

GEM

CISe

Fundación
UCEIF

Informe

Monográfico Rural



sobre

Extremadura



Fundación
Xavier de Salas



PHILIP MORRIS SPAIN



DIPUTACIÓN
DE BADAJOZ



DIPUTACIÓN DE CÁCERES

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

Mayo 2013



Global Entrepreneurship Monitor.
Informe Monográfico Rural sobre Extremadura
Período 2003 - 2011

Ricardo Hernández Mogollón

Juan Carlos Díaz Casero

Mari Cruz Sánchez Escobedo

Ángel Manuel Díaz Aunión

Manuel Almodóvar González



www.fundacionxavierdesalas.com



@GEMExtremadura



gem extremadura

www.gemextremadura.es

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR.
Informe Monográfico Rural sobre Extremadura.**

Depósito Legal: CC - 145 - 2013

ISBN: 84-88611-34-X

Mayo 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

Páginas: 40

**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, José Antonio Monago	5
CARTA DEL DIRECTOR	6
RESUMEN EJECUTIVO	8
1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA RURAL	10
2. ACTITUDES Y MOTIVACIONES DEL EMPRESARIO RURAL	27
3. ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS DEL EMPRESARIO RURAL	24
4. CONDICIONES DEL ENTORNO RURAL PARA EMPRENDER	29
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
BIBLIOGRAFIA	38

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Mapa de las áreas de Extremadura en función de su zona rural/urbana.	11
FIGURA 2. Extremadura por áreas, zonas y provincias. TEA (2003-2011).	13

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Evolución de la TEA rural de las zonas, provincias y áreas de Extremadura.	12
GRÁFICO 2. Características del sexo y la edad (%). Periodo 2003-2011.	14
GRÁFICO 3. Características del nivel de estudios, nivel de renta y situación laboral (%). Periodo 2003-2011.	15
GRÁFICO 4. Número de socios de la empresa (%). Periodo 2003-2011.	16
GRÁFICO 5. Distribución sectorial de la actividad emprendedora (%). Periodo 2003-2011.	17
GRÁFICO 6. Evolución de las actitudes y percepciones emprendedoras por zona (% de respuestas afirmativas en cada categoría).	20
GRÁFICO 7. Porcentaje de personas que emprenden en zonas urbanas o rurales según el tipo de motivación. Periodo 2003-2011.	22
GRÁFICO 8. Porcentaje de iniciativas emprendedoras según la motivación en zona urbana y rural.	22
GRÁFICO 9. Evolución de la percepción del emprendimiento como carrera deseable, status y atención de los medios de comunicación (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas).	23
GRÁFICO 10. Porcentaje medio del número de trabajadores actuales según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.	24

GRÁFICO 11.	
Porcentaje medio del número de trabajadores futuros según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.	25
GRÁFICO 12.	
Porcentaje medio de nuevos productos y servicios según la etapa de evolución de la fase emprendedora (%). Periodo 2003-2011.	26
GRÁFICO 13.	
Nivel de competencia esperado (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora (%). Periodo 2003-2011.	26
GRÁFICO 14.	
Antigüedad de la tecnología utilizada (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora (%). Periodo 2003-2011.	27
GRÁFICO 15.	
Expansión esperada (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora (%). Periodo 2003-2011.	28
GRÁFICO 16.	
Valoración media por los expertos rurales/urbanos de las condiciones específicas del entorno. Periodo 2003-2011.	30
GRÁFICO 17.	
Valoración media por los expertos de las condiciones específicas del entorno. Periodos 2003-2007 y 2008-2011.	31

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	
Superficie, población urbana/rural y nº de municipios de Extremadura por provincias.	11
TABLA 2.	
Capital necesario y capital propio a invertir por el empresario extremeño.	18
TABLA 3.	
Motivos del cierre de las iniciativas emprendedoras rurales. Periodo 2005-2011.	19
TABLA 4.	
Factores de influencia en la percepción emprendedora media urbana y rural según la etapa de emprendimiento. (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas). Periodo 2003-2011.	21
TABLA 5.	
Percepción media del emprendimiento como carrera deseable, status y atención de los medios de comunicación (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas). Periodo 2003-2011.	23
TABLA 6.	
Factores de freno e impulso por categorías según los expertos rurales. Periodos 2003-2007 y 2008-2011.	32
TABLA 7.	
Recomendaciones por categorías según los expertos rurales. Periodos 2003-2007 y 2008-2011.	33

PRÓLOGO

CLAVES DEL EMPRENDIMIENTO RURAL. INFORME GEM: **Los sueños de ayer, la realidad de hoy.**

"Algunas personas sueñan con hacer grandes cosas; otras están despiertas y las convierten en realidad".

Era necesario que en una situación de dificultad económica como la que atravesamos, el Gobierno regional se dedicase a impulsar medidas que no sólo acabasen con las trabas que desde la Administración se implantaban contra la iniciativa emprendedora, sino que también aunasen el empuje de todos los ciudadanos hacia un mismo objetivo: la recuperación de Extremadura.

El mayor obstáculo al desarrollo del emprendimiento en nuestra región fue la anterior polarización del empleo en el sector público, olvidando aquél que aporta valor real a una región, el empleo que nace de los ciudadanos, de las empresas o el autoempleo. Ahora invertimos la ecuación. Hoy los extremeños que dan un paso al frente son el foco de nuestra mirada. Lo son desde el primer día que adquirimos la responsabilidad de Gobierno. Porque podemos hacer grande a nuestra región si todos sumamos. Más aún cuando el propio Dr. Hernández Mogollón aseguró en el pasado informe GEM que en Extremadura existen más posibilidades para emprender que emprendedores hay.

En el Gobierno de Extremadura creemos en las ideas de los extremeños, creemos en sus negocios y estamos dispuestos a dar un paso al lado, para que ellos den un paso al frente, para ser su respaldo, jamás para sustituirles. Porque la riqueza de una región no se genera desde el empleo público sino desde un empleo de calidad, desde un tejido empresarial sólido que aporte solvencia a las arcas regionales para sostener los servicios básicos y cree puestos de trabajo.

Era necesario ayudar a quienes deciden liderar el progreso de Extremadura. Así lo creímos en el Gobierno regional. En ese objetivo se alinean tanto el Plan de Empresa, Empleo y Emprendimiento (conocido como Plan 3E) como el Plan de Consolidación y Fomento del Autoempleo, el más ambicioso de la historia de España. También el Programa de Cultura Emprendedora, que llega a todos los rincones

de nuestra región con la Red de Escuelas Emprendedoras y que está cambiando el espíritu de los extremeños, ayudándoles desde las edades más tempranas a aprender a emprender. Todos ellos están siendo incorporados ahora por otras comunidades autónomas, incluso se reproducen a nivel nacional. Porque con ellos se pretende dar respuesta a los principales problemas a la hora de montar un negocio propio: financiación, formación, mantenimiento o innovación, aspecto éste para el que se ha puesto en marcha también el Plan de Innovación para la Pyme.

Y en esa apuesta por el emprendimiento, nos centramos muy especialmente en el mundo rural, como no podía ser de otra manera, si tenemos en cuenta, tal y como indica este informe, que los municipios rurales conforman casi la totalidad de nuestra región. Son precisamente en esas zonas rurales donde el emprendimiento necesita un mayor apoyo para soportar las adversidades actuales.

Por eso, a estas medidas históricas, se le añaden en Extremadura otras iniciativas focalizadas en la realidad rural extremeña, como el "Programa para el Emprendimiento en Las Villuercas-Ibores-Jara", las jornadas semanales de "Activación Empresarial" o la coordinación de los "Puntos de Activación Empresarial", que pusimos en marcha hace unos meses, con los Ayuntamientos de estas zonas.

Y todas estas medidas tienen un claro trasfondo: poner una alfombra roja a los protagonistas de la Nueva Extremadura, una nueva región, en la que tienen un papel fundamental las mujeres. Para ellas, la "Estrategia de Emprendimiento Femenino".

Es hora de cambiar el futuro. Porque no lo que hicimos ayer, sino lo que vamos a hacer hoy, hará grande Extremadura. Y los protagonistas tienen nombre y apellidos. Son los extremeños valientes que cada día reman sin importarles la tormenta. Hoy no sólo podemos soñar grandes cosas, ahora es el momento de hacerlas realidad.

José Antonio Monago

Presidente del Gobierno de Extremadura

CARTA DEL DIRECTOR

Se dice que una imagen vale más que mil palabras. En la imagen de la portada queremos reflejar la idea de que una sociedad próspera, que produce oportunidades para todos, es una sociedad emprendedora, una de cuyos elementos esenciales es tener una economía emprendedora al servicio de todos y de esa sociedad. Precisamente, una situación difícil como la que viven actualmente Extremadura, España y otros países europeos, en pleno proceso de recesión económica, es una buena oportunidad para variar el rumbo hacia el emprendimiento, en este caso, en el amplio y decisivo ámbito rural.

El profesor Roy Thurik, en su artículo *Entrepreneurship, Economic Development and Public Policy*, 2007, propone el paso de una economía dirigida (empleos seguros y buenos, economías de escala, estabilidad, homogeneidad, continuidad, etc.), a una economía emprendedora, basada en otros conceptos tales como flexibilidad, novedad, originalidad, creatividad, diversidad, etc.

A esto añadiríamos, siguiendo al profesor José Antonio Marina (2013), el creciente interés por el concepto del “aprendizaje: Aprender a emprender, a innovar y a enseñar. En una sociedad veloz, sometida a una innovación permanente, hemos de aprender a lo largo de toda la vida”.

En esta nueva economía emprendedora, inserta en una sociedad emprendedora, el Emprendimiento es el núcleo central.

Pues bien, la semilla de ese esperanzador futuro es el Emprendimiento, la figura de las personas emprendedoras, las etapas del emprendimiento y el contexto de las personas emprendedoras.

Se sabe también que para mejorar es necesario medir con rigor el fenómeno en cuestión.

A eso se dedica el proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que es un Observatorio Mundial de la actividad emprendedora, con más de 90 países involucrados en los

cinco continentes, con una base científica, un modelo teórico contrastado y unas fuentes de datos y procedimientos rigurosos. Extremadura, a través del grupo de investigación de la Universidad de Extremadura “Emturin, Extremadura 2020”, participa en este proyecto desde el año 2002, con el apoyo institucional de la UEX, de la Fundación Xavier de Salas, así como del Consejo GEM Extremadura y los patrocinadores de este nuevo proyecto, el GEM Monográfico Rural Extremadura 2012 que nace con este primer número, al servicio del Emprendimiento.

Extremadura es fundamentalmente rural. El censo del INE, provisional al 1 de enero de 2013, da la cifra de 7.991 extremeños menos, siendo el segundo año consecutivo en que la región pierde población; en total 9.228 vecinos menos en el bienio 2011-2012. Una de las razones, posiblemente, sea la alta tasa de desempleo de la región. A esta cifra hay que añadir 8.063 extremeños menos censados en el resto de España, en el año 2012. Con el descenso señalado, el 1 de enero de 2013 Extremadura tenía 1.100.139 habitantes, un 0,72% menos que el año anterior, siendo el mayor descenso desde 1.998. La provincia de Cáceres es la que más habitantes pierde, 5.625 personas, un 1,36% de su censo, frente a 2.366 personas en la provincia de Badajoz, lo que representa un 0,34%. No es consuelo que la bajada de población haya sido generalizada en toda España, excepto en Melilla.

Los datos del censo también nos dicen que Extremadura sigue siendo la comunidad autónoma de España con el menor porcentaje de extranjeros, 3,7% del total de la población.

De los 387 municipios, 207 tienen menos de 1.000 habitantes. De los 207 pueblos, 108 tienen entre 101 y 500 habitantes y 94 entre 500 y 1.000. En ambos casos, mayoritariamente en la provincia de Cáceres. Siete municipios superan los 20.000 habitantes, cuatro de ellos no superan los 50.000 habitantes (Villanueva de la Serena, Almendralejo, Don Benito y Plasencia). Mérida y Cáceres están entre 50.001 y 100.000, y sólo Badajoz supera los 100.000.

En síntesis, el 41,4% de la población extremeña vive en

municipios entre 1.001 y 10.000 habitantes. Asimismo, si a la poca densidad de población, 26 Habitantes/Km², y la fuerte ruralidad de Extremadura, se une la reciente pérdida de población, además de otras razones, se ve con claridad la urgente necesidad de fomentar el desarrollo del territorio en esta Comunidad Autónoma. El Fomento del Emprendimiento es uno de los vectores esenciales para conseguirlo.

Como nos señala el Informe GEM Extremadura 2011, la separación del índice TEA (Tasa de Actividad Emprendedora) en zonas rurales y urbanas nos viene mostrando que hay una mayor actividad emprendedora en las zonas rurales que en las urbanas, lo que ha hecho que la TEA media rural sea del 7,38% en los últimos años, frente al 5,43% de la TEA urbana. Por otro lado, las TEA provinciales han venido evolucionando de forma análoga.

Por otro lado, según el índice elaborado por el Banco Mundial, denominado Doing Business, que mide el coste, en tiempo y dinero, necesario para crear una empresa desde el punto de vista de facilidades administrativas, sitúa a España en el puesto 136 del mundo en la clasificación de países, habiendo descendido 2 puestos respecto al 2012. Una parte muy importante de la normativa y trámites que realizar por una iniciativa emprendedora es la que se refiere al medio ambiente.

Aquí hay que señalar que la normativa ambiental española y la extremeña en particular suponen una rémora para la puesta en funcionamiento de las iniciativas empresariales (José Antonio Chávarri, consejero de agricultura del Gobierno de Extremadura, HOY 1 de mayo de 2013). Frente a esta situación, habría que intentar que, respetando escrupulosamente el marco jurídico ambiental, tanto extremeño, como español y comunitario, se acortaran los plazos y se redujera la carga burocrática. Esto favorecería la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales por todo el territorio extremeño. Las nuevas empresas tienen que ser respetuosas con el medio ambiente, uno de los tesoros de Extremadura y, a la vez, crear puestos de trabajo. Efectivamente, si se quiere, se puede.

Para terminar, un pensamiento: "El pesimista se queja del viento, el optimista espera que cambie, el realista ajusta las velas (William George Ward)".

Ajustemos las velas, y todo lo necesario, pues las condiciones para competir han cambiado mucho. Cuando hablamos del campo, y concretamente del extremeño, la travesía si cabe, es más desafiante. Nos enfrentamos a la reforma de la PAC y a las excesivas medidas que propone la Directiva Europea de Productos del Tabaco, actualmente en fase de enmiendas, que suponen una clara amenaza para la sostenibilidad de cultivos fundamentales para la sostenibilidad del campo en la región.

GEM aporta conocimiento, red y capacidad para contribuir a crear una economía y una sociedad emprendedora en Extremadura.

Agradecimientos

En primer lugar, al Presidente del Gobierno de Extremadura, que nos honra con el prólogo de este primer Informe GEM Rural sobre Extremadura.

Gracias a las Diputaciones de Cáceres y de Badajoz, por su apoyo a este nuevo proyecto del Equipo GEM Extremadura. Ambas instituciones vienen desempeñando una importante tarea en sus Departamentos de Desarrollo Local.

A Philip Morris Spain, por su apuesta decidida por desarrollar el emprendimiento en la comunidad tabaquera extremeña, aportando nuevos elementos de valor al compromiso de la compañía con esta región.

También me gustaría agradecer expresamente al Dr. José Manuel Sánchez Martín, compañero de la Facultad de Estudios Empresariales y Turismo, la elaboración del mapa de Extremadura a través del programa SIG (Sistema de Información Geográfico).

Ricardo Hernández Mogollón

Director Ejecutivo de GEM España
Director del Equipo GEM Extremadura

RESUMEN EJECUTIVO

1.- Las tasas de actividad emprendedora en las zonas rurales han venido siendo más altas que en las zonas urbanas en los últimos nueve años (7,61% vs. 5,56% de media), aunque después del comienzo de la crisis económica ambas tasas han evolucionado de forma pareja.

2.- En el ámbito provincial, las zonas rurales de la provincia de Cáceres han sido más emprendedoras que las de Badajoz (8,40% vs. 6,88%).

3.- Las zonas Norte y Sur son las que tienen tasas emprendedoras medias rurales mayores (8,34% vs. 7,93%), aunque las demás zonas tienen unas tasas muy similares entre sí (7,09%, 7,39%, 7,31%).

4.- El empresario extremeño rural ha emprendido más por oportunidad que por necesidad, tanto en las diferentes áreas como en las dos provincias, aunque en la provincia de Cáceres la necesidad ha impulsado a emprender más del doble que en la de Badajoz (1,61% vs. 0,78%), y en la zona Sur, la necesidad ha motivado casi una de cada cuatro iniciativas.

5.- El 6,03% de los individuos de zonas rurales inició un negocio motivado por el aprovechamiento de una oportunidad, frente al 1,08% que lo hizo debido a una necesidad. En el entorno urbano al 4,49% de los emprendedores los movió la oportunidad, mientras que al 0,92% la necesidad.

6.- El perfil tipo del emprendedor rural extremeño es el de un hombre, de aproximadamente 40 años, con estudios secundarios o medios, que tiene un nivel de renta que oscila entre 1.200 € y 1.800 €, que trabaja a tiempo completo o parcial y que reside fundamentalmente en la zona norte de la provincia de Cáceres.

7.- El número de emprendedores medio con los que se inicia la nueva actividad, en el 58% de los casos se hace con un único propietario, en el 26% con dos y en el 16% restante, con más de tres.

8.- En los nuevos negocios rurales predomina el sector orientado al consumidor (42,58%), seguido del transformador (25,72%), servicios a empresas (23,67%), y en menor porcentaje, el sector extractivo (8,06%). En las empresas rurales ya consolidadas, la distribución sectorial es similar, pero el sector extractivo supera al de servicios a empresas (22,3% vs. 13,9%).

9.- Los emprendedores extremeños han necesitado de media para la puesta en marcha de un negocio en el ámbito rural un capital de 92.254 €, del que han puesto casi la totalidad del mismo, es decir, 87.654 €. Antes del comienzo de la crisis económica necesitaban un capital medio de 39.754 €, de los cuales ponían aproximadamente el 58%, es decir, 23.141 €. En cambio, una vez comenzada ésta, el capital medio necesario ha sido de 75.379 €, de los cuales 18.297 € los ha puesto el empresario, aproximadamente el 24%. Es decir, que una vez comenzada la crisis los emprendedores rurales vienen necesitando más dinero para comenzar un negocio (casi un 90% más), y sin embargo pueden poner un 21% menos.

El inversor privado extremeño en el ámbito rural es fundamentalmente un inversor informal que actúa de una manera no profesional, suele ser hombre de unos 42 años, que invierte de media 11.808 €, frente a los 14.500 € del inversor informal urbano. Después del comienzo de la crisis ha bajado su inversión media un 21%.

10.- Las principales razones alegadas por los empresarios extremeños rurales para abandonar la actividad en el periodo 2005-2011, han sido la falta de rentabilidad y la oportunidad que tuvieron de vender el negocio. Después de iniciarse la crisis económica han disminuido las razones por las que se ha abandonado la actividad debido a que se encontraba otro trabajo, otra oportunidad empresarial o de trabajo, o se tenía la ocasión de venderlo. Y por otro lado, han aumentado los motivos como la jubilación, la falta de rentabilidad del negocio, los motivos personales o incluso los incidentes de diversa índole que pueden haber desembocado en el cierre del negocio.

11.- El medio rural sale perjudicado frente al urbano en cuanto a actitudes y percepciones emprendedoras. Así existe un porcentaje menor de población que conozca personalmente a otros emprendedores (12,03% vs. 21,10%), se perciben menos oportunidades de negocio (7,43% vs. 15,12%) y se cree que se tienen menos conocimientos y habilidades para poder iniciar una actividad emprendedora (17,88% vs. 29,68%). Sin embargo, se tiene bastante menos miedo al fracaso a la hora de iniciar una actividad empresarial (18,16% vs. 31,05%), sobre todo entre aquéllos que están pensando iniciar la empresa.

12.- Existe bastante similitud entre las zonas rurales y las urbanas en las percepciones del emprendimiento como carrera deseable, del status de los emprendedores de éxito y de la atención de los medios de comunicación sobre los empresarios.

13.- En el ámbito rural, y en el periodo analizado, el número de emprendedores que no crean empleo es superior al urbano (29,2% vs. 24,5%), mientras que en éste, las actividades empresariales que crean entre uno y cinco puestos de trabajo son mayores que en el mundo rural (67,7% vs. 59,1%). En cambio, el número de empresas que crean entre 6 y 19 puestos de trabajo (10% vs. 7,60%), o más de veinte (1,7% vs. 0,3%), es mayor en el entorno rural.

14.- Aproximadamente el 20% de las iniciativas rurales iniciales no han previsto incrementar su plantilla al cabo de cinco años. El 20,3% esperaban tener entre 6 y 19 empleados, mientras que casi el 60% esperaban emplear entre 1 y 5 trabajadores, frente al 65% de las urbanas.

15.- En los nuevos negocios se aprecia una mayor (aunque moderada) capacidad innovadora productiva del mundo rural sobre el urbano, en lo referente a los nuevos productos/servicios que serán percibidos como nuevos para sus potenciales consumidores (39,4% vs. 36%), en cuanto a la expansión esperada de las empresas producida con o sin nuevas tecnologías (39,8% vs. 36,2%) y en cuanto al nivel de competencia esperado en el mercado (81,8% vs. 91,1%). Por el contrario, las zonas urbanas se muestran claramente más innovadoras en cuanto a la utilización de tecnologías más modernas en la empresa (32,2% vs. 26,1%).

16.- Cuando analizamos las condiciones específicas del entorno para emprender durante el periodo 2003-2011, no encontramos grandes diferencias entre la visión que nos ofrecen los expertos rurales y los urbanos de las condiciones en unas y otras zonas, ya que sus valoraciones son muy parejas. Si bien, en el entorno rural parece que la educación en todos sus niveles está aún peor valorada que en las zonas urbanas, al igual que sucede con la protección de los derechos de propiedad intelectual. En cambio, se valoran más el apoyo financiero global al emprendedor, el acceso a las infraestructuras físicas, el interés por la innovación, las normas sociales y culturales, la transferencia tecnológica de I+D o las diferentes políticas y programas de apoyo que vengan de las administraciones públicas.

En cuanto a los factores de freno que obstaculizan la actividad emprendedora, los expertos rurales han venido destacando como principales causas a las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales y el apoyo financiero; aunque después del comienzo de la crisis, han puesto más énfasis en la falta de apoyo financiero y de capacidad emprendedora.

Entre los factores que más han venido favoreciendo el emprendimiento se encuentran las políticas y programas gubernamentales y el acceso a las infraestructuras. A partir del comienzo de las crisis siguen haciendo hincapié en las políticas y programas públicos, aunque cobran importancia el clima económico, la educación y formación emprendedora.

En cuanto a las recomendaciones para incrementar la actividad emprendedora que sugieren los expertos rurales, los dos primeros lugares no han sufrido ningún cambio en los últimos nueve años. Siguen manifestando que la educación y formación emprendedora y las políticas gubernamentales son vitales para incrementar las iniciativas emprendedoras. El resto de recomendaciones alternan posiciones con el cambio de contexto económico. Así, cobran o mantienen su importancia, los programas gubernamentales el apoyo financiero a los emprendedores, las normas sociales y culturales como potenciadoras de actitudes hacia el emprendimiento o la capacidad emprendedora como generadora de iniciativas.

ACTIVIDAD EMPREENDEDORA RURAL

Introducción

Los procesos de globalización económica han extendido la crisis financiera actual al resto de la economía en los diferentes países del mundo. Esto viene provocando desde mediados de 2007 una gran contracción del sistema económico internacional, con la consiguiente reestructuración de los sistemas productivos nacionales a todos los niveles, el incremento del desempleo y el empeoramiento de las condiciones de vida de la población, "...sobre todo, de los territorios con más bajos niveles de renta" (Vázquez, 2009:3).

Extremadura, que posee un bajo nivel de renta de la población dentro de la Unión Europea, no se ha visto ajena a esta situación. En 2011 la tasa de crecimiento del PIB entre 2010 y 2011 en términos reales ha sido la peor de todas las comunidades autónomas españolas, con un 0,9% de decrecimiento. Además, su Producto Interior Bruto por habitante es el más bajo de España (15.771 € frente a los 23.054 € de media nacional o los 25.200 € de la EU-27)¹, y su tasa creciente de paro está ya en el 34,06%², siendo de las más altas entre las regiones españolas.

Ante este escenario, desde diferentes ámbitos públicos y privados, aquéllos que tienen capacidades de decisión, se están planteando cómo abordar los diferentes problemas económicos y sociales que la situación actual está demandando, no sólo en el ámbito nacional, sino también en la esfera regional. Aunque parece que no caben soluciones parciales y desconectadas del sistema global, las múltiples experiencias de desarrollo local que han proliferado en las últimas décadas por todo el globo, han venido ofreciendo soluciones locales y territoriales como respuesta a los retos que planteaban los ajustes productivos y la progresiva competencia de los mercados nacionales e internacionales. En este sentido,

y una vez que se solucionen los problemas actuales del sistema financiero, la creación y el desarrollo de nuevas empresas y de redes territoriales que las agrupen, o las conecten entre sí y con universidades, administraciones locales o centros de innovación, pueden servir como instrumentos de desarrollo que propicien la obtención de rendimientos crecientes en las inversiones y aumenten la productividad (Vázquez, 2007).

GEM Extremadura, como observatorio de la realidad de la actividad emprendedora extremeña, se ha planteado la posibilidad, en la medida que brindan los datos GEM, de acercarse aún más a la realidad local desde el ámbito rural, con la intención de obtener información que facilite la toma de decisiones "para" y "por" el desarrollo de la actividad emprendedora local en zonas rurales. Si a esto unimos, que las tasas de actividad emprendedora en las zonas rurales han venido siendo más altas que las de las zonas urbanas en los últimos nueve años (7,61% vs. 5,56% de media), a pesar de que Extremadura ha pasado de ser una sociedad eminentemente agrícola, en la que el 75% de su población dependía del sector primario hace unas seis décadas, a ser una sociedad en la que sólo el 11,8% está ocupada en este sector; consideramos que se hace muy necesario profundizar en el estudio de las iniciativas emprendedoras locales en las zonas rurales de la región. Este monográfico trata de acercarse a la satisfacción de esta necesidad.

Aunque según la metodología de la OCDE, que considera municipios rurales los de menos de 150 habitantes/km², Extremadura sería considerada como "predominantemente rural"; GEM ha definido, en consonancia con los criterios de Kayser (1990), que los municipios rurales son aquéllos que tienen una población menor de 5.000 habitantes. Este criterio cobra mayor validez en España desde la publicación de la Ley 45/2007 de 13 de diciembre para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural, en la que se define en su

¹ Fuente: INE. Contabilidad Regional de España. Base 2008. Producto Interior Bruto regional. Año 2011. Np764. 28/12/2012.

² Fuente: INE. 2012TIV. Encuesta de Población Activa de las Comunidades Autónomas. Tasas de paro por nacionalidad, sexo y comunidades autónomas.

artículo 3c al municipio rural de pequeño tamaño como aquél “que posea una población residente inferior a los 5.000 habitantes y esté integrado en el medio rural”.

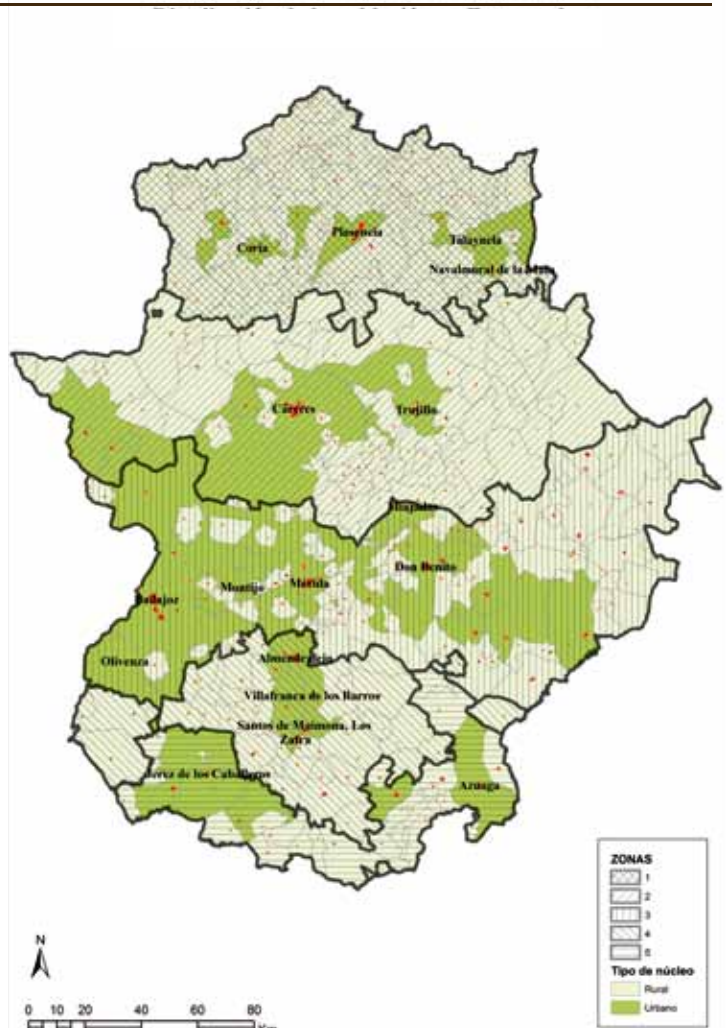
La tabla 1 recoge una panorámica de Extremadura en el ámbito rural en cuanto a superficie, población, número de municipios y provincias, mientras que, en la figura 1 se visualiza la separación rural/urbano en función de las

cinco áreas geográficas que hemos venido considerando en los Informes GEM para Extremadura desde 2004. Recordemos que estas cinco grandes áreas geográficas concentran y configuran la producción, la población, las infraestructuras y las relaciones económicas en función de dos criterios, el geográfico y el económico-cultural³. Las cinco áreas son: Área Norte, Área de Cáceres, Área de las Vegas del Guadiana, Área de Barros y Área Sur.

TABLA 1. Superficie, población urbana/rural y nº de municipios de Extremadura por provincias⁴.

		Badajoz	Cáceres	Extremadura	% Total
SUPERFICIE	KM ² del territorio	21.765	19.868	41.635	-
	Densidad de Población (Habitante/Km2)	31,88	20,91	26,65	-
POBLACIÓN URBANO/RURAL	Urbano (+ 5.000 Habitantes)	479.031	228.305	707.336	63,76%
	Rural (- 5.000 Habitantes)	214.890	187.141	402.031	36,24%
	Total	693.921	415.446	1.109.367	100,00%
Nº DE MUNICIPIOS	Urbano (+ 5.000 Habitantes)	27	12	39	10,13%
	Rural (- 5.000 Habitantes)	137	209	346	89,87%
	Total	164	211	385	100,00%

FIGURA 1. Mapa de las áreas de Extremadura en función de su zona rural/urbana.



³ Estas áreas se aproximan al concepto que el profesor Baigorri (1995) denomina “ejes estructurales” y configuran unidades territoriales muy relacionadas, que cuentan con varias concentraciones urbanas que centralizan las actividades económicas de la zona, siendo capaces de retroalimentarse a sí mismas. Esta unidad territorial tiende a cohesionar (con desigual fuerza) en una relación de dependencia, un entorno territorial próximo (Baigorri, 1995).

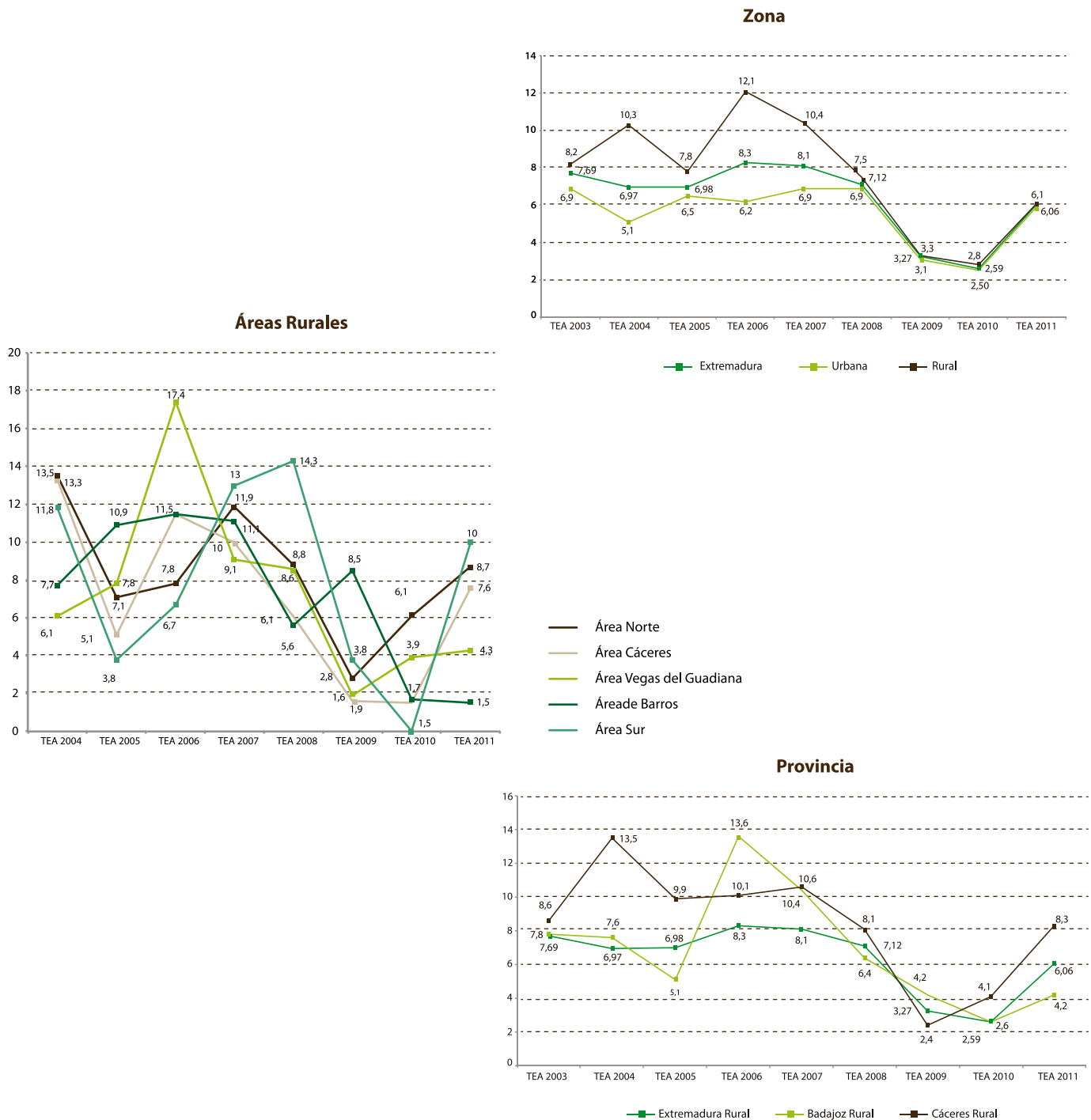
⁴ Fuente: INE. Cifras oficiales a 1 de enero de 2011.

Actividad emprendedora

La tasa total de actividad emprendedora extremeña (TEA) ha experimentado una bajada del 21,20% desde el año 2003, motivada fundamentalmente por las importantes disminuciones de los años 2009 y 2010. No obstante, su valor medio se ha mantenido en estos años en un 6,35%, por encima de la media europea y española.

Por otro lado, como mencionábamos anteriormente, la tasa de actividad emprendedora rural ha venido siendo superior a la tasa urbana prácticamente durante los nueve años de duración del estudio GEM en Extremadura. En el ámbito provincial, ha habido alternancias entre las dos provincias durante varios años, aunque la cifra media total es ligeramente favorable a la provincia de Cáceres. El gráfico 1 nos muestra esta evolución.

GRÁFICO 1. Evolución de la TEA rural de las zonas, provincias y áreas de Extremadura. Periodo 2003-2011.



En el análisis que podemos hacer por áreas y provincias, al desglosar la tasa de actividad emprendedora extremeña después de varios años de análisis, podemos extraer algunas conclusiones:

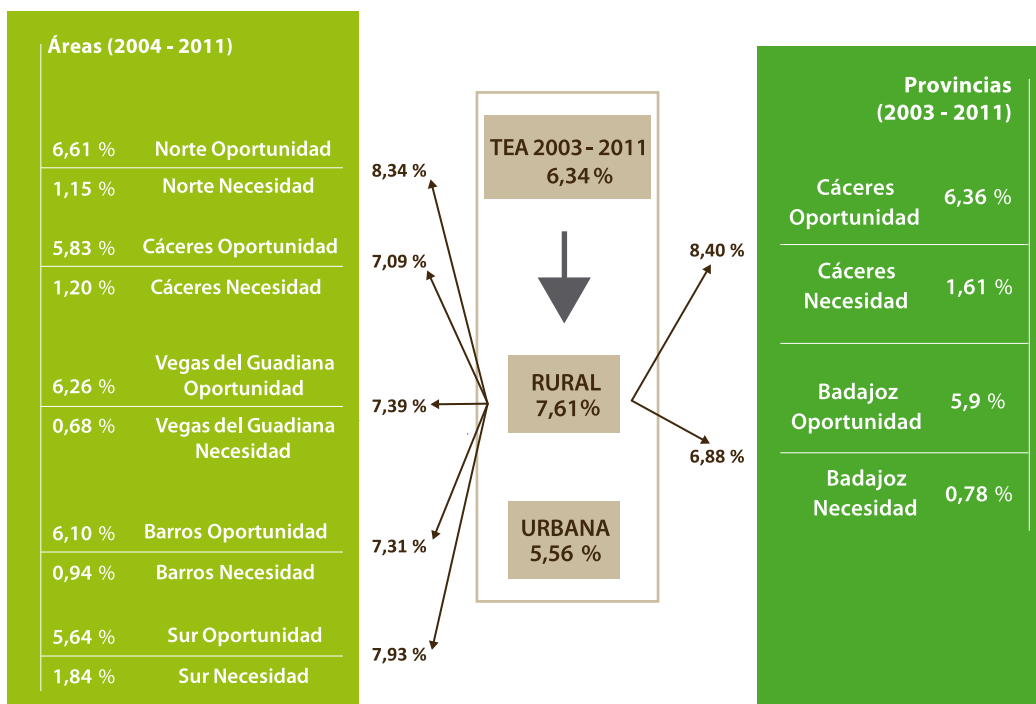
1ª. La zona Norte y el área de Barros han sido las que han mantenido mayores tasas de iniciativas emprendedoras durante estos años, lo que las ha llevado a tener las tasas medias mayores de las cinco áreas (6,46% vs. 7,78%), seguidas del área de Cáceres con un tasa media del 6,09%. Aunque la evolución de las tasas de las diferentes áreas ha sido dispar y fluctuante en ciertos casos, después del comienzo de la crisis en 2007, la tendencia de todas ellas ha sido más homogénea y claramente hacia el decrecimiento.

2ª. Desde el punto de vista rural, las zonas Norte y Sur son las que tienen tasas emprendedoras medias mayores (8,34% vs. 7,93%), aunque bien es cierto que las demás tienen unas tasas muy similares entre sí (7,09%, 7,39%, 7,31%), como podemos observar en la figura 2.

3ª Al analizar las razones que han llevado al empresario extremeño rural a implicarse en actividades emprendedoras, la propia TEA nos indica, como es habitual, que siguen siendo mayores los motivos de oportunidad que los de necesidad, tanto en las diferentes áreas como en las provincias. Situación similar se da si analizamos dichas tasas para los periodos anteriores (2003-2007) o posteriores a la crisis económica (2008-2011). Es destacable cómo en la provincia de Cáceres la necesidad ha impulsado a emprender más del doble que en la de Badajoz (1,61% vs. 0,78%), a pesar de que en la zona Sur la necesidad ha motivado casi una de cada cuatro iniciativas.

En el ámbito rural, las iniciativas por oportunidad han sido mayores en el área Norte, Vegas del Guadiana y área de Barros (6,61%, 6,26% y 6,10%). Mientras que en el caso de la necesidad han sido las áreas Sur y de Cáceres las que ocupan las primeras posiciones (1,84% vs. 1,20%)

FIGURA 2. Extremadura por áreas, zonas y provincias. TEA (2003-2011).



4ª. El índice medio por provincia nos muestra que hay una mayor actividad emprendedora en la provincia de Cáceres (6,76%), frente a la de Badajoz (6,02%). En el entorno rural sucede lo mismo, aunque las diferencias entre las dos provincias es aún mayor (8,40% vs. 6,88%). Cáceres, con 72 municipios más que tienen menos de 5.000 habitantes, es porcentualmente más rural que Badajoz (45% vs. 30,96%) y se ve reflejado en la proporción del número de iniciativas que se llevan a cabo, no sólo por oportunidad sino sobre todo debido a la necesidad, como comentamos más arriba.

5º. Como puede observarse en el gráfico 1, después de dos años de decrecimientos importantes, comienza a observarse una recuperación muy similar de las tasas emprendedoras tanto en el ámbito urbano como el rural. Sin embargo, en la esfera provincial las diferencias de esa recuperación son muy significativas (8,4% vs. 4,6%), principalmente debido a los fuertes incrementos de la actividad emprendedora producidas en la zona Norte y el eje de Cáceres.

Características socioeconómicas del emprendedor rural

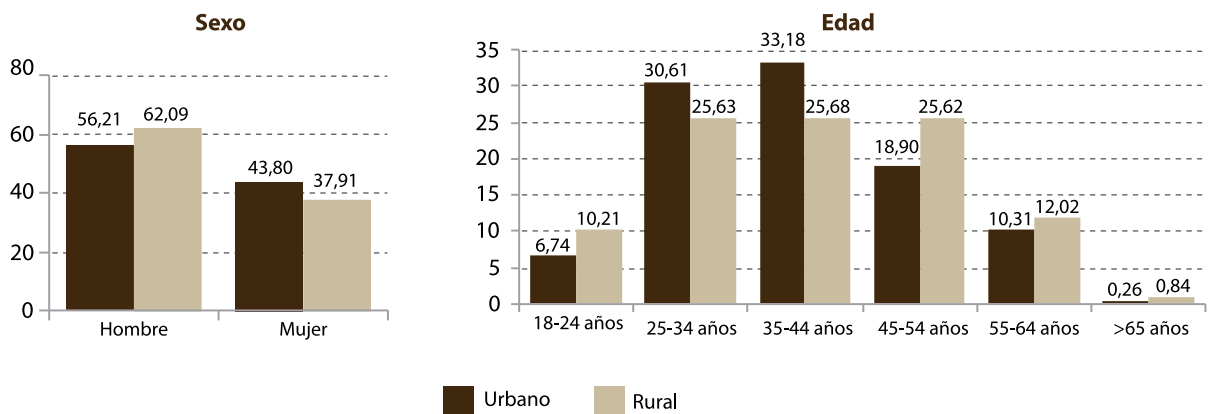
Con el análisis del perfil del empresario rural extremeño, trataremos de dar respuesta a una serie de preguntas como son: ¿Quién ha llevado a cabo la actividad emprendedora en la región? ¿Hombres ó mujeres? ¿Qué niveles de formación y renta tenían en el momento de iniciar su empresa? etc. Preguntas que obtendrán sus respuestas a través de las diferentes características socioeconómicas de los empresarios, como pueden ser el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta, etc.

En general, y durante el periodo analizado, la actividad emprendedora en la región ha tenido un carácter marcadamente masculino, tanto en el ámbito urbano como en el rural. Entre los hombres, ha emprendido más el de entornos rurales (62,09% vs. 56,21%), mientras que entre las mujeres, lo ha hecho más la mujer que vive en medios urbanos que la de ambientes rurales (43,80% vs. 37,91%).

En relación con la edad media, el rural tiende a emprender con una edad media de 40 años aproximadamente frente a los 39 años del emprendedor urbano. Realizando un examen más detallado de los resultados obtenidos para la edad, observaremos cómo en el caso del empresario rural, los grupos de mayor actividad se encuentran comprendidos entre los 25 años y los 54 años (aproximadamente con un 25% cada uno de ellos), siendo inferiores los porcentajes de iniciativas llevadas a cabo por el empresario rural en los grupos de edad menores de 24 años (10,21%) y mayores de 55 años (12,86%). Por el contrario, el emprendedor urbano que tiende a poner en marcha un negocio tiene mayor presencia en los grupos de edad de 25 a 34 años y de 35 a 44 años, siendo mayor la representación en el segundo de ellos (30,61% vs. 33,18%). Le siguen con menor porcentaje el resto de grupo de edades.

En resumen, en estos años de análisis podemos decir que por término medio, en las zonas rurales los jóvenes de 18 a 25 años y los mayores de 45 años emprenden más que en ámbito urbano, mientras que en las zonas urbanas los de 25 a 44 años emprenden más que en las zonas rurales.

GRÁFICO 2. Características del sexo y la edad (%). Periodo 2003-2011.



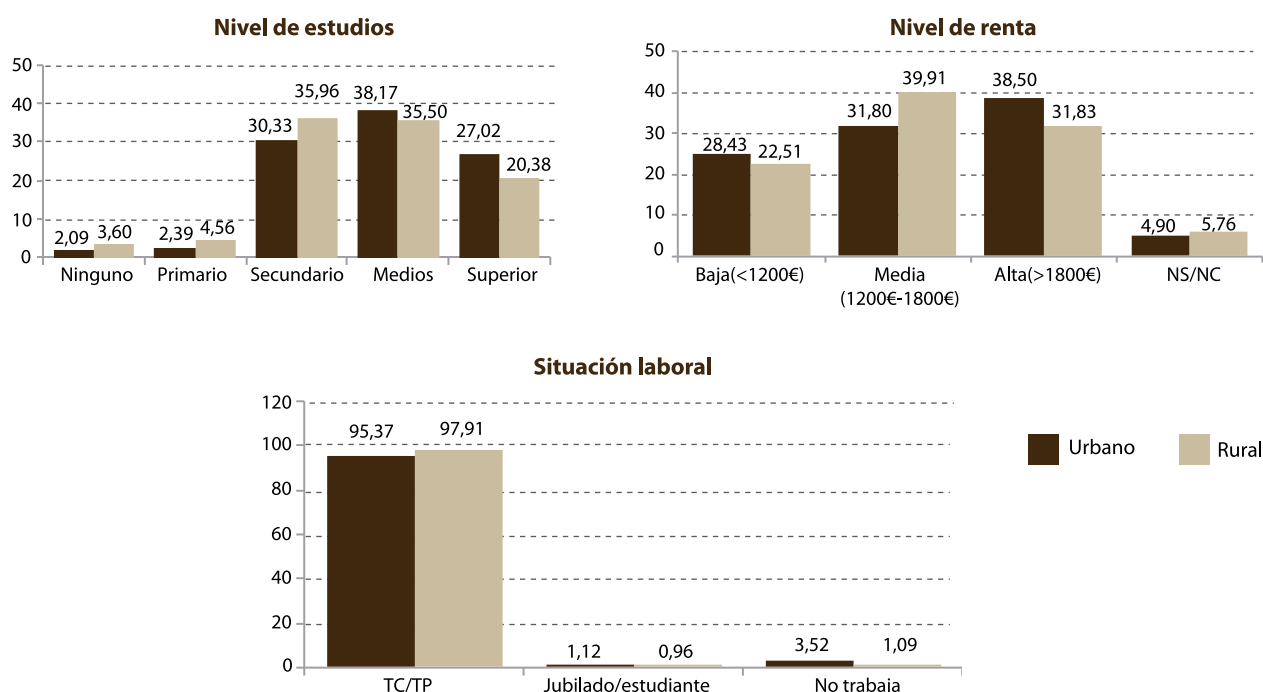
En cuanto al nivel de estudios, podemos decir que los empresarios rurales acometen básicamente sus empresas con una formación secundaria y media (35,96% vs. 35,50%), frente a una formación media universitaria por parte de los empresarios urbanos (38,17%). Desde 2008 se ha observado que los emprendedores tienen un mayor nivel de formación, seguramente por la falta de alternativas de trabajo por cuenta ajena para los titulados universitarios extremeños, pero también, por las oportunidades que la situación del mercado global ofrece para personas con una formación adecuada.

Como puede observarse en el gráfico 3, tanto en el ámbito rural como en el urbano, el mayor número de emprendedores extremeños tiene una formación

secundaria o media (71,46% vs. 68,50%) frente a los que poseen estudios primarios y superiores (24,94% vs. 29,41%). Por el contrario, es escaso el porcentaje que no posee ningún tipo de estudios (3,60% vs. 2,09%), 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 en el emprendedor extremeño rural predomina el nivel de renta medio, mientras que en el urbano es el alto. No obstante, ambos grupos están muy parejos al considerarlos en conjunto. Es decir, el 70,30% de los emprendedores urbanos tienen un nivel de renta medio-alto, mientras que en el emprendedor rural es el 71,74% el que tiene un nivel de renta medio o alto.

GRÁFICO 3. Características del nivel de estudios, nivel de renta y situación laboral (%). Período 2003-2011.



En cuanto a la situación laboral actual del emprendedor rural, éste se encuentra en la mayoría de los casos trabajando o bien a tiempo completo o bien a tiempo parcial, al igual que el urbano (97,91% vs. 95,37%); siendo prácticamente ínfimos los emprendimientos entre estudiantes, jubilados o personas que no trabajan.

En conclusión, podemos decir que el perfil tipo del emprendedor rural extremeño es el de un hombre, de aproximadamente 40 años, con estudios secundarios o medios, que tiene un nivel de renta que oscila entre 1.200 € y 1.800 €, que trabaja a tiempo completo o parcial y que reside fundamentalmente en la zona norte de la provincia de Cáceres.

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor

En este apartado trataremos de dar respuestas acerca de las diferentes cuestiones que se pueden plantear referentes a la forma en la que los empresarios intentan llevar a cabo sus sueños. Preguntas del tipo: ¿Cómo lo hacen? ¿Lo hicieron solos? ¿En qué sectores crearon la empresa? etc.

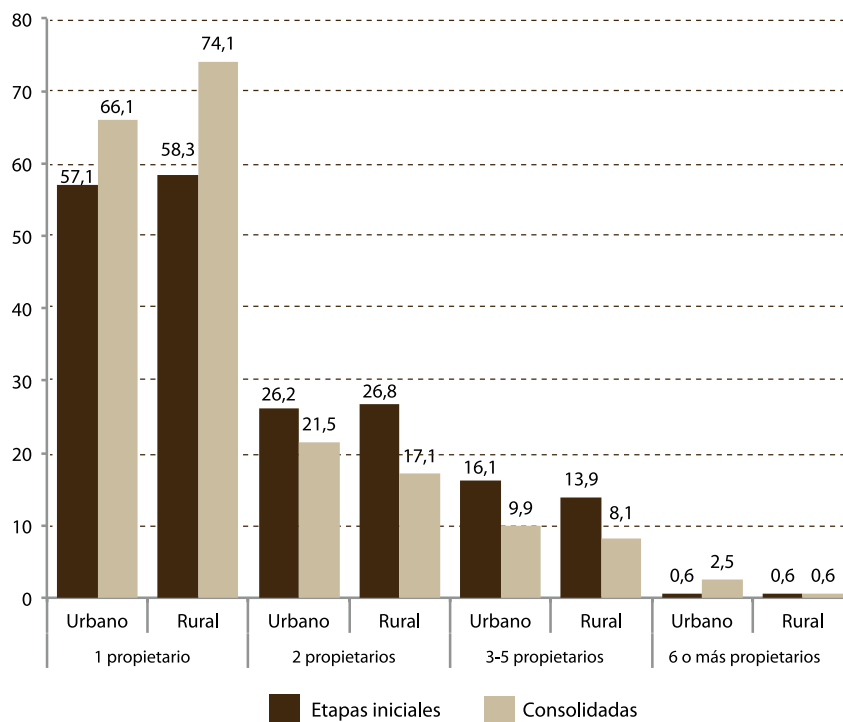
Número de socios

En cuanto al número de emprendedores medio con los que se inicia la nueva actividad entre los años 2003 a

2011, en el 58% de los casos se hace con un único propietario, en el 26% con dos y en el 16% restante, con más de tres. No existe apenas diferencia en la división rural/urbano.

A partir de los tres años y medio de vida, cuando las empresas consiguen un cierto afianzamiento, disminuye el número de socios y las empresas con un único propietario aumentan aproximadamente al 70%. Este fenómeno se acentúa más en el entorno rural (74,1% vs. 66,1%).

GRÁFICO 4. Número de socios de la empresa (%). Período 2003-2011.

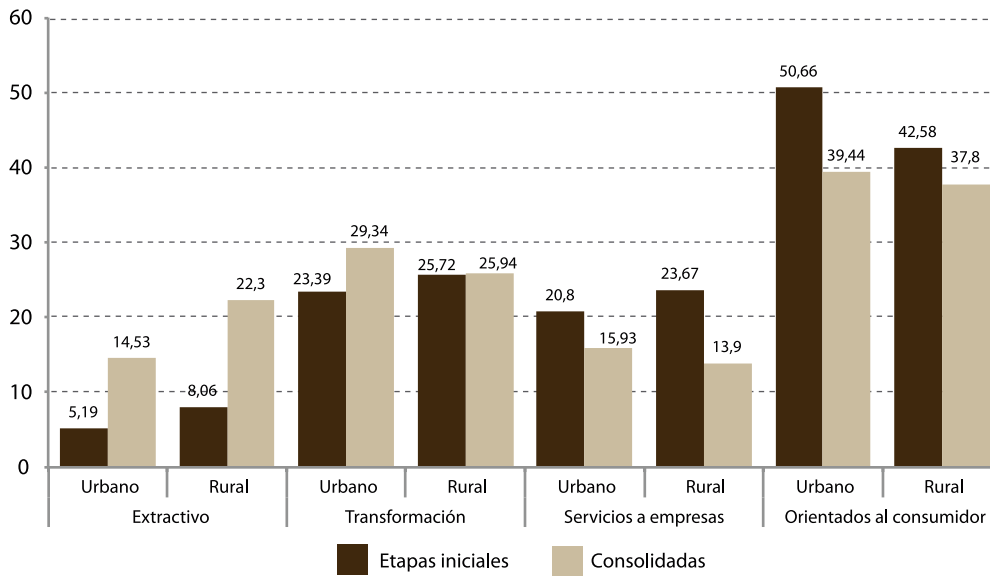


Tipo de negocio que se crea

En cuanto al tipo de negocio hacia el que el emprendedor rural extremeño se ha orientado para cubrir sus expectativas, predomina el sector orientado al consumidor, seguido del transformador, servicios a empresas, y en menor porcentaje, el sector extractivo; siendo mayor en los dos primeros casos para las empresas que se encuentran en las etapas iniciales (42,58% vs. 23,67%), y en los dos últimos para las empresas consolidadas (25,94% vs. 22,3%).

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 ámbito rural, excepto en el orientado al consumidor donde el porcentaje urbano supera al rural (50,66% vs. 42,58%). Mientras que para las segundas, las empresas consolidadas, los porcentajes son mayores en el ámbito urbano en todos los sectores excepto en el extractivo, donde el porcentaje de rural supera al urbano (22,3% vs. 14,53%).

**GRÁFICO 5. Distribución sectorial de la actividad emprendedora⁵ (%).
Periodo 2003-2011.**



⁵ 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.

Financiación

Otro de los factores fundamentales para la actividad emprendedora es la financiación, la cual se está viendo seriamente afectada por la crisis financiera dificultando no sólo el acceso al capital que necesita el emprendedor extremeño para poner en marcha su proyecto empresarial sino también en el desarrollo y alcance de éstos.

Esta situación de "dificultad de acceso a la financiación" se viene agravando en España año tras año desde el comienzo de la crisis, sobre todo en las empresas que se encuentran en sus primeras fases. En 2012 las Cámaras de Comercio⁶ 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.

Capital necesario para crear una empresa

Según los datos de la encuesta GEM, los empresarios extremeños han necesitado de media para la puesta en marcha de un negocio en el ámbito rural un capital de

92.254 €, del que han puesto casi la totalidad del mismo, es decir, 87.654 €. Estos resultados difieren si analizamos dos periodos por separado. El anterior al comienzo de la crisis (2003-2007) y una vez que ésta comenzó (2008-2011). Durante el primero, se necesitó un capital medio de 39.754 €, de los cuales 23.141 €, es decir, aproximadamente el 58%, lo pusieron los propios emprendedores. En cambio, para el segundo periodo, el capital medio del periodo ha sido de 75.379 €, de los cuales aproximadamente el 24% lo han puesto ellos, aproximadamente 18.297 €. Es decir, que una vez comenzada la crisis los emprendedores rurales vienen necesitando más dinero para comenzar un negocio (casi un 90% más), y en cambio pueden poner un 21% menos.

El capital mínimo medio necesario para el arranque de la actividad empresarial en el ámbito rural es de 6.800 € frente a 8.429 € del entorno urbano. Mientras que el capital propio medio invertido ha oscilado entre los 3.091 € del medio urbano a los 4.189 € del hábitat rural. Por su parte, el capital necesario máximo oscila entre los 295.594 € del medio rural y los 438.333 € del ámbito urbano. Mientras que el capital máximo que ha invertido el empresario rural de media durante los últimos nueve años ha sido de 146.811 € frente a los 369.888 € del empresario urbano.

⁶ 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

TABLA 2. Capital necesario y capital propio a invertir por el empresario extremeño. Valores estadísticos. Periodo 2003-2011.

Valores medios	Capital necesario para arrancar el negocio (€)		Capital propio total que se invierte (€)	
	Urbano	Rural	Urbano	Rural
Media	90.221,50	92.254,19	40.429,32	87.654,69
Moda	15.445,56	26.355,78	11.446,56	85.444,33
Desviación típica	154.996,73	116.618,22	56.967,73	22.321,57
Capital mínimo	8.429,44	6.800,4	3.091,28	4.189
Capital máximo	438.333,33	295.594,92	369.888,89	146.811,51

En general podemos decir que es a partir de la crisis financiera cuando la inversión propia realizada por el empresario extremeño rural disminuye, siendo mayor el capital que necesita para arrancar su negocio. Este hecho puede frenar el desarrollo de iniciativas

empresariales al necesitar éstas una mayor disposición de fondos/financiación para acometer el lanzamiento de las mismas. Resultados similares obtenemos para el empresario extremeño urbano.

El inversor informal rural

Para GEM, otra de las figuras claves en el escenario financiero es el individuo que, en algún momento de los últimos tres años, ha destinado fondos personales a que otras personas inicien un negocio. Este individuo es un inversor privado informal que cuando provee de capital a personas con las que mantiene un vínculo muy estrecho (amigos, familiares, etc.), normalmente no espera un retorno de la inversión, y muchas veces del capital invertido. En cambio, cuando actúa como “business angel”, invierte capital de forma profesional buscando un beneficio en la inversión realizada. El inversor privado extremeño en el ámbito rural es fundamentalmente un inversor informal que actúa de una manera no profesional, suele ser hombre de unos 42 años, que invierte de media unos 11.808 €, frente a los 14.500 € del inversor informal urbano.

Si analizáramos el perfil de este inversor informal rural en los periodos comprendidos de 2003-2007 y de 2008-2011, observaríamos que sigue siendo un hombre de aproximadamente unos 42 años, pero que presenta una bajada en la inversión media, de aproximadamente unos 2.700 € (13.033 € vs. 10.278 €).

Razones del abandono de la actividad emprendedora

Como viene haciendo desde el año 2007, la encuesta GEM ha profundizado en el concepto de “cierre de negocio”, con la finalidad de analizar los principales motivos que han llevado al empresario extremeño a abandonar o cesar la actividad empresarial que estaba realizando.

Como puede observarse en la tabla 3, las principales razones alegadas por los empresarios extremeños

rurales para abandonar la actividad en el periodo 2005-2011, han sido la falta de rentabilidad y la oportunidad de vender el negocio. Encontrar otro trabajo u oportunidad, los motivos personales, la dificultad para encontrar financiación, jubilarse o la falta de clientes son otras razones dadas para el abandono de la actividad.

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, evidentemente han disminuido las razones por las que se abandonaba la actividad debido a que se encontraba otro trabajo, otra oportunidad o se tenía la ocasión de venderlo. Y por otro lado, han aumentado los motivos como la jubilación, la falta de rentabilidad del negocio, los motivos personales o incidentes que pueden haber hecho que el negocio se cierre.

TABLA 3. Motivos del cierre de las iniciativas emprendedoras rurales. 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	50	-	-	-	-	25	-
Tuvo la oportunidad de venderlo	-	-	100	-	-	-	-
Jubilación	-	-	-	-	-	25	14,7
Problemas para obtener financiación	-	32,4	-	-	-	-	14,7
Motivos personales	-	-	-	35,6	14,3	-	-
Otros motivos	-	47,6	-	-	-	-	-
El negocio no era rentable/Competencia	50	-	-	64,4	71,4	50	71,4
Falta de clientes	-	20	-	-	-	-	-
Incidente	-	-	-	-	14,3	-	-
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

2

ACTITUDES Y MOTIVACIONES DEL EMPRESARIO RURAL

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. Así pues, conocer a otros emprendedores, considerar que emprender es una buena opción profesional, ver noticias sobre emprendedores 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 en la población, bien sea ésta rural o urbana.

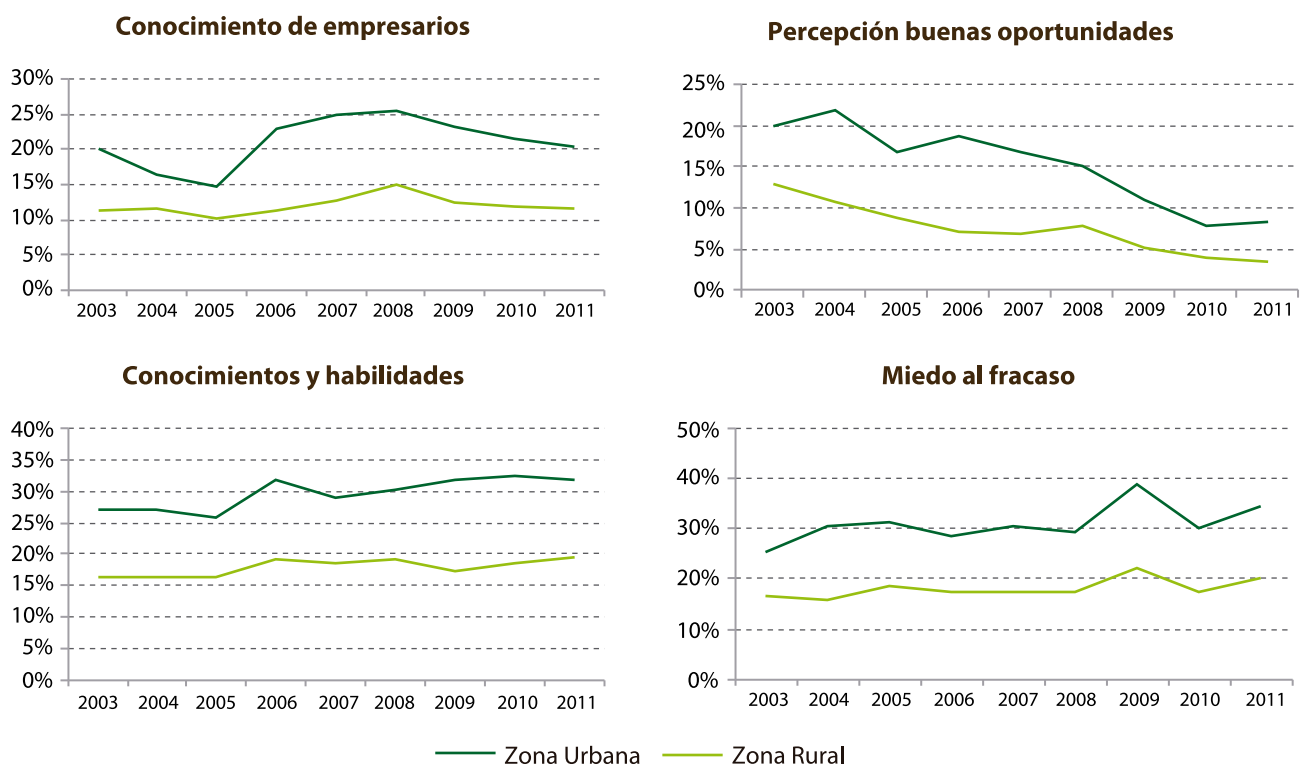
Actitudes y percepciones emprendedoras

En el gráfico 6, se puede observar para el periodo de tiempo comprendido entre los años 2003 y 2011 los

resultados de la encuesta realizada entre la población extremeña cuya edad está comprendida entre los 18 y los 64 años.

Es de resaltar cómo en el medio rural existe un menor porcentaje de población que conozca personalmente a otros emprendedores, con una media de 12,03% frente a un 21,10% en las zonas urbanas para el periodo 2003-2011. Del mismo modo, la percepción de oportunidades de negocio es considerablemente inferior en el medio rural (media de 7,43% vs. 15,12%), con un descenso esperado y muy notable en los últimos años. En cuanto a la percepción de conocimientos y habilidades para poder iniciar una actividad emprendedora, la población rural considera también en menor porcentaje (17,88% vs. 29,68% de media) estar capacitada para la realización de dicha actividad.

GRÁFICO 6. Evolución de las actitudes y percepciones emprendedoras por zona (% de respuestas afirmativas en cada categoría).



Es muy destacable, sin embargo, la existencia de un menor porcentaje de población rural (18,16% vs. 31,05% de media) que afirme sentirse atemorizada ante el posible fracaso de un nuevo negocio, ni siquiera en estos últimos años en los que un escenario de crisis económica como el actual pueda suponer un obstáculo para la asunción del riesgo siempre inherente en la creación de empresas.

A continuación, se presentarán estos mismos indicadores de percepción según la etapa de evolución en la trayectoria emprendedora, realizándose la misma diferenciación entre medio rural y urbano. La tabla 4, 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 4. Factores de influencia en la percepción emprendedora media urbana y rural según la etapa de emprendimiento. (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas). Periodo 2003-2011.

¿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
Zona Urbana	21,54	38,17	32,48	30,42	25,64
Zona Rural	15,70	24,59	26,78	22,33	17,89
¿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
Zona Urbana	13,72	27,11	22,73	20,4	15,91
Zona Rural	7,29	14,61	20,27	8,77	8,57
¿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
Zona Urbana	43,70	48,67	47,89	51,07	51,00
Zona Rural	32,53	33,19	40,97	38,30	38,44
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
	Población no emprendedora	Empresarios potenciales	Empresarios nacientes	Empresarios nuevos	Empresarios consolidados
Zona Urbana	22,21	21,29	17,40	20,43	17,94
Zona Rural	18,81	12,57	11,16	19,49	15,88

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 se presentan 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, los individuos perciben mayores conocimientos, habilidades y experiencias para crear una empresa, lo que se origina como consecuencia del desarrollo de dichas habilidades. Se puede observar cómo en las primeras etapas del desarrollo de la actividad emprendedora se han obtenido mayores porcentajes de individuos 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 la población rural y urbana, se puede apreciar claramente valores inferiores para el área rural en cada uno de los factores de

influencia en la percepción emprendedora. Así, en las zonas rurales hay entre 13,58 y 5,84 puntos porcentuales menos de individuos que conocen personalmente a algún emprendedor. De igual modo, hay entre 12,50 y 2,46 puntos porcentuales menos en las áreas rurales con respecto a las zonas urbanas, de individuos que opinan que habrá oportunidades de iniciar un negocio en los próximos meses. El número de individuos que opinan tener las suficientes habilidades y conocimientos para iniciar un negocio es también inferior en el área rural, en concreto entre 15,48 y 6,92 puntos porcentuales. Sin embargo, es destacable cómo en las zonas rurales no existe tanto temor al fracasar en una iniciativa emprendedora como en las zonas urbanas, fundamentalmente entre aquéllos que están pensando en iniciar una empresa.

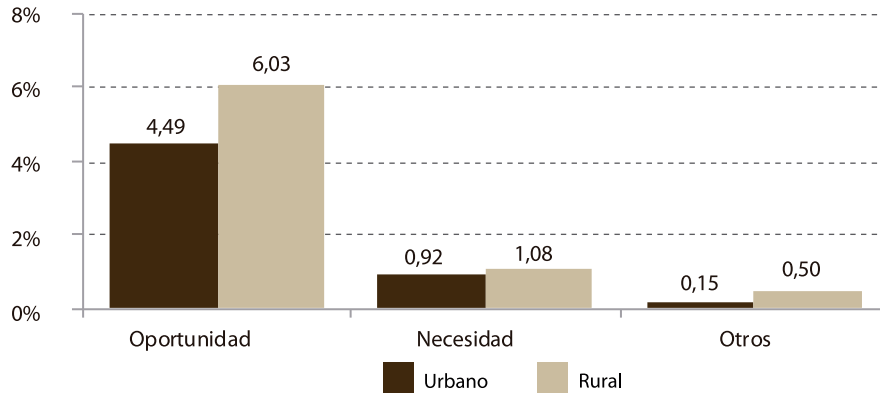
Motivación para emprender

El gráfico 7 muestra el porcentaje de personas que emprenden en el medio rural y el medio urbano 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 número de emprendedores que crean una empresa para aprovechar una oportunidad es mayor en las zonas rurales que en las zonas urbanas. En concreto,

el 6,03% de los individuos de zonas rurales inició un negocio motivado por el aprovechamiento de una oportunidad, frente al 1,08% que lo hizo debido a una necesidad.

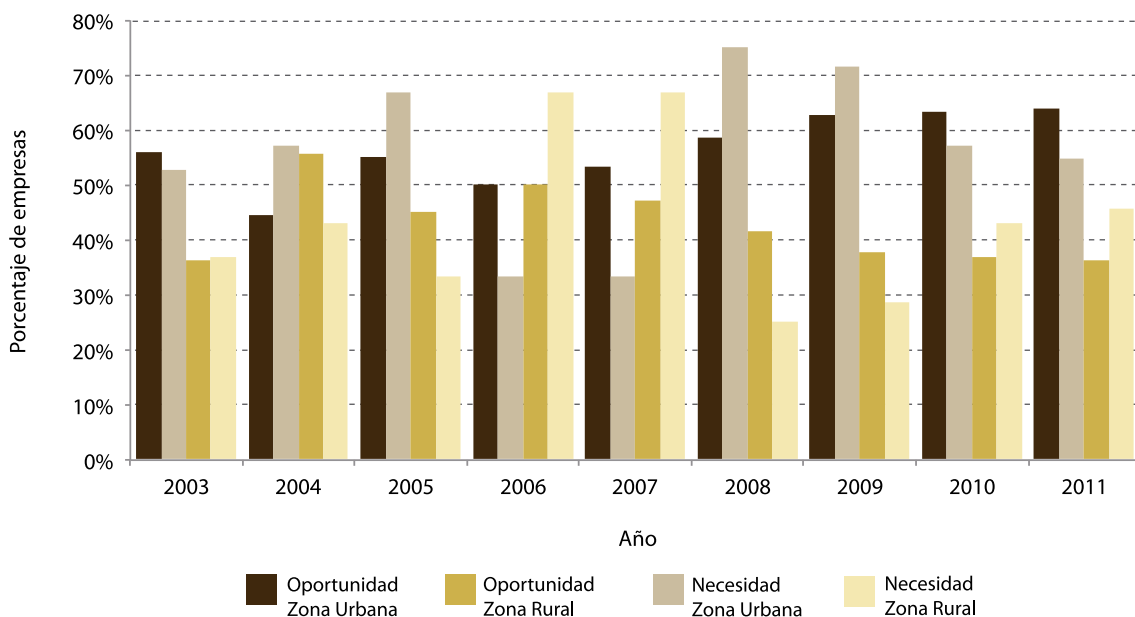
GRÁFICO 7. Porcentaje de personas que emprenden en zonas urbanas o rurales según el tipo de motivación. Periodo 2003-2011.



El gráfico 8, desagrega las motivaciones para emprender según sea el entorno y muestra el porcentaje de emprendedores que pertenecen a zonas rurales o urbanas. En él se revela cómo en la mayoría de los años se crean menos empresas por necesidad en el medio rural que en el urbano. Esta situación puede producirse por la mayor facilidad para realizar trabajos temporales en zonas agrícolas, lo que origina una pequeña fuente de ingresos que no existe en los grandes núcleos de población. Así mismo, también es

posible observar cómo el porcentaje de creación de empresas por oportunidad es bastante inferior en zonas rurales que en zonas urbanas, y fundamentalmente a partir del año 2007. Esta situación se puede producir por la situación de desventaja que poseen los individuos en zonas rurales en cuanto al volumen de ingresos, lo que supone una mayor dificultad a la hora de emprender ante las dificultades de los últimos años de encontrar fuentes de financiación que permitan crear una empresa.

GRÁFICO 8. Porcentaje de iniciativas emprendedoras según la motivación en zona urbana y rural.



La motivación personal es imprescindible para aprovechar las oportunidades de negocio existentes y la motivación personal es imprescindible para aprovechar las oportunidades de negocio existentes y convertirlas en nuevas empresas. Esta motivación se encuentra afectada tanto por la deseabilidad del propio individuo hacia la carrera profesional de empresario como por la deseabilidad general o apoyo social que pueda

encontrar en su entorno. La tabla 5 refleja algunos resultados en este sentido. En ellos se pueden apreciar cómo los individuos de zonas rurales presentan valores muy similares a los de zonas urbanas en las percepciones del emprendimiento como carrera deseable, la valoración del status de los emprendedores de éxito y la atención de los medios de comunicación sobre los empresarios.

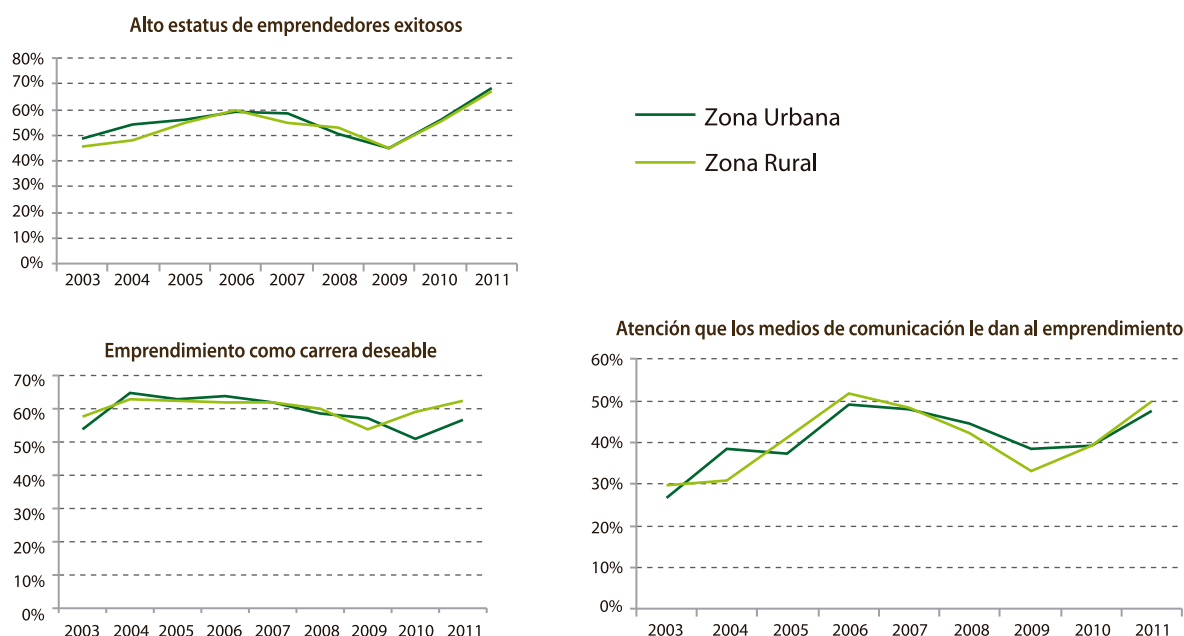
TABLA 5. Percepción media del emprendimiento como carrera deseable, status y atención de los medios de comunicación (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas). Periodo 2003-2011.

Emprendimiento como opción de carrera deseable		Alto estatus a los emprendedores exitosos		Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento	
Zona Urbana	Zona Rural	Zona Urbana	Zona Rural	Zona Urbana	Zona Rural
58,87	60,13	55,32	53,77	41,02	40,71

Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional para el 60,13% de los individuos de zonas rurales entre los años 2003 y 2011, frente al 58,87% de las zonas urbanas. Igualmente, en el entorno rural encontramos un 53,77% de personas en el periodo indicado que afirman que triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen

estatus social frente al 55,32% en zonas urbanas. Por último, el porcentaje de gente que piensa que los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en lo referente a noticias relacionadas con emprendedores de éxito son similares en el entorno rural y urbano, obteniéndose unos valores medios del 40,71% frente al 41,02%.

GRÁFICO 9. Evolución de la percepción del emprendimiento como carrera deseable, status y atención de los medios de comunicación (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas).



En el gráfico 9 se puede apreciar la similitud que existe en la percepción de los individuos de las áreas rurales y urbanas. A partir del año 2009 se aprecia en todos los gráficos un cambio de tendencia en las percepciones que los individuos tienen de los emprendedores, pues

al estar en plena crisis económica, los emprendedores 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.

3

ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS DEL EMPRESARIO RURAL

Podemos identificar las aspiraciones como el conjunto de expectativas que tiene el emprendedor sobre el desarrollo de la actividad que va a iniciar. Lógicamente son percepciones, y por lo tanto subjetivas. Este aspecto, más que restar, añade valor a los datos obtenidos, ya que la economía es una ciencia social donde las expectativas determinan su comportamiento.

Dentro de las aspiraciones del emprendedor, analizamos dos conceptos: el empleo (expectativas de generación de empleo inmediato y futuro) y la capacidad de competir.

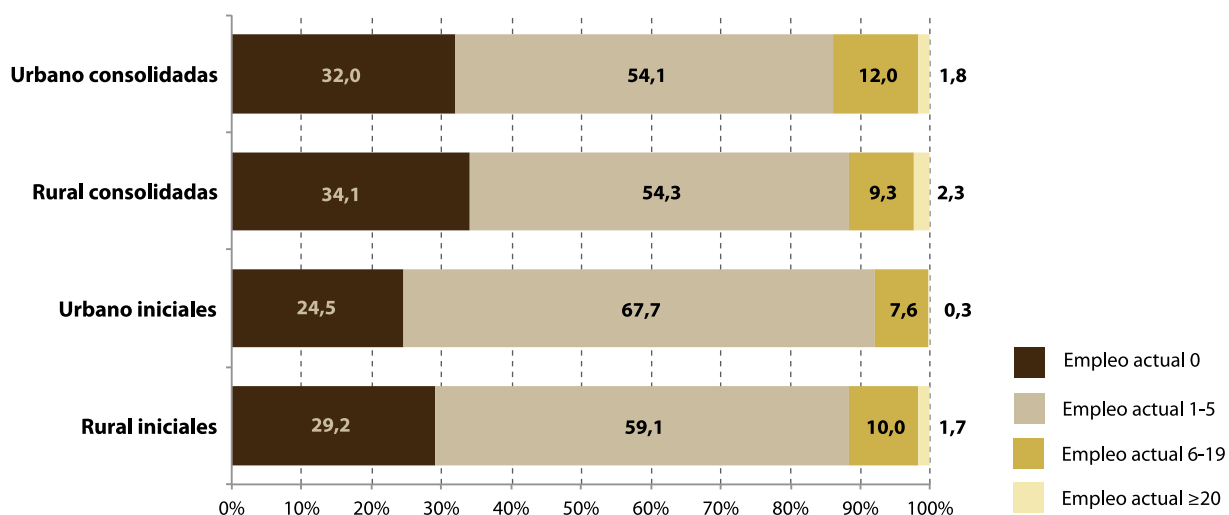
Empleo

Para estudiar el empleo utilizamos una doble clasificación. Por un lado, nos servimos de la clasificación

GEM en función de las fases del emprendimiento (empresas iniciales y consolidadas), y por otro, agrupamos las empresas según el tamaño de sus plantillas, 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.

Nótese que este apartado indica dos componentes del empleo: el empleo actual y el empleo futuro. El empleo actual indica el número de asalariados que tiene la empresa, sin incluir al empresario, siendo el empleo futuro el nivel que espera alcanzar en los próximos 5 años.

GRÁFICO 10. Porcentaje medio del número de trabajadores actuales según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.



A grandes rasgos, podemos indicar que en todas las empresas extremeñas, ya sean rurales o urbanas predominan las plantillas de 1 a 5 empleados (valores entre 67,7% y el 54,1%). En menor cantidad aparecen las que no tienen personal asalariado (en el intervalo del 34,1% y 24,5%). Posteriormente, encontramos negocios de entre 6 y 19 trabajadores (variando del 12,0% al 7,6%),

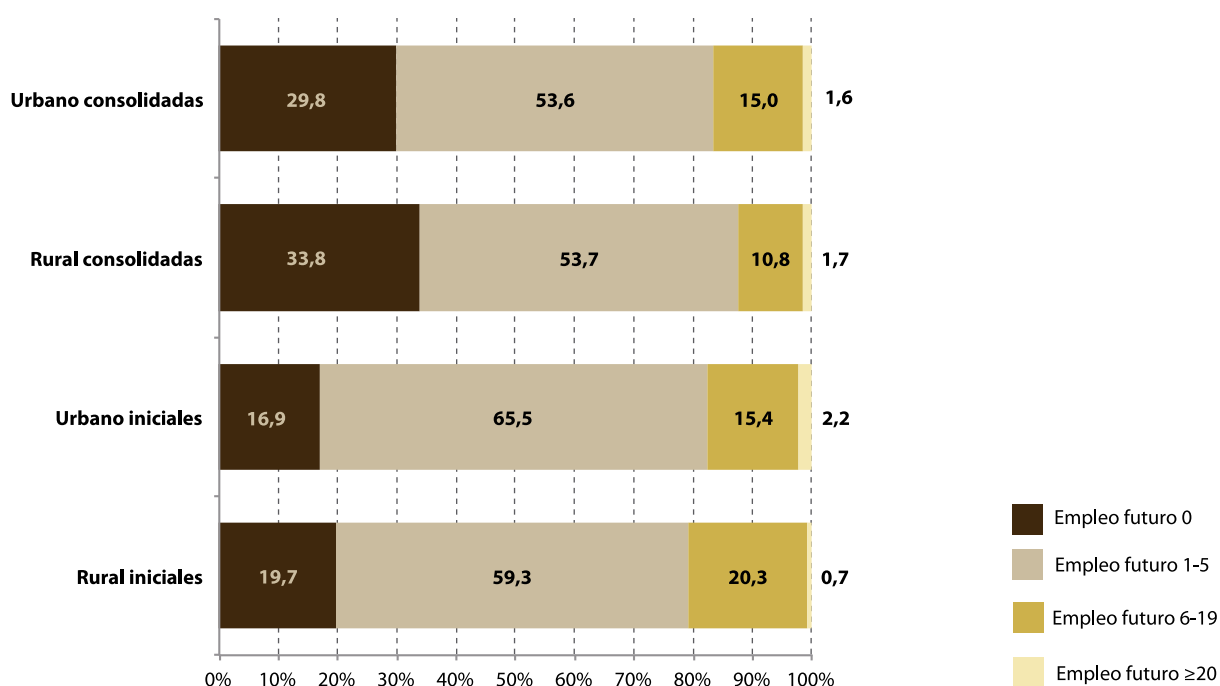
y como grupo menos representativo, aquéllos que emplean a 20 personas o más (del 2,3 al 0,3% de empresas).

En cuanto al empleo actual, la mayor identidad entre el ámbito rural y urbano se da en las empresas consolidadas, donde la estructura de empleo no

presenta variaciones significativas. En cambio, en las empresas iniciales sí que aparecen variaciones: las empresas rurales iniciales presentan menor concentración de empleo en torno a 1-5 trabajadores (al compararlas con las urbanas iniciales), dispersándose hacia el resto de los casos. Proporcionalmente, la mayor diferencia se encuentra en las empresas con 20 trabajadores o más, donde el porcentaje de las rurales es casi seis veces mayor (1,7% vs. 0,3%).

Cuando analizamos las expectativas de empleo, el primer aspecto a destacar es el optimismo generalizado sobre su generación a cinco años vista. Si comparamos el empleo actual con el empleo futuro, en general, se espera disminuir el número de empresas sin empleados o con 1-5 empleados, hacia empresas con plantillas de 6-19 empleados.

GRÁFICO 11. Porcentaje medio del número de trabajadores futuros según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Periodo 2003-2011.



En las empresas consolidadas, se aprecia, tanto en el ámbito rural como en el urbano, un desplazamiento hacia las empresas con 6-19 empleados, aunque siguen predominando las empresas con 1-5 empleados. No obstante, el ámbito urbano indica mayor proyección de crecimiento en el empleo, a pesar de que también aparece en el rural.

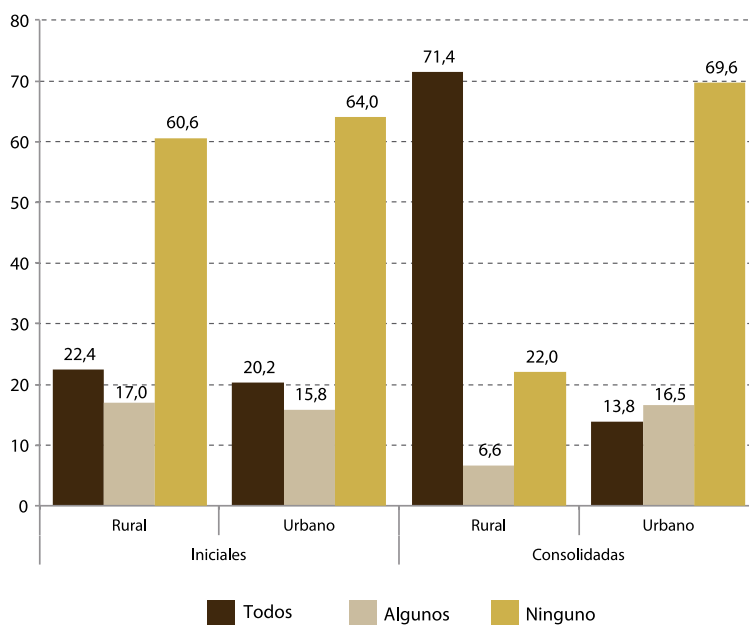
En las empresas iniciales, también se observa el mencionado desplazamiento pero con mayor intensidad que en las empresas consolidadas. Aproximadamente el 20% de las iniciativas rurales iniciales no prevén incrementar su plantilla. El 20,3%

esperan tener entre 6 y 19 empleados, mientras que casi el 60% esperan tener entre uno y cinco, frente al 65% de las urbanas.

Competitividad

Medimos la capacidad de competir de las empresas rurales (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.

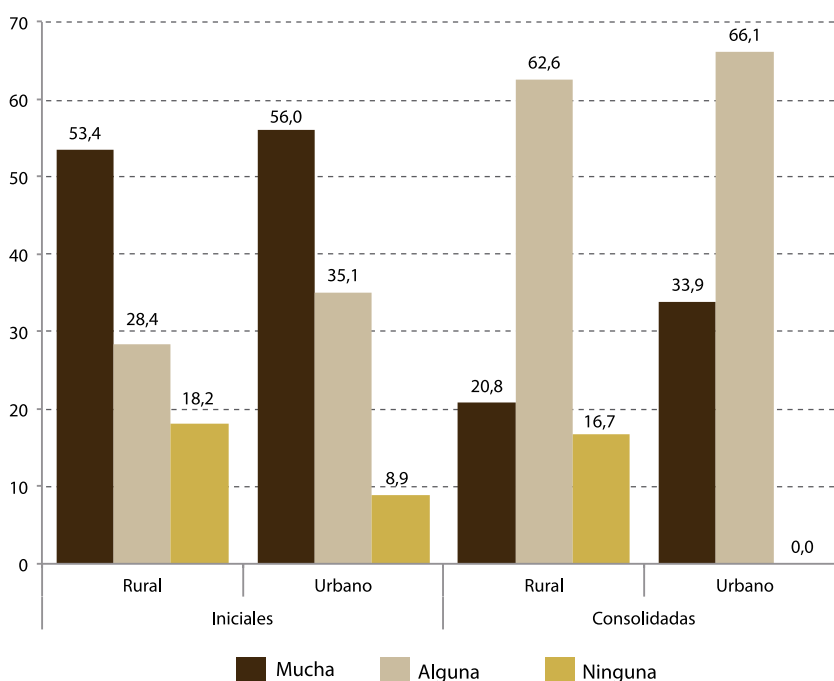
GRÁFICO 12. Porcentaje medio de nuevos productos y servicios según la etapa de evolución de la fase emprendedora (%). Periodo 2003-2011.



Observando los nuevos negocios se aprecia una mayor (aunque moderada) capacidad innovadora productiva del mundo rural sobre el urbano. Son las iniciativas urbanas las que en mayor proporción ofrecen productos que no serán percibidos como nuevos para sus potenciales consumidores.

Esta tendencia se acelera en las empresas consolidadas. Sobre los nuevos productos, el empresariado rural oferta el asombroso resultado de 71,4% de productos nuevos (frente al 13,8% de los negocios urbanos).

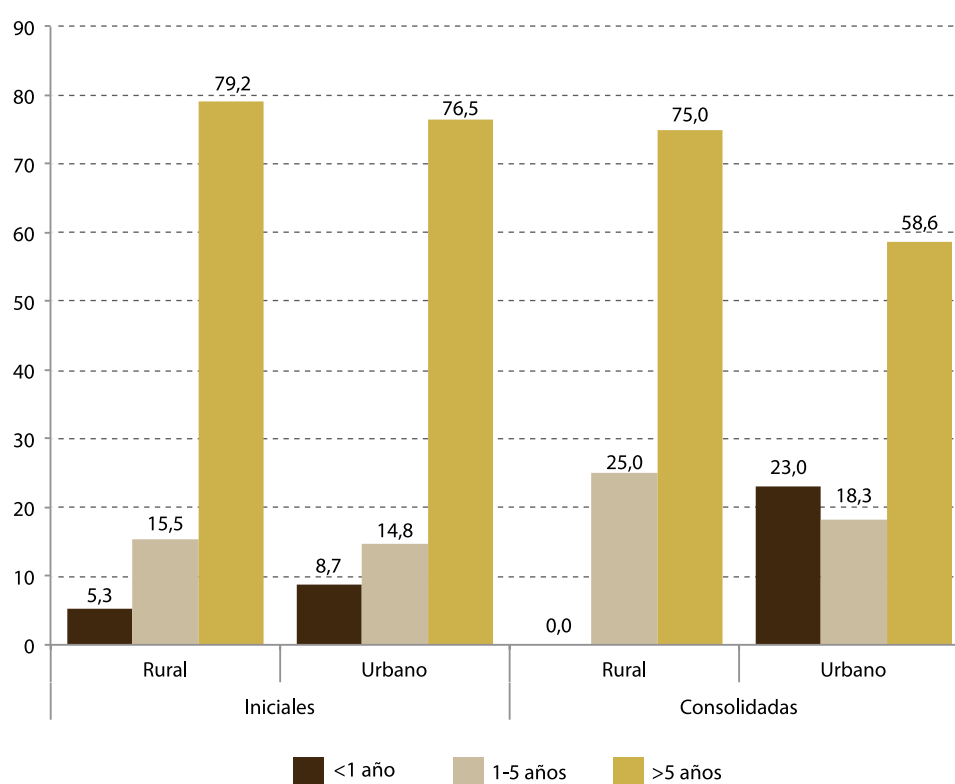
GRÁFICO 13. Nivel de competencia esperado (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora (%). Periodo 2003-2011.



El ámbito rural se diferencia claramente del urbano al considerar el nivel de competencia esperado en el mercado, y dicha diferencia es palpable en todas las fases de la creación de empresas. Por un lado, el 18,2% de las empresas rurales en fases iniciales señalan que no encontrarán ninguna competencia a los bienes y servicios que ofertan, frente al 8,9 % de las urbanas. Por

otro, en las empresas consolidadas, volvemos a encontrar que la tendencia se acentúa (tal como pasaba en los nuevos productos), ya que un 16,0% de las empresas consolidadas rurales indican que prevén no tener competidores, y en los negocios consolidados urbanos no encontramos ninguna empresa que sostenga dicha afirmación.

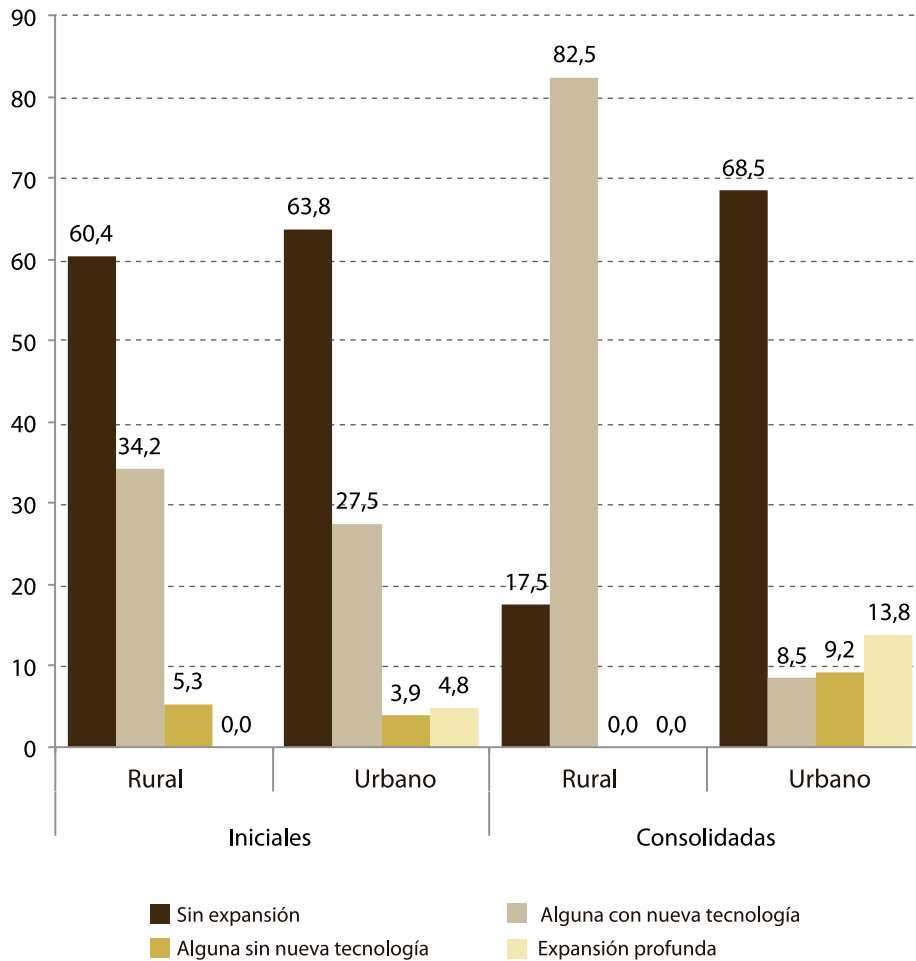
GRÁFICO 14. Antigüedad de la tecnología utilizada (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora (%). Periodo 2003-2011.



Si el ámbito rural se mostraba más competitivo sobre la producción y la competencia, sale perjudicado respecto al nivel tecnológico. En las empresas iniciales, los usos tecnológicos indican una leve antigüedad de la empresa rural, no obstante, la mayoría de los negocios, independiente de su ámbito, utilizan una tecnología que está disponible hace más de 5 años (79,2% de las rurales

y 76,5% de las urbanas). En la comparación del tejido empresarial consolidado, no encontramos ninguna empresa rural que disponga de tecnología puntera (frente al 23,0% de las urbanas), y aunque en ambas predominan las empresas con tecnología disponible hace más de 5 años, las empresas rurales consolidadas indican mayor proporción en el uso de dicha tecnología.

GRÁFICO 15. Expansión esperada (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora (%). Periodo 2003-2011.



A grandes rasgos, las empresas rurales lideran la expansión moderadamente (sin apoyarse en nuevas tecnologías), y aunque de forma global presentan mayores expectativas de expansión, no existen empresas rurales que pronostiquen expansiones profundas.

En las fases iniciales, las empresas rurales y urbanas presentan niveles de expansión aproximados, mas destaca que ninguna empresa rural albergue expectativas de expansión profunda en el mercado, mientras que un 4,8% de sus homónimas urbanas si lo manifiestan. A pesar de este dato, la expansión moderada sin apoyo tecnológico es superior en el ámbito rural. Este aspecto es especialmente significativo

en las empresas consolidadas, que se verifica en el 82,5% de las empresas rurales.

En el nivel consolidado, las empresas rurales pronostican mayor expansión que las urbanas, ya que el 82,5% de las rurales esperan expandirse (aunque sea de forma moderada y sin nuevas tecnologías). No obstante, hay que destacar que en el nivel urbano, un 13,8% de los negocios esperan ampliar sus mercados de forma profunda. Esto es, las expectativas del ámbito rural son más generalizadas, mientras que en el ámbito urbano son menores, pero con un grupo representativo más ambicioso.

CONDICIONES DEL ENTORNO RURAL PARA EMPRENDER

Las diferentes teorías socioculturales o institucionales que tratan de explicar la aparición de nuevas empresas ponen su acento en la importancia que tienen los factores del entorno en este fenómeno. Cada vez más investigadores, desde diferentes puntos de vista, tratan de averiguar en qué medida son determinantes esos factores y cómo deben moldearse para favorecer un entorno más propenso a la creación empresarial y a la generación de empleo.

Desde el proyecto GEM se está tratando de hacer esta aproximación a los diferentes factores del entorno para emprender a través de expertos locales en el ámbito del "entrepreneurship", que aportan su valoración de las diferentes condiciones del entorno emprendedor en su contexto más cercano. Para ello, se han realizado encuestas personales a expertos residentes en la comunidad autónoma que están relacionados de una

manera directa con las diversas condiciones de entorno. Los expertos valoran la realidad de la comunidad en cada uno de los factores que influyen en el emprendimiento. Los resultados, aunque año tras año se vienen mostrando como valores bastante estables⁷, deben ser tomados más como medias de tendencia que nos acercan a la realidad medida, que como valores sólidamente constituidos.

Para realizar nuestra aproximación al ámbito rural, hemos separado las opiniones de los expertos que habitan o trabajan en entornos rurales, de los expertos de zonas urbanas. Hemos considerado un periodo de análisis de 9 años examinándolo en su conjunto, y a la vez, discriminándolo en dos periodos que creemos pueden ser muy significativos en este marco temporal, antes de la crisis económica (2003-2007) y desde que ésta se ha iniciado (2008-2011).

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 de los expertos rurales y urbanos, lo que nos da una visión general del entorno en el periodo 2003-2011. El gráfico 16, nos muestra las diferentes condiciones del entorno, que reflejan las perspectivas de unos expertos y otros sobre la situación del contexto general durante los nueve años del análisis. En él vemos

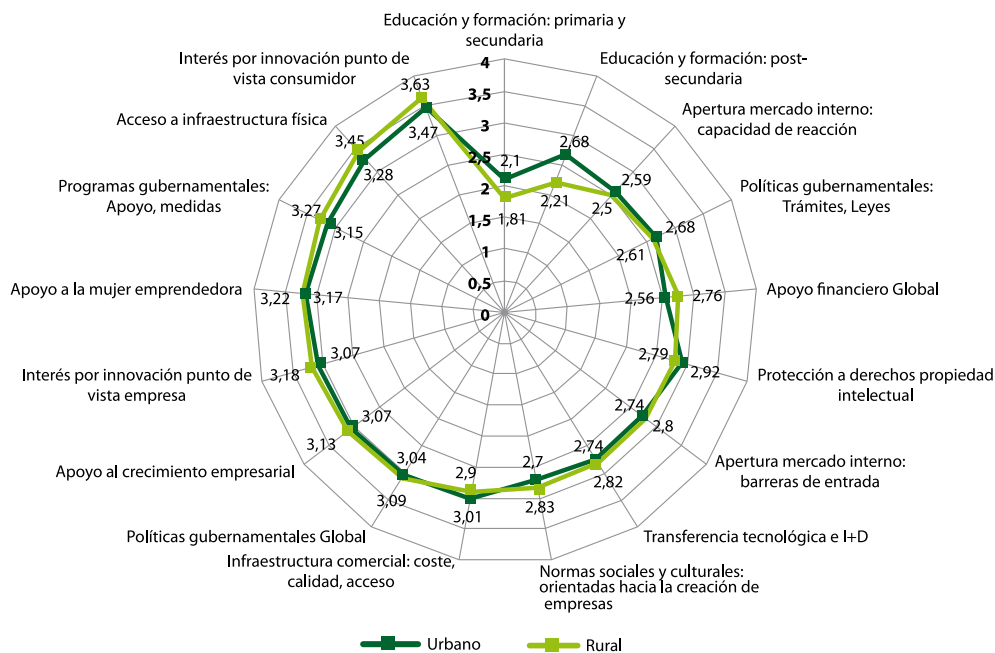
que hay prácticamente ocho condiciones que superan el valor medio de tres: el interés por la innovación, ya sea por parte del consumidor o de las empresas, el acceso a la infraestructura física, el marco general de apoyo y medidas de políticas y programas gubernamentales, el apoyo a la mujer emprendedora y al crecimiento de empresas y la infraestructura comercial y profesional, aunque en este caso los expertos rurales no llegan a aprobarla por muy poco.

⁷ 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.

Entre los factores con valoraciones 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 protección de sus derechos de propiedad intelectual, la transferencia tecnológica de I+D y las normas sociales y culturales que pueden favorecer el emprendimiento.

GRÁFICO 16. Valoración media por los expertos rurales/urbanos de las condiciones específicas del entorno. Periodo 2003-2011.



Como podemos observar, no hay grandes diferencias entre la visión que nos ofrecen unos expertos y otros, ya que sus valoraciones son muy parejas. Si bien, en el entorno rural parece que la educación en todos sus niveles está aún peor valorada que en las zonas urbanas, al igual que sucede con la protección de los derechos de propiedad intelectual. En cambio, se valora más el apoyo financiero global al emprendedor, el acceso a las infraestructuras físicas, el interés por la innovación, las normas sociales y culturales, la transferencia tecnológica de I+D o las diferentes políticas y programas de apoyo que vengan de las administraciones públicas

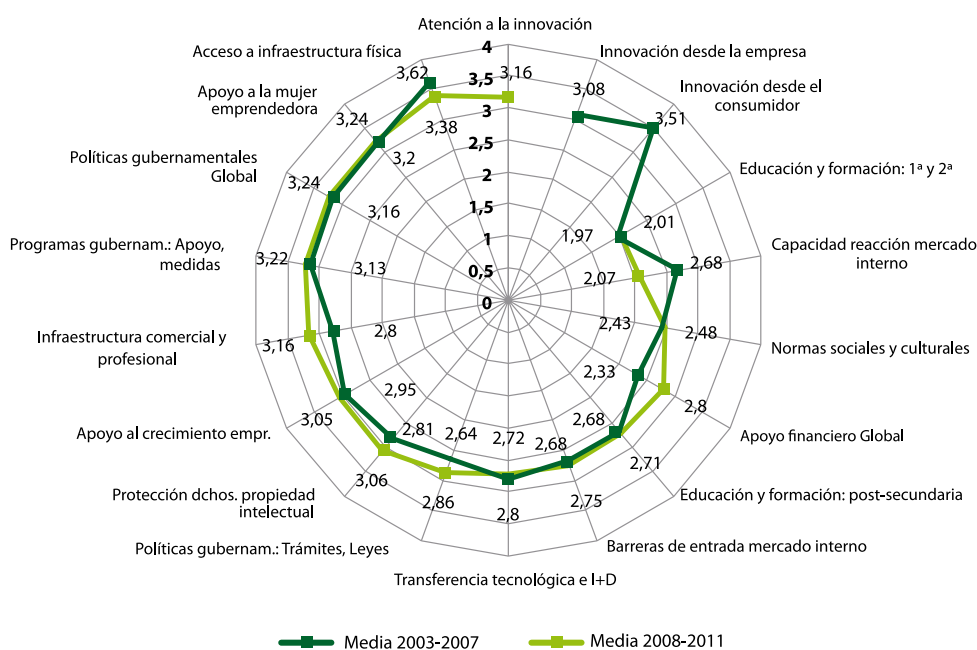
Por otro lado, al tratar de averiguar si la crisis ha incidido en las opiniones de los expertos cuando analizan el entorno, observamos, como nos muestra el gráfico 17, que cinco de las condiciones de entorno empeoran su valoración con la crisis, ocho permanecen estables, aunque siete de ellas con ligerísimos descensos, y sólo dos la mejoran. Así, los expertos hacen hincapié en la capacidad de reacción que están teniendo las empresas para adaptarse a las adversas circunstancias del mercado y a la posibilidad de que puedan acceder a las diferentes

infraestructuras físicas. En cambio, destacan la falta de apoyo financiero a las empresas y el empeoramiento de las infraestructuras comerciales y profesionales, que evidentemente se han visto afectadas también por la crisis: además, valoran peor las políticas gubernamentales en cuanto a trámites y legislación, el apoyo al crecimiento de las empresas y la protección a los derechos de propiedad intelectual.

Por último, permanecen más o menos estables la educación en todos sus niveles, las políticas y programas generales de apoyo al emprendimiento o las normas sociales y culturales entre otros.

En cuanto a las condiciones que promueven y limitan el emprendimiento en Extremadura, hemos recogido la opinión de los expertos rurales en dos periodos muy determinados, antes de la crisis económica (2003-2007) y desde que ésta se ha iniciado hasta 2011. La separación en estas dos etapas nos ofrecerá la oportunidad de conocer cómo han evolucionado con la aparición de la crisis las condiciones del entorno en la región.

GRÁFICO 17. Valoración media por los expertos de las condiciones específicas del entorno. Periodos 2003-2007 y 2008-2011.



La tabla 6 nos muestra en porcentaje, el número de veces que los expertos rurales mencionan una determinada condición de entorno como freno o impulso de la actividad emprendedora. Respecto a los factores de freno, podemos decir que éstos se mantienen aunque cambia sustancialmente la importancia que le otorgan los expertos. Así, las normas sociales y culturales, las políticas y programas gubernamentales, el apoyo financiero o el acceso a la infraestructura física son los principales factores que están limitando la aparición y el desarrollo de nuevas empresas. No obstante, la valoración durante el periodo de crisis ha cambiado de forma apreciable. El apoyo financiero, que incrementa un 68,7% su número de respuestas, es recogido ahora como el principal escollo para emprender, y aunque los mencionados anteriormente siguen existiendo, se incrementan de forma importante los que tienen que ver con los recursos humanos, como la capacidad para emprender de los extremeños, que sube un 159%, la educación y formación emprendedora o la existencia de fuerza laboral disponible con las habilidades y capacidades necesarias para trabajar a un coste asequible. También se incrementan aquéllas relacionadas con el mercado, como el clima económico, que crece un 140%, o la apertura del mercado interno, que lo hace en un 13,20%.

Por otro lado, en época de crisis pierden cierta fuerza como factores de freno, las normas sociales y culturales (62,8% vs. 52%), las políticas gubernamentales (35,60% vs. 28%), el acceso a la infraestructura física (28,30% vs. 20%) o los programas gubernamentales (20% vs. 12%) que caen de la quinta a la novena posición.

En cuanto a los factores de impulso, los más citados antes y durante la crisis han sido las políticas y programas gubernamentales y el clima económico, que no sólo mantienen sus porcentajes de respuestas sino que los incrementan. Los programas y políticas del gobierno un 5,51% y el clima económico un 24,57%. El resto de las condiciones de entorno han sufrido más o menos variaciones. Así, han crecido de forma importante como factores favorecedores del emprendimiento la educación y formación (un 44,33%), el apoyo financiero (un 66,7%) o la capacidad para crear empresas y las normas sociales y culturales, que crecen un 20,3%.

En cambio, pierden valor como factor de tracción el acceso a la infraestructura física, que desciende del puesto 3 al 6 y un 50% en sus respuestas, o el acceso al mercado interno, que pasa del puesto 5 al 12 perdiendo un 63,13% de valoración.

TABLA 6. Factores de freno e impulso por categorías según los expertos rurales. Periodos 2003-2007 y 2008-2011.

FACTORES DE FRENO POR CATEGORÍAS					
Ranking	2003-2007	% de la Tabla	Ranking	2008-2011	% de la Tabla
1	Normas Sociales y Culturales	62,80%	1	Apoyo financiero	56,00%
2	Políticas Gubernamentales	35,60%	2	Normas sociales y culturales	52,00%
3	Apoyo financiero	33,30%	3	Capacidad para emprender	36,00%
4	Acceso a Infraestructura Física	28,30%	4	Políticas Gubernamentales	28,00%
5	Programas Gubernamentales	20,00%	5	Acceso a Infraestructura Física	20,00%
6	Educación y Formación	18,90%	6	Educación y Formación	20,00%
7	Capacidad para crear empresas	13,90%	7	Clima Económico	12,00%
8	Contexto Político, Institucional y Social	11,70%	8	Apertura al Mercado	12,00%
9	Composición población percibida	10,60%	9	Programas Gubernamentales	12,00%
10	Apertura al Mercado	10,60%	10	Composición población percibida	8,00%
11	Transferencia de I+D	8,30%	11	Fuerza laboral	4,00%
12	Clima Económico	5,00%	12	Contexto Político, Institucional y Social	0,00%
13	Fuerza Laboral	3,30%	13	Infraestructura Profesional y Comercial	0,00%
14	Infraestructura Profesional y Comercial	2,80%	14	Transferencia de I+D	0,00%

FACTORES DE IMPULSO POR CATEGORÍAS					
Ranking	2003-2007	% de la Tabla	Ranking	2008-2011	% de la Tabla
1	Políticas Gubernamentales	41,70%	1	Programas Gubernamentales	44,00%
2	Programas Gubernamentales	41,10%	2	Políticas Gubernamentales	44,00%
3	Acceso a Infraestructura Física	30,00%	3	Clima Económico	36,00%
4	Clima Económico	28,90%	4	Educación y Formación	28,00%
5	Apertura al Mercado	21,70%	5	Apoyo financiero	24,00%
6	Educación y Formación	19,40%	6	Acceso a Infraestructura Física	20,00%
7	Contexto Político, Institucional y Social	15,00%	7	Composición población percibida	16,00%
8	Apoyo financiero	14,40%	8	Capacidad para emprender	16,00%
9	Normas Sociales y Culturales	13,90%	9	Normas Sociales y Culturales	16,00%
10	Capacidad para crear empresas	13,30%	10	Transferencia de I+D	12,00%
11	Transferencia de I+D	10,00%	11	Contexto Político, Institucional y Social	8,00%
12	Infraestructura Profesional y Comercial	7,80%	12	Apertura al Mercado	8,00%
13	Composición población percibida	5,60%	13	Infraestructura Profesional y Comercial	4,00%
14	Fuerza laboral	0,60%	14	Fuerza laboral	0,00%

Por otro lado, los expertos rurales también nos ofrecen diferentes medidas o recomendaciones que pueden tomarse para incrementar la actividad emprendedora en la comunidad autónoma antes y durante la crisis económica. Como observamos en la tabla 7, los expertos siguen apostando, incluso más que antes, por una educación y formación en los diferentes niveles de

enseñanza en la que se inculque una filosofía emprendedora, y por la presencia de las políticas gubernamentales en el proceso emprendedor, que además restrinjan la excesiva burocracia en el mismo. Además, cobran especial importancia las normas sociales y culturales (16,10% vs, 36%), que con una subida del 123,6%, nos indican la importancia de la

cultura emprendedora y de la buena imagen del empresario; o la capacidad para emprender, que se incrementa en un 88,68%, como elemento de respuesta ante la crisis. También demandan los expertos un mayor apoyo financiero en forma de capital con préstamos o para capital social, subvenciones, ayudas al inicio, etc., para las nuevas empresas o las que están en crecimiento.

En cambio, hacen menos hincapié en la orientación del gobierno regional hacia los programas gubernamentales de apoyo a las nuevas empresas (un 32,58% menos), aunque sí en su calidad; o en la accesibilidad de los empresarios a las infraestructuras físicas, que descienden un 43,12% en su valoración.

TABLA 7. Recomendaciones por categorías según los expertos rurales. Periodos 2003-2007 y 2008-2011.

RECOMENDACIONES POR CATEGORÍAS					
Ranking	2003 - 2007	% Tabla	Ranking	2008 - 2011	% Tabla
1	Educación y Formación	54,40%	1	Educación y Formación	56,00%
2	Políticas Gubernamentales	46,10%	2	Políticas Gubernamentales	48,00%
3	Programas Gubernamentales	35,60%	3	Normas Sociales y Culturales	36,00%
4	Apoyo financiero	22,20%	4	Apoyo financiero	28,00%
5	Acceso a Infraestructura Física	21,10%	5	Programas Gubernamentales	24,00%
6	Normas Sociales y Culturales	16,10%	6	Capacidad para emprender	20,00%
7	Transferencia de I+D	15,00%	7	Acceso a Infraestructura Física	12,00%
8	Contexto Político, Institucional y Social	11,70%	8	Apertura al Mercado	8,00%
9	Capacidad para crear empresas	10,60%	9	Transferencia de I+D	8,00%
10	Infraestructura Profesional y Comercial	9,40%	10	Contexto Político, Institucional y Social	4,00%
11	Apertura al Mercado	8,90%	11	Composición población percibida	4,00%
12	Composición población percibida	1,70%	12	Infraestructura Profesional y Comercial	4,00%
13	Fuerza laboral	1,10%	13	Fuerza laboral	0,00%
14	Clima Económico	0,60%	14	Clima Económico	0,00%

En definitiva, en estos tiempos de crisis, para fomentar la actividad emprendedora los expertos rurales 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. Además, estiman que deben existir políticas y programas gubernamentales de calidad que graviten sobre el proceso emprendedor, y que éste debe ser apoyado con recursos financieros de todo tipo.

5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Durante los últimos años hemos venido asistiendo al impacto que la recesión económica ha provocado en la actividad emprendedora. No obstante, a partir de 2011 los datos obtenidos por GEM nos revelan un alza en los índices emprendedores de la Unión Europea y de España, aunque en ellos, haya tenido un importante peso la necesidad. Necesidad que se ha hecho más visible en las zonas rurales.

En este sentido, el emprendimiento rural puede influir de forma importante, no sólo frenando la degradación de territorios ya afectados por la recesión y el éxodo rural, sino también actuando como fuente de oportunidades en diferentes sectores. El desarrollo que se ha producido en las últimas décadas en las infraestructuras físicas y de comunicaciones otorga la posibilidad de que el ámbito rural sea un lugar muy competitivo para la ubicación de cualquier tipo de actividades económicas.

Esto lo hemos venido viendo en Extremadura, en la que casi el 90% de sus municipios son rurales, y en la que la tasa media de actividad emprendedora rural ha sido en los últimos nueve años del 7,61%, frente al 5,56% de la tasa media urbana. No obstante, las zonas rurales se han visto más afectadas por la crisis, ya que su tasa emprendedora media después del comienzo de ésta ha descendido casi un 50% frente al 25,63% de la urbana. Esto ha provocado que las dos tasas sean muy similares desde el 2008 para acá (4,93% vs. 4,7%), lo que nos indica una mayor sensibilidad y/o debilidad del emprendimiento rural para resistir ante condiciones inciertas y de recesión económica. Quizás, como veremos más adelante, la prevalencia de una menor percepción de oportunidades, el auto reconocimiento de una menor posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender o la posesión de una menor red social de emprendedores, puedan explicar en parte esta debilidad. Si a esto unimos que entre los factores de freno a la actividad emprendedora citados por los expertos rurales encontramos en primer lugar a las

normas sociales y culturales, creemos que es imprescindible elevar la escala de valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población en general y de las zonas rurales en particular para fomentar la aparición de nuevas iniciativas empresariales.

Por otro lado, cuando analizamos el tipo de motivación para la puesta en marcha de nuevas actividades empresariales, vemos que la oportunidad ha estado guiando la mayor parte de las iniciativas, tanto en el ámbito rural como en el urbano (6,03% vs. 4,49%), y tanto en las diferentes provincias como en sus áreas. No obstante, en el mundo rural la caída de las tasas tanto por oportunidad como necesidad ha sido mayor. Es más, en las zonas urbanas las tasas por necesidad han aumentado un 10,8% con la crisis, mientras que en las zonas rurales han descendido de media casi un 30%, excepto en las áreas Norte y Sur, donde incluso han llegado a subir un 413,33% y un 37% respectivamente. Ante esta situación, y teniendo en cuenta la opinión de los expertos, 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 (sobre todo en ciertas zonas), tanto con medidas financieras como de asesoramiento, consultoría y tutorización, que otorguen más posibilidades de supervivencia a las nuevas iniciativas, y en particular, a estos emprendimientos precarios que surgen debido a la necesidad.

El emprendimiento en el medio rural se ha llevado a cabo fundamentalmente por hombres (62,09%), mientras que el entorno urbano, la mujer, con un 43,80%, ha participado más que la mujer rural (37,91%). La horquilla de edad del emprendedor rural es más amplia que en el medio urbano, ya que emprenden desde los 25 hasta los 54 años, mientras que en las poblaciones de más de 5.000 habitantes los grupos de edad más mayoritarios están entre los 25 y 44 años. Parece que el entorno rural otorga mayores

posibilidades de emprendimiento a personas con más edad, aunque la media de edad del emprendedor rural sea similar a la del urbano (40 frente a 39 años). Es 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 peculiaridades de vida.

Por otro lado, encontramos casi un 10% menos de emprendedores con estudios universitarios en los ambientes rurales (55,88% vs. 65,19%), que emprenden más con menor preparación formal (44,12% vs. 34,81%) y menor nivel de renta (1.200 € - 1.800 €), aunque podemos decir que, entorno al 71% en ambas zonas emprenden con rentas medias o altas y con una situación laboral de empleo a tiempo completo o parcial en la casi totalidad de los casos. La definición de los grupos objetivos a los que dirigir los programas públicos son claros en este caso. El emprendedor está trabajando y además, tiene una carencia de formación, en muchos casos, universitaria. Programas que animen a los universitarios a emprender en entornos rurales, quizás en sus lugares de origen, que formen en capacidades emprendedoras o que eleven el nivel formativo de la población rural, podrían ser positivos para la aparición de empresas.

En el 58% de los casos las nuevas empresas se crean sin socios, invirtiendo en sectores orientados al consumidor o de transformación, 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, el número de empresas con un solo socio es mayor en las zonas rurales que en las urbanas (74,1% vs. 66,1%). Quizás tenga que ver en ello los valores culturales, o el que las redes sociales emprendedoras sean menores en el mundo rural.

Los emprendedores rurales extremeños han acudido escasamente a la financiación para conseguir los 92.254 € que han necesitado de media para montar su negocio durante la etapa 2003-2011, ya que el 95% del mismo lo han puesto ellos mismos. Con la crisis económica la

situación ha variado notablemente. Si antes de producirse ésta eran capaces de crear su empresa con casi 40.000 €, de los que solían poner unos 23.000 €; con la llegada de la recesión económica los emprendedores rurales vienen necesitando un 90% más de capital para comenzar su negocio, mientras que pueden poner un 21% menos. Parte de este capital 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 11.808 € antes de la crisis y un 21% menos después del comienzo de ésta.

El apoyo financiero al emprendedor, especificado por los expertos como un factor de freno a la actividad emprendedora, y como una de sus principales recomendaciones, más aún después del comienzo de la crisis económica, es un elemento crucial en el arranque y desarrollo de las nuevas empresas. Sin duda, no será fácil que las entidades financieras recuperen su papel de intermediarios financieros e impulsores de la actividad económica, pero es imprescindible y prioritario que esto suceda para que el crédito a empresas y particulares pueda reactivar la economía, y la actividad emprendedora, sobre todo en las zonas rurales, donde se ha hecho más caro emprender y se cuenta con menores recursos financieros en la actualidad. No obstante, y a pesar de la incidencia de la situación económica, el inversor informal, se ha venido mostrando como un pilar fundamental de apoyo para cubrir las carencias financieras, pero serían convenientes medidas específicas de apoyo para cada una de las fases del proceso emprendedor.

Estas dificultades de financiación han hecho que muchas empresas se vean abocadas al cierre. En el ámbito rural, el abandono de la actividad por parte del empresario, se ha debido fundamentalmente a razones de falta de rentabilidad, oportunidades que le han surgido para trabajar en otro sitio o para la venta del propio negocio. La crisis ha hecho disminuir estas oportunidades, ha incrementado la falta de rentabilidad debida una mayor competencia y menor mercado, y seguramente, ha forzado a muchos empresarios a abandonar su actividad, bien por la vía de la jubilación o bien por otros motivos personales.

La prevalencia de valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población, sin duda influyen en la actividad emprendedora de ésta. En el ámbito rural extremeño existen ciertas diferencias en esta cultura de valores y elementos emprendedores, con respecto al entorno urbano. Así, se perciben menos oportunidades de negocio (7,43% vs. 15,12%), se cree que se tienen menos conocimientos y habilidades para poder iniciar una actividad emprendedora (17,88% vs. 29,68%) y se posee una red social emprendedora menor (12,03% vs. 21,10%). Sin embargo, también existe un significativo menor temor al fracaso a la hora de emprender (18,16% vs. 31,05%) en el mundo rural. Mientras que, apenas existe diferencia, o es levemente favorable al ámbito rural, en las percepciones de la población referidas al emprendimiento como buena opción profesional (60,13% vs. 58,87%), al buen status social y económico de los emprendedores de éxito (55,32% vs. 53,77%) y a la percepción de que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito (41,02% vs. 40,71%).

En este sentido, en el que hemos analizado percepciones y actitudes de la población, los datos han sido elocuentes. Y los programas gubernamentales habrían de ir dirigidos a enseñar y fomentar el descubrimiento de oportunidades de negocio, a formar en conocimientos y habilidades emprendedoras y promover redes de empresarios de conocimiento mutuo y por parte de la población.

Casi el 30% de las empresas rurales no crean empleo y casi el 20% no tiene expectativas de crearlo a cinco años

vista. Entre las empresas urbanas, el 25% no crea empleo, pero sólo el 16,9% no espera tener algún empleado al cabo de cinco años. Entre las empresas que sí crean empleo, el 67,7% de las urbanas generan entre uno y cinco puestos de trabajo, frente al 59,1% de las rurales. Y casi el 8% de las urbanas crea más de cinco puestos de trabajo, frente al 11,7% de las rurales. Además, el 80,3% de las rurales y el 83,1% de las urbanas esperan generar puestos de trabajo al cabo de cinco años.

Sin duda, la mejor política de empleo es la de moldear el entorno para que sea más fácil a los empresarios crear puestos de trabajo, pero no se crearán, si como decía Jim Clifton⁸ (2011), no se implican las universidades, los innovadores y los líderes locales. Políticas que tengan en cuenta estos tres pilares son imprescindibles para crear entornos favorables al emprendimiento y la innovación.

En las nuevas empresas rurales parece observarse una mayor capacidad innovadora (aunque moderada) en alguno de sus componentes que entre las nuevas empresas que inician su actividad en poblaciones mayores de 5.000 habitantes. Así, casi el 40% de las empresas rurales frente al 36% de las urbanas, creen que sus potenciales clientes considerarán sus productos/servicios como novedosos o esperan una expansión exterior. Mientras que el 18,2% de las iniciativas rurales, frente al 8,9% de las urbanas, creen que no tendrán ningún competidor en el mercado. Por el contrario, las zonas rurales se muestran claramente menos innovadoras en cuanto a la utilización de tecnologías más modernas en la empresa (26,1% vs. 32,2%), lo que habrá que tratar de solucionar.

⁸ Clifton, J. (2011): "The Coming Jobs War". Gallup Press. New York.

En síntesis, podríamos decir que los datos recogidos del entorno rural extremeño en el periodo 2003-2011, nos sugieren que los principales aspectos sobre los que habría que actuar en el medio rural serían:

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.
- Percepciones y actitudes para emprender.

POLÍTICAS Y PROGRAMAS PÚBLICOS:

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

APOYO FINANCIERO:

- Apoyo a emprendedores en diferentes fases del proceso.

⁸ Clifton, J. (2011): "The Coming Jobs War". Gallup Press. New York.

Para terminar, querríamos mencionar que las políticas de desarrollo local deben definir acciones con un enfoque territorial. Por tanto, como menciona Vázquez (2009), si queremos actuar sobre el sistema productivo, tendremos que tener en cuenta que las acciones emprendidas se realizan sobre un territorio que está

caracterizado por un sistema institucional, cultural y social con el que interactúa. Por esto, para que las medidas sean eficaces, deben utilizarse recursos locales que se articulen con las decisiones de inversión de los actores locales.

B

BIBLIOGRAFÍA

Baigorri, A. (1995): “Comarcalización en Extremadura”. I Jornadas sobre Ordenación del Territorio en Extremadura. Cáceres.
www.unex.es/sociolog/BAIGORRI/papers/terriext.thm.25/06/03.

Kayser, B. (1990): “La renaissance rurale. Sociologie des campagnes du monde occidental”. Armand Colin. Paris.

Ministerio de la Presidencia (2007): “LEY 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural. Boletín Oficial del Estado nº 229. 14/12/2007. Pp. 51339-51349.

Vázquez, A. (2007): “Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial”. Investigaciones Regionales, Vol.11, pp. 183-210.

Vázquez, A. (2009): “Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis”. Conceptos Críticos. Universitas Forum. Vol.1. nº.2.

Fuentes electrónicas recomendadas_

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



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.

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

CONSEJO GEM EXTREMADURA



Fundación
Xavier de Salas

GOBIERNO DE EXTREMADURA

Consejería de Economía y Hacienda



avante

Extremadura



ALMARAZ
TRILLOS



PHILIP MORRIS SPAIN

Zalicrisa

limpieza y jardines



FUNDACIÓN
ACADEMIA EUROPEA DE YUSTE



urvicasa

HOY

DIARIO DE EXTREMADURA

IMEDEXSA

INDUSTRIAS MECÁNICAS DE EXTREMADURA, S.A.

Extremadura
el Periódico

GESTYONA

gestión y obras nadir s.l.

infostock



CAJA RURAL DE
EXTREMADURA

GRUPO
ROS

COFEX



CETIEX

CENTRO TECNOLÓGICO INDUSTRIAL
DE EXTREMADURA

Caja Duero

GARRIGUES



"la Caixa"



DIPUTACIÓN
DE BADAJOZ

CC
FUNDACIÓN
cáceres capital



FUNDACIÓN CÍVICA
CIUDADANOS ASOCIADOS

