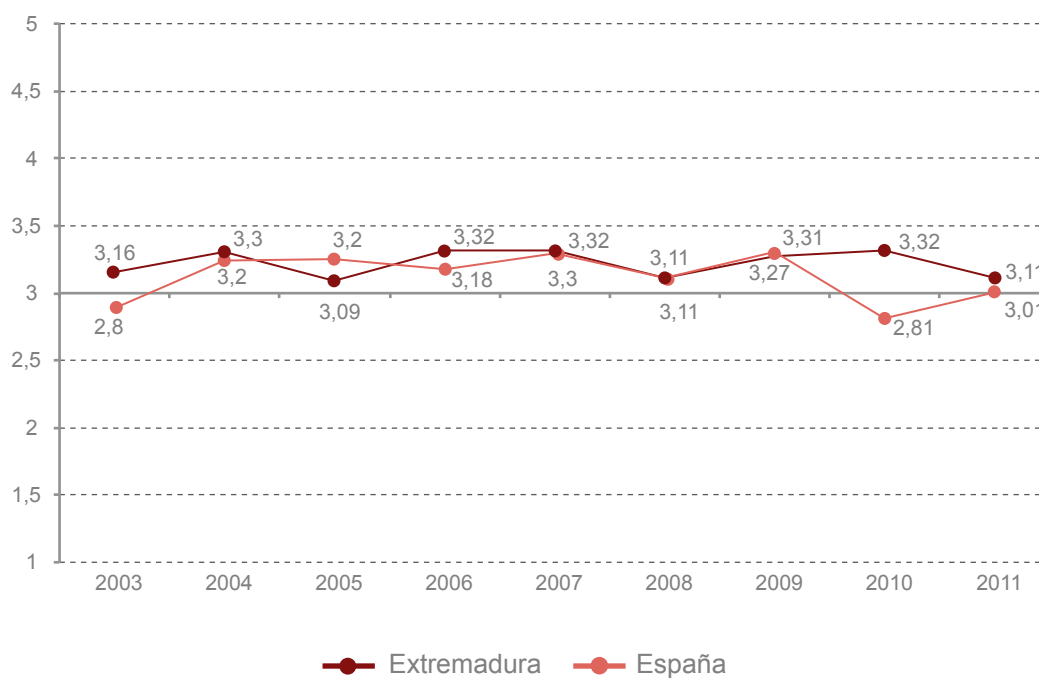
⁹ Los valores que aparecen en el gráfico son los de Extremadura.

Apoyo a la mujer emprendedora

Profundizando aún más en cada uno de los componentes del entorno que apoyan el emprendimiento femenino, vamos a ver la evolución que éstos han seguido durante los

últimos nueve años. El gráfico 20 nos muestra la evolución general que ha seguido el apoyo a la mujer emprendedora desde 2003.

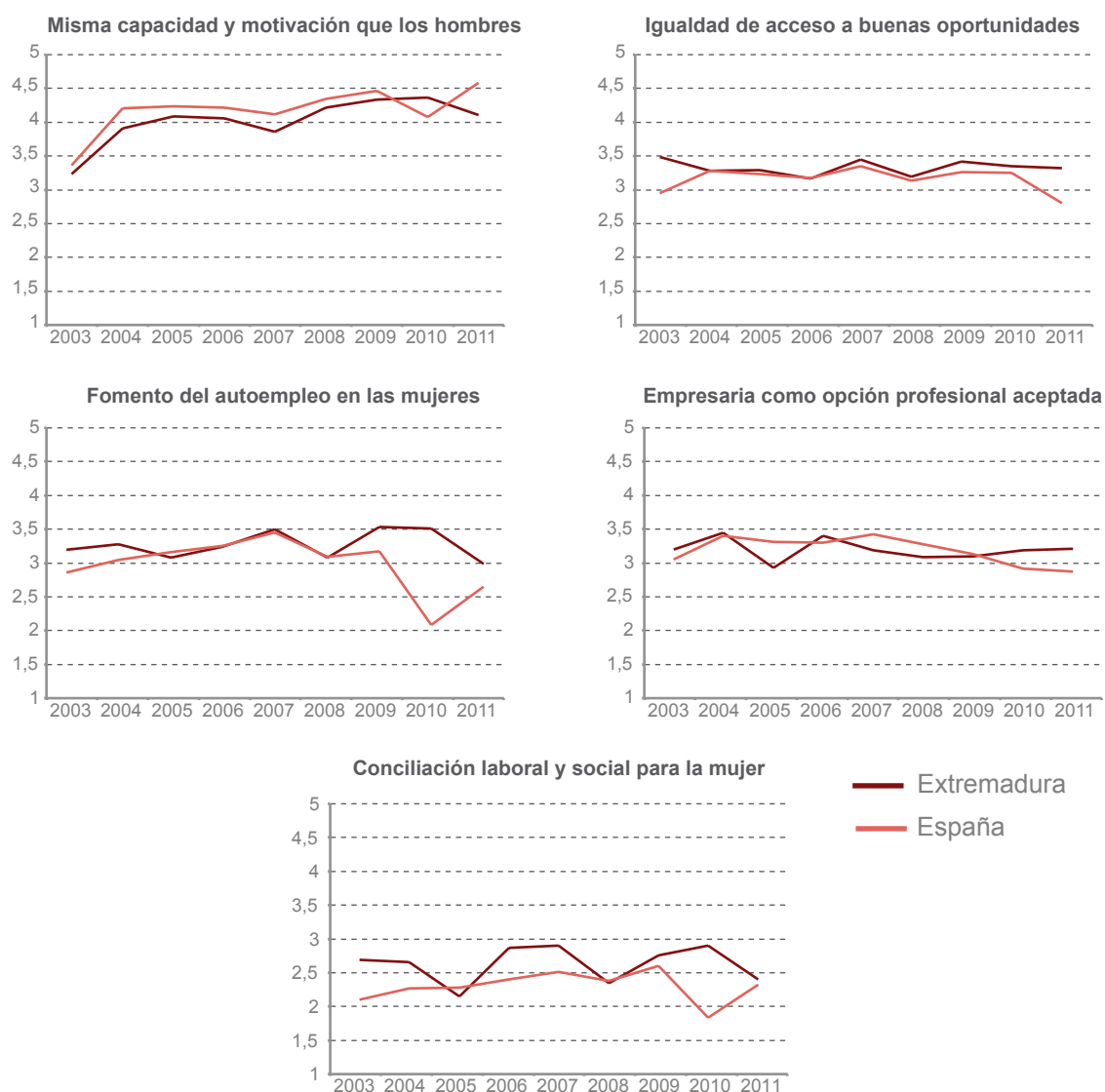
Gráfico 20. Apoyo a la mujer emprendedora. Valores medios 2003-2011.



En general, el apoyo a la mujer emprendedora ha sido muy parejo en España y Extremadura, aunque muy ligeramente superior en esta última. Y casi todos los años con valores positivos o superiores a tres, que podemos considerarlo como valor neutral. Esto nos indica que, aunque en general se está prestando atención a este tema entre los relacionados con la creación de empresas, aún es necesario hacer mayor hincapié en ciertos aspectos del entorno femenino.

El gráfico 21 nos presenta la evolución de los distintos ítems del apoyo prestado a la mujer emprendedora durante los años del estudio. Su análisis nos muestra cómo en España en general, las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades que los hombres para la creación de empresas. Este nivel ha ido creciendo en los últimos años hasta situarse en un nivel sobresaliente.

Gráfico 21. Evolución de los valores de apoyo a la mujer emprendedora. Periodo 2003-2011.



Además, en España y Extremadura, tanto la aceptación social de la empresaria como la igualdad de acceso para ambos sexos a buenas oportunidades empresariales, han mantenido unos niveles similares y aceptables por encima de tres. Aunque en el caso de Extremadura, los valores medios para la igualdad de oportunidades son mayores que los de España (3,36 vs. 3,18). En el caso del fomento del autoempleo femenino los valores también se han mantenido por encima de tres, aunque en el caso de España, a partir de 2007 han ido zigzagueando hasta situar su valor medio en 2,99 para todo el periodo.

La visión del gráfico que nos muestra la evolución sobre la conciliación laboral y social de las mujeres nos desvela su situación negativa en los años analizados, por debajo de lo admisible, y peor en España que en Extremadura.

Por último, queremos hacer notar que, excepto para las valoraciones que se refieren a la capacidad y habilidades de las mujeres para el emprendimiento, en el resto de los campos, se observa un retroceso de todas ellas en España a partir del comienzo de la crisis económica, llegando a valores incluso negativos en los últimos años. Extremadura, por su parte, parece aguantar mejor la

situación, dándose en este tiempo las diferencias mayores con los valores nacionales.

Factores de freno e impulso y recomendaciones

La tabla 7 nos muestra en porcentaje, el número de veces que en el periodo analizado las expertas extremeñas y expertos extremeños mencionan una determinada condición de entorno como freno o impulso de la actividad emprendedora. Respecto a los integrantes de freno, podemos decir que la opinión de mujeres y hombres es bastante similar. Así, las normas sociales y culturales, el apoyo financiero, las políticas gubernamentales, el clima

económico o el acceso a la infraestructura física son los principales factores que están limitando la aparición y el desarrollo de nuevas empresas. Más o menos la prelación en el ranking de sus obstáculos coinciden, aunque no en algunos de ellos y en el número de veces que ha sido citado por unos y otros. Así, las expertas dan más importancia a las normas sociales y culturales (66,70% vs. 50,20%), mientras que los expertos ponen un mayor énfasis en las políticas gubernamentales (28,20% vs. 40,30%), el acceso a la infraestructura física (14,10% vs. 21,80%) o el contexto político, institucional y social (3,80% vs. 11,90%).

Tabla 7. Factores de freno e impulso de la actividad emprendedora según el género. Periodo 2003-2011.

FACTORES DE FRENO

Ranking	MUJER	% de la Tabla	Ranking	HOMBRE	% de la Tabla
1	Normas Sociales y Culturales	66,70%	1	Normas sociales y culturales	50,20%
2	Apoyo financiero	47,40%	2	Apoyo financiero	44,90%
3	Políticas Gubernamentales	28,20%	3	Políticas Gubernamentales	40,30%
4	Clima Económico	20,50%	4	Acceso a Infraestructura Física	21,80%
5	Educación y Formación	15,40%	5	Clima Económico	18,10%
6	Programas Gubernamentales	15,40%	6	Educación y Formación	17,70%
7	Capacidad para crear empresas	14,10%	7	Programas Gubernamentales	15,20%
8	Acceso a Infraestructura Física	14,10%	8	Capacidad para emprender	14,00%
9	Apertura al Mercado	9,00%	9	Contexto Político, Institucional y Social	11,90%
10	Composición población percibida	6,40%	10	Apertura al Mercado	11,10%
11	Transferencia de I+D	6,40%	11	Composición población percibida	9,90%
12	Contexto Político, Institucional y Social	3,80%	12	Transferencia de I+D	4,90%
13	Fuerza Laboral	3,80%	13	Fuerza laboral	3,70%
14	Infraestructura Profesional y Comercial	0,00%	14	Infraestructura Profesional y Comercial	2,90%

FACTORES DE IMPULSO

Ranking	MUJER	% de la Tabla	Ranking	HOMBRE	% de la Tabla
1	Programas Gubernamentales	66,70%	1	Políticas Gubernamentales	42,30%
2	Políticas Gubernamentales	32,10%	2	Programas Gubernamentales	34,40%
3	Clima Económico	26,90%	3	Clima Económico	29,90%
4	Apoyo financiero	25,60%	4	Acceso a Infraestructura Física	26,10%
5	Acceso a Infraestructura Física	20,50%	5	Educación y Formación	25,30%
6	Educación y Formación	20,50%	6	Apertura al Mercado	20,70%
7	Transferencia de I+D	14,10%	7	Normas Sociales y Culturales	18,70%
8	Capacidad para crear empresas	12,80%	8	Apoyo financiero	17,00%
9	Infraestructura Profesional y Comercial	11,50%	9	Transferencia de I+D	12,40%
10	Apertura al Mercado	10,30%	10	Capacidad para emprender	12,00%
11	Contexto Político, Institucional y Social	7,70%	11	Contexto Político, Institucional y Social	11,20%
12	Normas Sociales y Culturales	7,70%	12	Composición población percibida	5,80%
13	Composición población percibida	1,30%	13	Infraestructura Profesional y Comercial	5,00%
14	Fuerza laboral	0,00%	14	Fuerza laboral	0,40%

En cuanto a los factores de impulso, encontramos algunas diferencias más entre mujeres y hombres, tanto en el orden de influencia como en el porcentaje de respuestas acumulado para el mismo factor. Las políticas y programas gubernamentales y el clima económico, son los más citados por ambos, aunque también encontramos algún contraste en ellos. Las expertas valoran que están impulsando más la actividad emprendedora los programas gubernamentales (66,70% vs. 34,40%), el apoyo financiero (25,60% vs. 17%) o la infraestructura profesional y comercial (11,50% vs. 5%). Por su parte, los expertos destacan más el impacto de las políticas públicas (32,10% vs. 42,30%), el acceso a la infraestructura física (20,50% vs. 26,10%), la educación y formación emprendedora (20,50% vs. 25,30%), la apertura del mercado (10,30% vs. 20,70%), las normas sociales y culturales (7,70% vs. 18,70%), o el contexto político, institucional y social en el que se desenvuelve el emprendedor (7,70% vs. 11,20%).

Por otro lado, los expertos y las expertas también nos ofrecen diferentes medidas o recomendaciones que pueden tomarse para incrementar la actividad emprendedora en la comunidad autónoma. Como observamos en la tabla 8, tanto hombres como mujeres apuestan por las mismas recomendaciones en sus seis primeros lugares, como son la educación y formación emprendedora, las políticas y programas gubernamentales, el apoyo financiero, las normas sociales y culturales o el acceso a la infraestructura física. Incluso en casi todos sus casos con similares porcentajes. No obstante, las expertas parecen inclinarse más por la influencia que pueden tener los programas de apoyo al emprendedor (44,90% vs. 28,40%), o por el cambio en la cultura y valores sociales hacia el emprendimiento (26,90% vs. 21,40%). Los expertos por su parte, además de las ya mencionadas, se decantan también por fomentar la transferencia tecnológica hacia las empresas (9% vs. 14,40%) o la apertura del mercado de bienes y servicios (3,80% vs. 9,50%).

Tabla 8. Recomendaciones según el género. Periodo 2003-2011.

RECOMENDACIONES					
Ranking	MUJER	% de la Tabla	Ranking	HOMBRE	% de la Tabla
1	Educación y Formación	55,10%	1	Educación y Formación	53,10%
2	Programas Gubernamentales	44,90%	2	Políticas Gubernamentales	46,50%
3	Políticas Gubernamentales	43,60%	3	Apoyo financiero	34,60%
4	Apoyo financiero	35,90%	4	Programas Gubernamentales	28,40%
5	Normas Sociales y Culturales	26,90%	5	Normas Sociales y Culturales	21,40%
6	Acceso a Infraestructura Física	14,10%	6	Acceso a Infraestructura Física	17,30%
7	Capacidad para crear empresas	11,50%	7	Transferencia de I+D	14,40%
8	Infraestructura Profesional y Comercial	10,30%	8	Contexto Político, Institucional y Social	11,10%
9	Contexto Político, Institucional y Social	9,00%	9	Apertura al Mercado	9,50%
10	Transferencia de I+D	9,00%	10	Capacidad para emprender	9,10%
11	Apertura al Mercado	3,80%	11	Infraestructura Profesional y Comercial	7,40%
12	Composición población percibida	0,00%	12	Composición población percibida	2,50%
13	Fuerza laboral	0,00%	13	Clima Económico	1,60%
14	Clima Económico	0,00%	14	Fuerza laboral	0,80%

En definitiva, para fomentar la actividad emprendedora los expertos, ya sean mujeres u hombres, creen en la educación y formación del espíritu empresarial en todos los niveles educativos, en las capacidades específicas para crear empresas, en la cultura emprendedora y el valor del empresario en la sociedad en un contexto político, institucional y social que favorezca el emprendimiento.

Además, estiman que deben existir las infraestructuras físicas, profesionales y comerciales en las que el emprendedor se pueda apoyar, así como políticas y programas gubernamentales de calidad que graviten sobre el proceso emprendedor, que debe ser apoyado con recursos financieros de todo tipo.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como comentábamos en la introducción del primer capítulo, los profundos cambios sociales que se han venido desarrollando en la sociedad en los últimos tiempos, ha permitido la incorporación de la mujer a la actividad empresarial, llegando a acceder a puestos de trabajo impensables en décadas anteriores (Kirkwood, 2007). Cambios en los que ha jugado un papel muy importante el mayor número de familias, la reducción de su tamaño, el incremento de la esperanza de vida de la población, el aumento del número de divorcios, del número de hogares con dos miembros trabajando, las bajas tasas de fertilidad, etc. (Bliss & Garratt, 2001; Thurik et al., 2002; Gómez & Martí, 2004; McClelland & Swail, 2005). Por tanto, está claro que con el paso del tiempo, el área de la mujer emprendedora es una cuestión a solucionar y posicionar dentro del ámbito empresarial (Nelson & Levesque, 2007).

Extremadura no es ajena a este problema, ya que el número de mujeres que se ha involucrado en actividades de creación de empresas durante el periodo analizado ha sido de 151.659 frente a 227.268 hombres, lo cual supone que por cada hombre que ha estado implicado en iniciativas emprendedoras, ha habido 0,73 mujeres involucradas en las mismas. Esto manifiesta que la actividad emprendedora extremeña, al igual que sucede en el ámbito nacional, ha tenido un carácter marcadamente masculino, ya que los hombres han protagonizado el 59,06% de las iniciativas emprendedoras, frente al 40,94% de las mujeres. En el caso de España, la diferencia es aún más acusada (63,02% vs. 36,98%).

Así pues, en Extremadura, la tasa media de actividad emprendedora femenina ha sido en los últimos nueve años del 5,11%, frente al 7,57% de la tasa media masculina. No obstante, las iniciativas de los hombres se han visto más afectadas por la crisis, ya que su tasa emprendedora media después del comienzo de ésta ha descendido casi un 47% frente al 21,59% que lo ha hecho la de la mujer. Esto ha provocado que las diferencias entre las dos tasas sean bastante menores desde el 2008 para acá (5,09% vs. 4,43%), lo que nos indica que la crisis ha afectado más a la actividad emprendedora masculina en la región, que ha mostrado una mayor sensibilidad y/o debilidad para resistir ante las condiciones de recesión económica. El análisis de la calidad del emprendimiento (ratio entre empresas creadas por oportunidad y por necesidad) en este periodo parece

corroborar esto, ya que es especialmente acentuado el descenso sufrido en la calidad del emprendimiento llevado a cabo por los hombres entre los años 2007 y 2010, años en los que la crisis económica ha originado un aumento de empresas creadas por necesidad.

La evolución en España, confirma esta tendencia de una mayor actividad empresarial masculina (7,73% vs. 4,43%) durante el periodo analizado, aunque a nivel nacional no se ha producido este acercamiento tan palpable de ambas tasas debida a la crisis económica (6,74% vs. 4,39%), ya que las iniciativas lideradas por hombres han descendido casi un 21% frente a un escaso 1,57% de decrecimiento de la actividad femenina, que ha mostrado una mayor resistencia en estos años.

El mayor porcentaje de actividad emprendedora por parte de las mujeres extremeñas se ha venido dando durante los años del estudio en las zonas rurales frente a las urbanas (5,43% vs. 4,66%), en la provincia de Cáceres frente a la de Badajoz (5,43% vs. 4,44%), y preferentemente, en las áreas de la zona norte de Cáceres (5,73%) y la de Barros en Badajoz (5,24%). En esta puesta en marcha de nuevas actividades empresariales, la oportunidad ha estado guiando la mayor parte de las iniciativas, tanto en los hombres como en las mujeres (3,06% vs. 1,93%), aunque en menor medida en estas últimas. No obstante, cuando emprendieron por necesidad, sus porcentajes no difirieron tanto de los obtenidos por los hombres (0,55% vs. 0,41%). Con la llegada de la crisis económica los hombres han emprendido menos por oportunidad y necesidad (un 49,49% y un 21,31%), mientras que las mujeres han iniciado un 27,27% menos actividades empresariales por oportunidad y un 21,62% más motivadas en la necesidad. Esto ha hecho que sus tasas por necesidad en el periodo 2008-2011 se igualen (0,48% vs. 0,45%), siendo ligerísimamente superior a la mujer.

En general, durante el periodo 2003-2011, el ratio de calidad del emprendimiento medio femenino y masculino ha sido muy similar (5,45 vs. 5,57). Durante la época de bonanza económica la diferencia era apreciable a favor del hombre (8,44 vs. 6,44), pero con la llegada de la crisis ambos ratios se han igualado (4,53 vs. 4,22), lo que nos indica un empeoramiento general de la calidad de las iniciativas llevadas a cabo por ambos géneros, especialmente en el caso de los hombres. Ante esta situación, y teniendo en cuenta la

opinión de todos los expertos, ya sean hombres o mujeres, que destacan a las políticas y programas gubernamentales entre los principales factores de freno a la actividad emprendedora, parece necesario crear y/o fortalecer programas de ayuda a los emprendedores y las emprendedoras que les ayuden, tanto con medidas económicas como no económicas (formación y diseño de planes de negocio, asesoramiento, consultoría, tutorización, etc.), que otorguen más posibilidades de supervivencia a las nuevas iniciativas, y en particular, a estos emprendimientos precarios que surgen en los últimos años debidos a la necesidad. Por tanto, parece evidente la necesidad de fortalecer el emprendimiento femenino que aún es minoritario con respecto al masculino, especialmente en el ámbito rural, por lo que se hacen obligatorios programas específicos destinados a este grupo objetivo que tengan en cuenta sus propias necesidades vitales. Pero también, es imprescindible recuperar y aumentar las tasas de emprendimiento masculino que se han visto más afectadas por la situación económica desfavorable.

El emprendimiento femenino en Extremadura se ha llevado a cabo fundamentalmente por mujeres de origen español, que aunque tienen una edad media de 39,91 años, en casi un 83% de los casos se sitúan en una horquilla de edad entre 25 y 54 años, frente al 78,73% de los hombres, que tienen una amplitud de edad en la creación de iniciativas algo mayor. Prevalece el emprendimiento por parte de universitarias (36,90%), aunque casi un 60% de las nuevas actividades son llevadas a cabo por mujeres con estudios primarios (30,42%) o secundarios (29,11%). El 65,44% de las emprendedoras tiene un nivel de renta medio o bajo frente al 55,11% de sus homólogos hombres. Viven en un hogar de 3 personas y el 96,65% trabajaban a tiempo completo o parcial antes de crear su empresa. Sólo el 3,05% no trabajaba, lo cual nos debe hacer recapacitar sobre los segmentos de “públicos objetivos” a los que deben ir dirigidos las políticas y programas públicos de emprendimiento. Programas que formen en capacidades emprendedoras, que eleven el nivel formativo de la población emprendedora en temas empresariales, podrían ser positivos para la aparición y el desarrollo de nuevas empresas.

En el 53,74% de los casos las nuevas empresas lideradas por mujeres se crean sin socios, frente al 56% de las llevadas a cabo por hombres, invirtiendo en sectores orientados al consumidor (54,63%) o de transformación (24,31%), como la venta al detalle, la restauración, la hostelería, los servicios al consumidor, enseñanza, salud, servicios sociales, sector manufacturero, transporte, construcción, venta al mayor o

comunicaciones. Con los años de vida empresarial, esta tendencia se acentúa, incluso entre los que formaron la empresa con otros, ya que hay más empresas con un solo propietario, ya sean hombres o mujeres, y menos con dos, tres, cuatro o cinco socios. En general, la mujer constituye menos empresas sola pero mantiene a sus socios en mayor medida que el hombre (35,87% vs. 27,19%) cuando la empresa se ha consolidado. Quizás tenga que ver en ello los valores culturales de unos y otros o el mayor miedo al fracaso por parte de la mujer.

Las emprendedoras extremeñas han tenido que acudir a la financiación ajena en algo más del 48% de los casos para conseguir los 32.717€, que han necesitado para montar su negocio durante la etapa 2003-2011, ya que aproximadamente el 52% del mismo, es decir 16.937€, lo han puesto ellas mismas. Con la crisis económica la situación ha variado notablemente. Si antes de producirse ésta eran capaces de crear su empresa con un capital medio de 40.492,50€, de los que solían poner unos 19.489,34€, es decir, el 48%, con la llegada de la recesión económica el capital medio del periodo ha sido de 18.333,33€, poniendo casi su totalidad, aproximadamente 14.583,33€. Es decir, que una vez comenzada la crisis, las emprendedoras extremeñas llevan a cabo iniciativas que necesitan menos de la mitad del capital, y aunque aportan un 25% menos que antes, esto representa casi el 80% de lo que necesitan. En definitiva, iniciativas más pobres y cubiertas en una gran parte por capital propio, dado que el acceso a la financiación externa es prácticamente nula. Parte de este capital que aportan lo han venido consiguiendo a través de familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc., que han actuado como inversores informales no profesionales, aportando de media unos 14.925€ en el caso de la mujer inversora frente a los 13.350€ del inversor informal hombre. Antes del comienzo de la crisis, el perfil del inversor informal era el de un hombre de aproximadamente unos 45 años que invertía 10.813€ de media, mientras que una vez comenzada la crisis económica el perfil cambia, encontrándonos con una mujer inversora de unos 43 años de edad y que invierte de media unos 8.031€.

El apoyo financiero al emprendedor, especificado por los expertos y expertas como una de sus principales recomendaciones para incentivar la iniciativa empresarial, aún más después del comienzo de la crisis económica, es un factor fundamental para el inicio y desarrollo de las nuevas empresas. Sin duda, no será fácil que el sistema financiero recobre su papel de intermediario financiero y propulsor de la

actividad económica, pero es indispensable y prioritario que lo haga para que pueda llegar el crédito a empresas y particulares que reactiven la economía, y la actividad emprendedora, sobre todo, en los casos de empresas promovidas por mujeres, que necesitan mayor capital y financiación ajena. En este sentido, la inversora informal, se ha venido mostrando en los últimos años como un soporte fundamental para cubrir las carencias financieras, pero serían convenientes medidas específicas de apoyo para cada una de las fases del proceso emprendedor.

Las dificultades de financiación han hecho que muchas empresas llevadas por mujeres se vean abocadas al cierre, que en los últimos nueve años se han visto incrementados en un 260% en el caso de las mujeres, de tal manera que se ha equiparado el porcentaje de cierres de empresas entre ambos sexos (1,8% vs. 1,7%). La falta de rentabilidad del negocio, los problemas para obtener financiación para su continuidad han sido sus principales causas. La crisis ha hecho que aumenten los motivos como la falta de rentabilidad del negocio o la jubilación de las empresarias, mientras que los problemas para obtener financiación, antes considerados como la primera causa de cierre, son los únicos que han disminuido.

Cada vez existen más evidencias de que los comportamientos a la hora de crear una empresa entre mujeres y hombres son distintos, acreditándose de esta manera la necesidad de un cambio de mentalidad en la cultura emprendedora, ya que bajo estas diferencias subyacen estereotipos de género que condicionan la intención de emprender (Gupta et al., 2009), perjudicando claramente a las mujeres, máxime cuando las diferencias culturales se ven agrandadas por diferentes situaciones de desarrollo económico entre los países o regiones.

En este sentido, la prevalencia de valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población, sin duda influyen en la actividad emprendedora de ésta. En el ámbito extremeño, existen ciertas diferencias en esta cultura de valores y elementos emprendedores de la sociedad, en las que la mujer sale perjudicada frente al hombre. Así, la mujer percibe menos oportunidades de negocio (10,21% vs. 12,48%), posee una red social emprendedora menor (14,13% vs. 19,15%) y cree que tiene menos conocimientos y habilidades para poder iniciar una actividad emprendedora que el hombre (21,79% vs. 25,98%). Si bien, a partir del año 2005, tanto hombres como mujeres reconocen poseer mayores capacidades. Además, en el periodo analizado, las mujeres también muestran tener mayor miedo a la hora de

crear una empresa que los hombres (22,06% vs. 27,35%), observándose un incremento en el temor a fracasar en los últimos años en ambos sexos. Por el contrario, apenas existe diferencia entre hombres y mujeres, en las percepciones de ambos referidas al emprendimiento como buena opción profesional (59,85% vs. 58,73%), a la consideración del buen status social y económico de los emprendedores y las emprendedoras de éxito (54,63% vs. 54,86%), la percepción de que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito (42,13% vs. 39,60%) y la preferencia por un nivel de vida similar para toda la sociedad (57,71% vs. 60,80%), aunque en este último caso, la falta de espíritu competitivo está ligeramente más acentuada en la mujer que en el hombre.

En este sentido, los datos sobre las percepciones y actitudes de la población de este monográfico han sido elocuentes. Los programas gubernamentales habrían de ir dirigidos a enseñar y fomentar el descubrimiento de oportunidades de negocio, a formar en conocimientos y habilidades emprendedoras, promover redes de empresarios y empresarias de conocimiento mutuo por parte de la población y a gestionar el temor al fracaso, haciendo especial hincapié en las diferencias de género y la necesidad de acometer las diferentes particularidades que tiene la mujer a la hora de emprender y desarrollar su negocio.

En términos de empleo creado en las empresas iniciales, podemos observar leves diferencias en ambos géneros, puesto que las mujeres emprendedoras lideran más iniciativas sin ningún empleado (29,7% vs. 22,6%), al tiempo que presentan menos empresas con personal de entre 1-5 empleados (61,4% vs. 68,3%). En el caso de los negocios consolidados, la estructura de la plantilla es prácticamente similar. A pesar de que las iniciativas masculinas contratan más personal, las diferencias son tan insignificantes que no se puede establecer que el hecho de emprender como mujer u hombre, tenga resultados diferentes en términos de empleo.

En cuanto al crecimiento del empleo, aproximadamente el 17% de las iniciativas femeninas no han previsto incrementar su plantilla al cabo de cinco años. El 13,9% esperaban tener entre 6 y 19 empleados, mientras que más del 67% esperaban emplear entre 1 y 5 trabajadores, frente al 61% de las iniciativas masculinas. También, sus expectativas son más ambiciosas respecto a las grandes plantillas que la de los hombres (2,2% vs. 0,7%), aunque en las empresas consolidadas las expectativas sobre las mismas se igualan

(2,7% vs. 2,6%). En definitiva, son más las coincidencias en la estructura del empleo esperado que las diferencias, siendo el único dato destacable, la variación en las empresas consolidadas sobre plantillas de entre 6 y 19 personas, en las que la distancia que existe entre las plantillas esperadas se dobla en contra de la mujer (7,3% vs. 14,6%).

Sin duda, la mejor política de empleo es la de establecer entornos favorables al emprendimiento y la innovación para que sea más fácil a los futuros empresarios y empresarias montar sus empresas y crear puestos de trabajo, pero debe hacerse con la implicación de la universidad, los innovadores y los líderes locales.

Las iniciativas llevadas a cabo por mujeres parecen tener un poco más de capacidad innovadora en alguno de sus componentes que las puestas en marcha por los hombres. Así, el 40,2% de las iniciativas femeninas frente al 33,3% de las masculinas, creen que sus potenciales clientes considerarán sus productos/servicios como novedosos; el 84,6% esperan

mucha o alguna competencia, frente al 91,2% de los hombres, o el 44,1% de las iniciativas femeninas esperan expandirse con o sin nuevas tecnologías, frente al 32,3% de las masculinas. No obstante, en este último caso, cuando las empresas se consolidan, ambos sexos tienen las mismas expectativas de expansión (50% vs. 50,5%), aunque existe una diferencia sustancial a favor de los hombres cuando aspiran a una expansión profunda en el mercado (19,4% vs. 0%).

Por otro lado, cuando se trata de utilizar en sus empresas tecnologías productivas, ambos sexos se tienen porcentajes muy similares (24,8% vs. 21,4%). No obstante, parece que las mujeres dejan de usar la última tecnología conforme consolidan sus empresas (9,9% vs. 0%), mientras que los hombres incrementan su uso (6,9% vs. 24,3%).

En síntesis, podríamos decir que de los datos recogidos sobre el emprendimiento femenino en el periodo 2003-2011, se sugieren una serie de aspectos sobre los que se podría actuar para favorecerlo.

EDUCACIÓN:

- Formación general de la población.
- Educación emprendedora:
 - Capacidad para emprender.
 - Conocimientos, habilidades, experiencia emprendedora.

NORMAS SOCIALES Y CULTURALES PARA EL EMPRENDIMIENTO:

- Cultura y valores sociales para favorecer el espíritu emprendedor, fundamentalmente entre las mujeres.
- Percepciones y actitudes para emprender entre las mujeres.

POLÍTICAS Y PROGRAMAS PÚBLICOS:

- Emprendimiento femenino.
- Apoyo a emprendedoras en diferentes fases del proceso.
- Emprendimiento universitario por mujeres.
- Redes emprendedoras.
- I+D+i. Universidad, empresarios, líderes locales.

APOYO FINANCIERO:

- Apoyo a emprendedoras en diferentes fases del proceso.

Para terminar, nos gustaría mencionar que a pesar de que la sociedad ha venido asumiendo unos profundos cambios sociales que han mejorado la situación de las mujeres en las últimas décadas, aún existe una importante brecha de género en el emprendimiento. No obstante, la situación parece estar cambiando, ya que aunque el número de emprendedoras potenciales en Extremadura sigue siendo

inferior al de los hombres (6,70% vs. 9,40%), su crecimiento en los últimos nueve años ha sido de un 67,5%. Lo mismo sucede con las empresarias consolidadas, que han crecido un 42,30%, y aunque aún no llegan al nivel de los hombres, supone un impulso a la actividad emprendedora femenina en la región y una esperanza para el futuro.

B BIBLIOGRAFÍA

BENDER S. (2000): "Seven characteristics of the American woman entrepreneur: A hermeneutic approach to developing a universal characteristics model". Doctoral Dissertation, Capella University.

BERG, N. (1997): "Gender, place and entrepreneurship". *Entrepreneurship and Regional Development*, 9(3): 259-268.

BLISS, R. & GARRATT, N.L. (2001): "Supporting women entrepreneurs in transitioning economies". *Journal of Small Business Management*, 39(4): 336-344.

BOSMA, N. & LEVIE, J. (2010): "Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2009". Babson College, Universidad del Desarrollo and Reykjavik University.

DÍAZ, M.C. (2000): "La iniciativa empresarial femenina". Documentos de Trabajo (Universidad de Castilla La Mancha. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales), Serie 10, nº 2, 38 pp.

GÓMEZ, S. & MARTÍ, C. (2004): La incorporación de la mujer al mercado laboral: implicaciones personales, familiares y profesionales, y medidas estructurales de conciliación trabajo-familia. XIV Congreso Nacional de ACEDE (Murcia).

GUPTA, V.K.; TURBAN, D.B.; WASTI, S.A. & SIKDAR, A. (2009): "The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(2): 397-417.

JEYNES, J. (2005): "Women and the economy: A decade of entrepreneurship". Paper presented at the 50th World Conference about the International Council for Small Business. Washington D.C., 15-18 June.

KEPHART, P. & SCHUMACHER, L. (2005): "Has the glass ceiling cracked? An exploration of women entrepreneurship". *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 12(1): 2-15.

KIRKWOOD, J. (2007): "Igniting the entrepreneurial spirits: is the role parents play gendered?". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(1): 39-59.

MCCLELLAND, E.M. & SWAIL, J. (2005): "Following the pathway of female entrepreneurs: a six-country investigation". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(2): 84-107.

MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES. INSTITUTO DE LA MUJER (1999): Mainstreaming de género. Marco conceptual, metodología y presentación de buenas prácticas. Serie de documentos, nº 28. Madrid, p.12. (Para más información consultar: www.empleo.gob.es / www.inmujer.gob.es)

NELSON, T. & LEVESQUE, L.L. (2007): "The status of women in corporate governance in high-growth, high-potential firm". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(2): 209-232.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2001): Diccionario de la Lengua Española. 22ª edición. Madrid. (Para más información consultar: www.rae.es).

SANCHEZ, M.C. (2010): Mujer y creación de empresas. Tendencias de investigación. Editorial: Servicio de Publicaciones. Universidad de Extremadura.

TERJESEN, S. (2005): "Senior women managers transition to entrepreneurship: Leveraging embedded career capital". *Career Development International*, 10(3): 246-260.

THURIK, R.; UHLANER, L. & VERHEUL, I. (2002): What is an entrepreneur? Self-image, activities and gender. Paper presented at the 47th World Conference about The International Council for Small Business. San Juan (Puerto Rico), 16-19 June.

Bibliografía recomendada

HERNÁNDEZ, R.; DÍAZ, J.C.; SÁNCHEZ, M.C.; DÍAZ, A.M. & POSTIGO, M.V. (2009): Una visión de la actividad emprendedora en Extremadura. 5 Años de informes GEM (2003-2007). Editorial: Junta de Extremadura, Vicepresidencia 2ª y Consejería de Economía, Comercio e Innovación.

HERNÁNDEZ, R.; DÍAZ, J.C.; SÁNCHEZ, M.C.; DÍAZ, A.M. & ALMODOVAR, M. (2013): "Informe Monográfico Rural sobre Extremadura. Período 2003-2011". Editorial: La Coria (Trujillo). España.

HERNÁNDEZ, R.; DÍAZ, J.C.; SÁNCHEZ, M.C.; DÍAZ, A.M. & FERNÁNDEZ, A. (2013): "Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo 2012. Extremadura". Editorial: La Coria (Trujillo). España.

Fuentes electrónicas recomendadas

<http://www.gemconsortium.org> • <http://www.gem-spain.com> • <http://www.gemextremadura.es>

G

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad por necesidad: comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente por motivos de supervivencia económica.

Actividad por oportunidad: comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente para explotar una oportunidad de negocios detectada.

Business Angels: expresión anglosajona que hace referencia a los inversores informales. Se refiere a las personas que invierten en las empresas de otros sin utilizar mecanismos institucionales, excluyéndose de este concepto las inversiones en bolsa o en fondos de inversión.

Empleo actual: plantilla de la empresa en el momento presente, sin incluir al empresario.

Empleo futuro: nivel que espera alcanzar en los próximos 5 años (sin incluir el empresario).

Emprendedor: persona que está inmersa en el proceso de creación de una empresa o en sus primeras fases de consolidación. Puede ser independiente o autónomo -si lo hace por cuenta propia-, o corporativo -si forma parte de su trabajo habitual como empleado de otra empresa-.

Empresas consolidadas o establecidas: personas que están involucradas en el proceso de crear nuevas empresas como propietarios y directores, y que llevan pagando salarios más de 42 meses (3,5 años).

Empresas nacientes: personas involucradas en el proceso de crear nuevas empresas, como propietarios o copropietarios, y que no han empezado a pagar salarios durante más de tres meses.

Empresas nuevas: personas involucradas en el proceso de crear nuevas empresas, como propietarios y gerentes, que han pagado salarios durante un espacio temporal de entre 3 y 42 meses.

Empresas potenciales: personas que afirman tener intención de poner en marcha un negocio o autoempleo en los próximos 3 años.

Inversor informal: persona que posee una fuente de recursos financieros importante, y que de manera desinteresada, habitualmente altruista, invierte cantidades modestas para el inicio de nuevas actividades empresariales por parte de otras personas.

Inversor privado: persona que pone dinero en negocios en los que no tiene participación en la propiedad.

Tasa de cierre de negocios: porcentaje de personas entrevistadas que han disuelto en los últimos 12 meses alguna actividad empresarial que venían dirigiendo.

Tasa de actividad emprendedora (TEA): índice que mide la actividad emprendedora total para un período y referencia geográfica dados, cuyo cálculo supone considerar el número de personas adultas en edad de trabajar que se encuentran involucradas en la creación tanto de empresas nacientes como de empresas nuevas sobre el total de la población adulta de la citada referencia geográfica y período, y no considera los casos de los individuos que se encuentran involucrados en ambos tipos de actividad simultáneamente.

ANEXO I. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN. Encuestas a la Población Adulta.

Universo (1)	665.425 habitantes residentes en Extremadura. Media 2003 - 2011
Muestra	9.000 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)	+/- 1,00%
Nivel de confianza	95,0%
Periodo encuestación	Abril a Julio de cada año. Periodo 2003 -2011.
Trabajo de campo	Instituto Opinómetro.
Codificación y base de datos	Instituto Opinómetro.
Análisis estadísticos y tratamiento de datos	Programa estadístico SPSS V.19.0

(1) Fuente: INE 2003-2011; (2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas.
Hipótesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.

ANEXO II. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN. Encuestas a los expertos.

Muestra	324 expertos: 36 expertos por año.
Selección de la muestra	Muestra de conveniencia: 36 entrevistas anuales a expertos de la comunidad extremeña de diferentes condiciones de entorno relacionados con la actividad emprendedora: 25% de empresarios y 50% no empresarios. Al menos un 25% de los expertos forman parte del panel el año anterior.
Metodología	Correo electrónico
Error muestral (+/-) (2)	± 5,4 % (2003 - 2011)
Nivel de confianza	95,0%
Periodo encuestación	Abril a Julio de cada año. Periodo 2003 - 2011.
Trabajo de campo	Equipo GEM Extremadura
Codificación y base de datos	Equipo GEM Extremadura
Análisis estadísticos y tratamiento de datos	Programa estadístico SPSS V.19.0

Para más información y copias del Informe Monográfico Rural Extremadura, CONTACTAR:

Fundación Xavier de Salas
Convento de la Coria
10200 Trujillo (Cáceres). España

Ricardo Hernández Mogollón
rhernand@unex.es

www.fundacionxavierdesalas.com

Los datos que se han utilizado en la confección de este Informe Monográfico provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los nombres de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales están publicados en los Informes Global Entrepreneurship Monitor, que pueden obtenerse en www.Gemconsortium.org, así como en la web de GEM España, www.gem-spain.com.

GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y apoyo, que son los que hacen posible esta investigación.

Aunque los datos utilizados en la confección de este informe han sido recopilados por el Consorcio GEM, su análisis e interpretación es solamente responsabilidad de los autores.

© Global Entrepreneurship Research Association

