



# **GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**

## **Informe Ejecutivo 2003. Extremadura**



**Ricardo Hernández Mogollón**  
**Carlos Díaz Casero**

**Nº 1: Junio 2004**

**ISSN: 1698-0506**



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

**Agradecemos su apoyo a nuestros Patrocinadores**



**FOMENTO INDUSTRIAL DE  
EXTREMADURA**



**GLOBAL ENTREPRENURSHIP MONITOR**  
**Informe Ejecutivo 2003. Extremadura**

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

**© Ricardo Hernández Mogollón**  
**Carlos Díaz Casero**



# GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

*Informe Ejecutivo 2003. Extremadura*

**Ricardo Hernández Mogollón**  
**Juan Carlos Díaz Casero**



**Fundación Xavier de Salas**

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Depósito Legal: CC-144-2004

ISSN: 1698-0506

Número 1

Junio 2004

Editor: Fundación Xavier de Salas. Ediciones La Coria.

Colección de Estudios Económicos de Extremadura.

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

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

Teléfono: (0034) 927 321828

Páginas: 104

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: Imprenta f. l. garcía. C/ Peña Redonda, 6. 10004 Cáceres. España.

Teléfono: (0034) 924 249845. [correo@flgarcia.e.telefonica.net](mailto:correo@flgarcia.e.telefonica.net)

## RESUMEN EJECUTIVO EXTREMADURA 2003

Es la primera vez que en Extremadura se realiza una investigación de este tipo, que da lugar al primer informe sobre la situación actual de la creación de empresas en la Comunidad Autónoma.

Los resultados más destacables de esta primera edición, que esperamos poder ir cotejando en el futuro, los presentamos a continuación:

### Panorámica de la Actividad Emprendedora

En general, tanto en el nivel internacional como en el nacional, la actividad emprendedora ha sufrido una recuperación con respecto al año anterior. En el año 2003 han participado en el Proyecto GEM 31 países, que con una población total de 3.970 millones de personas y una fuerza laboral de 2.443 millones de adultos en edad de trabajar, ha involucrado a 297 millones de personas en los procesos de creación de nuevas empresas (el 9% de los adultos en edad de trabajar), provocando que durante este año, se hayan creado cerca de 193 millones de empresas, lo que sin duda provocará un fuerte impacto en el crecimiento económico.

“En general, dentro de la recuperación, España se mantiene en una situación muy estable y moderada dentro de la Unión Europea y el entorno GEM, si bien, no brillante en términos de creación empresarial” (Coduras, et al. 2003:9). Con un índice total de actividad emprendedora (TEA) en el año 2003 del 6,77%, lo que supone un millón setecientos mil personas involucradas en los procesos de creación empresarial, se ha producido una recuperación del 2,18%, lo que supone un 47,5% de incremento con respecto a 2002.

En Extremadura, el índice total de actividad emprendedora (TEA) es del 7,69%, lo que implica que, con una población de poco más de un millón de personas y una fuerza laboral de unas 640.000, tuviera en el mes de julio de 2003

a 49.208 personas involucradas en los procesos de creación de empresas. Esto la sitúa, en el entorno GEM, en el lugar 13 en el ranking mundial según su nivel de actividad emprendedora, y, entre los países europeos que participan en el proyecto, en una tercera posición, detrás de Islandia e Irlanda y superando a países como Noruega, Suiza, Reino Unido, Francia o Italia, y entre las regiones españolas analizadas en 2003, en el primer puesto, situándose al mismo nivel que Cataluña (7,68%), región emprendedora por excelencia. La tasa extremeña es un 24,43% mayor que la de Andalucía, región de desarrollo económico similar, y supera en un 13,59% la media nacional.

### Empresas nacientes (0-3 meses)

En Extremadura, el índice de empresas nacientes es del 4,75%, por lo que la Comunidad tiene el porcentaje más alto de empresas creadas con respecto a otras regiones analizadas e incluso en relación a la media española (4,39%), aunque no alcanza la media de los países GEM (5,34%).

### Empresas nuevas (3-42 meses)

Extremadura, con un 4,27% de empresas nuevas, tiene el mayor porcentaje de empresas nuevas entre las regiones analizadas, siendo mayor que la media de España (2,46%), e incluso que la de los países GEM (4,06%).

### Empresas establecidas (Más de 42 meses)

Las empresas establecidas o consolidadas con un 6,46% de porcentaje nos muestran que Extremadura se sitúa en los niveles medios de los países GEM (6,4%), y por encima de la media Española (4,78%), aunque por debajo de Andalucía (6,65%) y Cataluña (6,97%).

### Cierre de negocios

El porcentaje de negocios cerrados entre julio de 2002 y julio de 2003, fue de (1,23%) en

Extremadura. Aunque en el entorno GEM las cifras de mortalidad de las empresas nuevas son bastante elevadas (4,29%), en España (1,54%), y más en concreto en Extremadura, estas cifras son significativamente más bajas. Sólo Cataluña (1,03%) tiene un porcentaje de mortalidad más bajo que el extremeño.

### **Inversores informales (business angels)**

El porcentaje de participación de la población adulta como inversores informales, en iniciativas emprendedoras de otras personas en Extremadura, ha sido del 2,75%. En términos generales, la práctica de poner dinero en empresas de otras personas está aún poco desarrollada entre los países del estudio. En Extremadura, como ocurre también en Andalucía (2,66%), este uso es aún menor que en el resto de España (3,39%), donde destaca Cataluña (4,33%), con niveles superiores a la media GEM (3,48%).

### **Influencia de los factores demográficos en el nivel emprendedor**

No hemos encontrado relación entre el nivel emprendedor y ciertos factores demográficos, como la población, la inmigración o la fuerza laboral. El análisis de las relaciones entre la población y el índice de actividad emprendedora (TEA) nos lleva a decir que no hallamos relación entre el tamaño poblacional y la actividad emprendedora. Tampoco hemos descubierto evidencias explicativas del TEA a través de la variable inmigración, ni siquiera en relación con la tasa de actividad emprendedora por necesidad.

En cuanto a la fuerza laboral, tampoco percibimos que sea un factor explicativo de las tasas de iniciativa emprendedora.

### **Crecimiento económico**

En Extremadura, al ser el primer año que se realiza el estudio, aún no hemos podido analizar el impacto del TEA en el crecimiento económico

regional. Después de 5 años de estudio en el proyecto GEM, se ha constatado la evidencia de que existe una relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico al menos con un año de diferencia.

### **Oportunidad versus necesidad**

En Extremadura se crean más empresas por oportunidad que por necesidad. La creación de empresas por necesidad es mayor que en otros países o regiones de nuestro entorno. Las tasas porcentuales de creación de empresas por oportunidad en Extremadura (5,79%) son proporcionalmente menores que las de España (6,05%), Cataluña (6,65%), y la media GEM (6,3%), pero superiores a las de Andalucía (5,21%) y Europa (4,61%). Las tasas de actividad emprendedora por necesidad (1,8%) son mayores que en Europa (0,77%), España (0,51%), Andalucía (0,72%) o Cataluña (0,87%), siendo también más cercanas a la media GEM (2,41%). Esta situación de Extremadura es coherente con su nivel de desarrollo, ya que se ha constatado que las tasas de actividad por oportunidad son mayores en los países con mayor nivel de desarrollo, mientras que en los países menos desarrollados la motivación para la puesta en marcha de un negocio se debe más a la necesidad.

### **Tipo de motivación y sexo**

En Extremadura, el ratio hombre/mujer de creación de empresas según la motivación, revela que por cada mujer que pone en marcha un negocio por oportunidad existen 1,63 hombres que inician su empresa por el mismo motivo, mientras que cuando lo hacen por necesidad, el ratio aumenta a 1,94 hombres.

Tanto el ratio por oportunidad, que es el menor de los analizados, como el de necesidad, nos indican que en Extremadura existen menores diferencias en la motivación para emprender un negocio entre los dos sexos, que en el resto de España o la Europa GEM.

## Tipo de motivación y empleo

La mayoría de las empresas, ya sean creadas por oportunidad (73,1%) o por necesidad (86,66%) sólo esperan crear entre uno y cinco empleos. Es destacable que no existan empresas de alto crecimiento (que pretendan crear más de 20 empleos en cinco años), entre las empresas creadas por oportunidad, mientras que sí es significativo que existan entre las empresas puestas en marcha por necesidad (6,67%).

## Actividad emprendedora en las empresas ya establecidas

En Extremadura las empresas ya consolidadas son más innovadoras que las de otras regiones españolas. En el 46,9% de los casos de las empresas ya establecidas, el producto/servicio ofrecido es nuevo para algunos de los clientes, superando la media española (30,9%) y siendo claramente superior a Cataluña (41,4%) y Andalucía (24,6).

Además, casi el 16% de las empresas creen que sus productos o servicios serán considerados como novedosos por “todos” sus clientes potenciales, lo que nos da una medida del grado de innovación de estas empresas con respecto al resto de España.

En Extremadura, la mayoría de las empresas ya consolidadas (83,3%) o no tiene empleados o tiene menos de cinco. Entre las que esperan crear empleo, la mayor parte espera crear entre uno y cinco puestos de trabajo en los próximos cinco años.

## Perfil del nuevo empresario extremeño

El perfil del nuevo empresario extremeño es distinto al de la media española. Es el de un hombre (58%), de 39 años de edad, con estudios secundarios (41,8%) que en el 95% de los casos estaba trabajando a tiempo completo o parcial en otra empresa, con un nivel de renta bajo (48,1%) y que crea su empresa en sectores orientados al consumidor (venta al detalle, hostelería o

restauración) o en los servicios comerciales (consultorías, intermediación financiera, servicios a profesionales o actividades inmobiliarias).

## Innovación de las empresas extremeñas creadas.

Las nuevas empresas son más innovadoras que las empresas nacientes y que las empresas ya establecidas. El 19,6% de las nuevas empresas frente a un 5,3% de las nacientes o un 15,9% de las ya establecidas, ofertan al mercado nuevos productos o servicios considerados por éste completamente novedosos. Este porcentaje de nuevas empresas extremeñas está por encima de la media española (12,6%). También, en niveles de competencia esperados o en la capacidad de exportación, las nuevas empresas son más innovadoras que las nacientes o las ya consolidadas.

## La inversión informal en Extremadura

El 2,75% de la población entre 18 y 64 años, es decir, 17.597 personas, han actuado como “Business Angels” en Extremadura desde el año 2000 al 2003. Aunque la inversión informal en Extremadura, se encuentra en unos valores medios entre los países del GEM, el fenómeno de “Business Angels” no está desarrollado como tal en nuestra Comunidad al nivel en el que se puede encontrar en otros países europeos, en los que existen fuertes redes ya establecidas.

## Perfil del inversor informal en Extremadura

Podemos decir que el inversor informal extremeño es fundamentalmente mujer de unos 41 años de edad, que trabaja, con un nivel de estudios muy diverso, aunque principalmente secundarios o superiores, con un nivel de renta bajo y que tiene una relación familiar con las personas a las que ayuda económicamente a iniciar la empresa, a las que aporta como media unos 8.800 euros.

## ¿Cómo se financia la creación de empresas en Extremadura?

Tres de cada cuatro empresas creadas en Extremadura se financia íntegramente con capital propio, frente a algo más de la mitad que lo hace en España. No obstante, la gran mayoría de las empresas creadas necesitan un capital no muy grande para comenzar su actividad, ya que el 81,6% de las empresas requieren menos de 30.000 euros y un 60%, requiere menos de 20.000 euros para constituirse. Si a esto unimos el que el 92,4% de los nuevos empresarios espera invertir en el negocio menos de 30.000 euros de su propio dinero, podemos pensar que el nuevo empresario extremeño invierte en proyectos de un coste inicial relativamente bajo, que puede asumir personalmente con fondos propios. Máxime cuando casi el 60% de las empresas que se han creado tienen como dueño a dos o más propietarios.

## Mujer y creación de empresas

Según el ratio mujer/hombre que nos ofrece el TEA, por cada hombre involucrado en la puesta en marcha de una empresa en Extremadura, existen 0,64 mujeres que lo están. Esto supone que en julio de 2003, existían 19.222 mujeres emprendedoras frente a 29.986 hombres. En el ámbito internacional Extremadura está situada en la posición décima entre los países del GEM en cuanto al ratio mujer/hombre. Esta posición nos sitúa por encima de la media GEM (0,59) y de la media de España (0,43), superando curiosamente a países europeos o regiones españolas tradicionalmente más avanzadas y desarrolladas que la extremeña, como es el caso de Cataluña (0,37).

## Existencia de oportunidades

La percepción de buenas oportunidades por parte de la población extremeña (48,84%) nos ofrece una panorámica bastante optimista de la situación, sobre todo al situarnos en el ámbito internacional en un quinto lugar después de

Argentina, Uganda, Australia e Islandia, mientras que el 94% de los expertos de la región, nos posiciona en el tercer lugar, después de Brasil y Estados Unidos. En definitiva, la percepción de buenas oportunidades para crear una nueva empresa durante los últimos seis meses de 2003 ha sido muy positiva, sobre todo si la comparamos con la media española (35% de la población y el 84,8% de expertos) o de las otras dos comunidades autónomas analizadas.

## Motivación

La motivación para crear negocios en Extremadura está aún por debajo de la media española, de la del GEM y aún más, de la de Cataluña. Aunque se aprecian ciertos factores positivos, que pueden incidir en la motivación para la creación de empresas, la sociedad no considera que ser empresario sea una forma muy deseada de desarrollar una carrera profesional.

## Habilidades para la creación de empresas en Extremadura

En general, la evaluación de las habilidades y conocimientos de la sociedad extremeña para crear una empresa, han sido consideradas como insuficientes en todos los aspectos planteados. La situación de Extremadura en comparación con la de la media española es peor.

## Las condiciones específicas del entorno

De las condiciones del entorno regional que se han evaluado como variables que inciden en el entorno empresarial, unas se han considerado como suficientes, aunque no muy positivas, y otras, como insuficientes. Los factores que más inciden en el comportamiento emprendedor han sido, los programas gubernamentales y las políticas encaminadas a facilitar o dar celeridad a todo tipo de regulaciones, el acceso a la infraestructura física y la protección de los derechos de propiedad intelectual. Por el contrario, aquellos factores del entorno sobre los que es necesario seguir actuando son: la apertura

del mercado interno, el sistema educativo en general, la transferencia tecnológica e I+D, el apoyo financiero, la infraestructura profesional y

comercial o las normas sociales y culturales, que afectan muy negativamente a la iniciativa emprendedora.

## ÍNDICE

<b>Resumen Ejecutivo Extremadura 2003.....</b>	<b>III</b>
<b>Índice.....</b>	<b>VIII</b>
<b>Índice de Figuras.....</b>	<b>IX</b>
<b>Índice de Gráficos.....</b>	<b>IX</b>
<b>Índice de Tablas.....</b>	<b>XII</b>
<b>Proyecto GEM en España.....</b>	<b>XIII</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>El Modelo Teórico del Proyecto GEM.....</b>	<b>4</b>
<b>1. Panorámica de la actividad emprendedora .....</b>	<b>9</b>
1.1. Nivel emprendedor general.....	9
1.2. Análisis de la actividad emprendedora en Extremadura.....	13
1.2.1. Desglose de la actividad emprendedora.....	13
1.2.2. Influencia de los factores demográficos en el nivel emprendedor.....	17
1.2.3. Influencia de la creación de empresas en el crecimiento económico en la región.....	19
<b>2. Motivación para la creación de empresas.....</b>	<b>21</b>
2.1. Emprender por necesidad o por oportunidad. ....	21
2.2. Variación del tipo de empresa según motivación.....	21
2.3. Actividad emprendedora en las empresas ya establecidas. ....	25
<b>3. Perfil del nuevo empresario extremeño.....</b>	<b>30</b>
3.1. Características socio-económicas de los nuevos empresarios.....	30
3.2. Tipo de negocio que crean los nuevos empresarios extremeños.....	37
3.3. Innovación de las empresas extremeñas creadas.....	38
<b>4. La financiación de la creación de empresas.....</b>	<b>41</b>
4.1. La inversión informal en Extremadura.....	42
4.2. Perfil del inversor informal en Extremadura.....	43
4.3. ¿Cómo se financia la creación de empresas en Extremadura?.....	44
<b>5. Mujer y creación de empresas en Extremadura.....</b>	<b>47</b>

<b>6.</b>	<b>Existencia de oportunidades, motivación y capacidad para la creación de empresas en Extremadura.....</b>	<b>50</b>
6.1.	Existencia de oportunidades para la creación de empresas en Extremadura.....	50
6.2.	Motivación para aprovechar las oportunidades para la creación de empresas en Extremadura.....	53
6.3.	Habilidades para la creación de empresas en Extremadura.....	54
<b>7.</b>	<b>Las condiciones específicas del entorno para la creación de empresas en Extremadura.....</b>	<b>57</b>
7.1.	El apoyo financiero.....	62
7.2.	Las políticas gubernamentales.....	63
7.3.	Los programas gubernamentales.....	66
7.4.	Educación y formación emprendedora.....	68
7.5.	Transferencia tecnológica e I+D.....	70
7.6.	Infraestructura comercial y profesional (servicios para empresas).....	71
7.7.	Apertura del mercado interno.....	73
7.8.	Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas.....	75
7.9.	Normas sociales y culturales.....	77
7.10.	Legislación sobre derechos de propiedad intelectual.....	78
<b>8.</b>	<b>Conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>80</b>
8.1.	Conclusiones.....	80
8.2.	Recomendaciones.....	80
	<b>Bibliografía.....</b>	<b>84</b>
	<b>Anexo I. Ficha Técnica de la Investigación.....</b>	<b>86</b>
	<b>Patrocinadores .....</b>	<b>88</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

1.	Modelo conceptual del Proyecto GEM.....	5
----	---	---

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.	Comparación de índices de Actividad Emprendedora Total (TEA 2000-2004).....	9
2.	Comparación TEA Media GEM y TEA España para 2000-2003.....	10
3.	Extremadura entre los países del GEM (TEA 2003).....	11
4.	Extremadura entre los países de la Europa GEM (TEA 2003).....	11
5.	Extremadura en la España GEM (TEA 2003).....	12
6.	Comparación de índices de Actividad Emprendedora en Empresas Existentes (FEA 2003)..	13
7.	Porcentaje de Empresas Nacientes.....	14

8.	Porcentaje de Empresas Nuevas.....	14
9.	Porcentaje de Empresas Establecidas.....	15
10.	Porcentaje de Cierre de Negocios.....	15
11.	Porcentaje Inversión Informal.....	16
12.	Comparación del desglose de la actividad emprendedora.....	17
13.	Índice de actividad emprendedora y población.....	18
14.	Índice de actividad emprendedora e Inmigración.....	18
15.	Índice de actividad emprendedora y fuerza laboral.....	19
16.	Composición porcentual del TEA 2003 según motivación.....	22
17.	Composición porcentual del TEA 2003 según motivación y sexo.....	22
18.	Ratio Hombre / Mujer según motivación.....	23
19.	Motivación de empresas ya establecidas y Tea por motivación.....	26
20.	Nuevos productos/servicios en empresas ya establecidas (en porcentajes).....	26
21.	Puestos de trabajo actuales y futuros (5 años) de las empresas ya establecidas.....	27
22.	Competidores, tipo de negocio y exportación.....	28
23.	Características socioeconómicas de los nuevos empresarios extremeños: sexo y edad.....	30
24.	Actividad emprendedora por edad y sexo.....	31
25.	Motivación para emprender en función de la edad. Oportunidad vs. necesidad.....	32
26.	Expansión esperada de la empresa en función de la edad.....	33
27.	Nivel de estudios de los nuevos empresarios.....	33
28.	Nivel de estudios y sexo de los nuevos empresarios.....	34
29.	Nivel de estudios y edad de los nuevos empresarios.....	34
30.	Motivación para emprender en función del nivel de estudios.....	35
31.	Situación laboral previa de los empresarios y situación laboral por sexo, edad y motivación.....	36
32.	Nivel de renta de los empresarios y nivel de renta en función del sexo, edad y motivación..	37
33.	Tipo de empresa creada. Empresas nacientes y nuevas.....	38
34.	Nivel esperado de innovación de empresas nacientes y nuevas. Nuevos productos/servicios, competencia, tecnología y exportación.....	40
35.	Capital riesgo versus inversión informal en los países GEM.....	42
36.	Inversión Informal en los países GEM.....	43
37.	Capital requerido e invertido por el empresario en la financiación de la empresa.....	45
38.	Ratio de iniciativa emprendedora mujer / hombre en los países GEM.....	47
39.	Ratio de participación mujer / hombre en empresas nacientes y nuevas.....	48
40.	Evaluación del apoyo a la mujer que crea una empresa en Extremadura.....	49
41.	Porcentaje de la población adulta y de los expertos que percibe buenas oportunidades para la creación de empresas en los próximos 6 meses (de julio a diciembre de 2003).....	51
42.	Evaluación de la percepción de oportunidades de negocio por los expertos. Extremadura y España. Media (Escala de 1 = falso a 5 = cierto).....	52
43.	Índice de evaluación de la percepción de oportunidades de negocio por los expertos. Países GEM.....	53
44.	Evaluación media de los expertos de los factores que influyen en la motivación para crear una empresa. Extremadura y España.....	53
45.	Índice de evaluación de la motivación para crear empresas por los expertos. Países GEM	54
46.	Evaluación de las habilidades y conocimientos por los expertos para crear una empresa. Extremadura y España.....	55
47.	Índice de evaluación de las habilidades y conocimientos para crear una empresa por los	55

	expertos. Países GEM.....	
48.	Valoración media por los expertos de condiciones específicas del entorno en Extremadura.	58
49.	Clasificación de los factores que favorecen la creación de empresas en Extremadura ordenados según su importancia. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.	59
50.	Clasificación de los factores que dificultan la creación de empresas en Extremadura ordenados según su gravedad. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.....	60
51.	Clasificación de las recomendaciones para mejorar la creación de empresas en Extremadura ordenados según su importancia. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.....	61
52.	Valoración del apoyo financiero a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en los países GEM.....	62
53.	Valoración del apoyo financiero a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en Extremadura.....	63
54.	Valoración de los procedimientos y énfasis en las políticas gubernamentales a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en los países GEM.....	64
55.	Valoración de las regulaciones en las políticas gubernamentales a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en los países GEM.....	65
56.	Valoración de las políticas gubernamentales para las nuevas empresas y las que se están desarrollando en Extremadura.....	65
57.	Valoración de los programas gubernamentales para las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en los países GEM.....	66
58.	Valoración de los programas gubernamentales para las nuevas empresas y las que se están desarrollando en Extremadura.....	67
59.	Valoración de la educación y formación emprendedora en primaria y secundaria en los países GEM.....	68
60.	Valoración de la educación y formación emprendedora en post-secundaria en los países GEM.....	69
61.	Valoración de la educación y formación emprendedora en el sistema educativo extremeño	70
62.	Valoración de la transferencia tecnológica e I+D en los países GEM.....	71
63.	Valoración de la transferencia tecnológica e I+D para la creación de empresas en Extremadura.....	72
64.	Valoración del acceso a la infraestructura comercial y profesional en los países GEM.....	72
65.	Valoración del acceso a la infraestructura comercial y profesional en Extremadura.....	73
66.	Valoración de la apertura del mercado interno en cuanto a la velocidad de cambios del mercado en los países GEM.....	74
67.	Valoración de la apertura del mercado interno en la existencia de grandes barreras en los países GEM.....	74
68.	Valoración de la apertura del mercado interno en Extremadura.....	75
69.	Valoración del acceso a las infraestructuras físicas en los países GEM.....	76
70.	Valoración del acceso a las infraestructuras físicas en Extremadura.....	76
71.	Valoración de las normas sociales y culturales en los países GEM.....	77
72.	Valoración de las normas sociales y culturales en Extremadura.....	78
73.	Valoración de la legislación sobre derechos de propiedad intelectual en los países GEM....	79
74.	Valoración de la legislación sobre derechos de propiedad intelectual en Extremadura.....	79

## ÍNDICE DE TABLAS

1.	Condiciones Generales y Específicas del entorno.....	6
2.	Clasificación ordinal de los países GEM según el TEA nacional.....	10
3.	Desglose de la actividad emprendedora en España y Regiones GEM.....	13
4.	Correlaciones entre el TEA y las previsiones de crecimiento económico.....	20
5.	Empleos esperados en los próximos 5 años según la motivación en la creación de la empresa.....	24
6.	Expansión esperada de la empresa, intención de exportar y sector económico según la motivación.....	25
7.	Actividad emprendedora por edad y tipo de iniciativa.....	32
8.	Inversión capital riesgo versus inversión informal en países GEM en 2002. Datos totales.	41
9.	Perfil del Inversor Informal en España y Extremadura.....	44
10.	Capital requerido y capital propio a invertir. Valores estadísticos. Capital mínimo y máximo	46
11.	Fuentes de Financiación para la creación de la empresa. Extremadura y España.....	46
12.	TEA 03 masculino y femenino.....	47
13.	Distribución de expertos según la dimensión principal de entorno con la que se identifican.	57

## PROYECTO GEM EN ESPAÑA

### Informe nacional, equipo investigador

Instituto de Empresa, Madrid

*Alicia Corduras*

*Paloma López-García*

*Rachida Justo*

*Ignacio de la Vega*



Patrocinadores

*Najeti Group*

*Instituto de Empresa*



### Informes regionales, equipos investigadores

Unidad de Andalucía: Universidad de Cádiz

*José Ruíz Navarro*

*José Aurelio Medina*



Patrocinador

*Junta de Andalucía*



Unidad de Catalunya: Universitat Autònoma de Barcelona

*José María Veciana*

*Enric Genescà*

*Yanci Vaillant*

*David Urbano*



Patrocinador

*Institut d'Estudis Regional i Metropolitans de Barcelona*



Unidad de Extremadura: Universidad de Extremadura

*Ricardo Hernández*

*Carlos Díaz*



Patrocinador

*Fundación Xavier de Salas*



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



## INTRODUCCIÓN

“La Función Empresarial y la Innovación son centrales para el proceso creativo en la economía así como para promover el crecimiento, incrementar la productividad y crear empleos. Los empresarios se dan cuenta de las oportunidades y asumen riesgos, afrontando la incertidumbre para abrir nuevos mercados, diseñando productos y desarrollando procesos innovadores” (Reynolds, et al., 1999, p.7).

Como consecuencia, se ha despertado un creciente interés por la creación de empresas como vía de solución a los problemas del desempleo<sup>1</sup>, del desarrollo económico<sup>2</sup> y del fomento de la innovación<sup>3</sup>; lo cual ha llevado a las Administraciones Públicas, tanto en EEUU<sup>4</sup> como en Europa<sup>5</sup>, a arbitrar medidas, sistemas y políticas para favorecer estos procesos de creación.

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

<sup>1</sup> (Birch, 1979, 1987; Birley, 1987; Kirchoff y Phillips, 1988, 1992; Storey, 1982, 1994; White y Reynolds, 1996).

<sup>2</sup> (Dubini, 1989; Kent, 1982; Sexton, 1986; Storey, 1994, Reynolds, Hay y Camp, 1999, 2000, 2001).

<sup>3</sup> (Acs y Audretsch, 1988; Hisrich y Peters, 1989; Druker, 1964, 1986; Schumpeter, 1963, 1983).

<sup>4</sup> Creación del SBA - Small Business Administration; realización de las Conferencias de la Casa Blanca sobre Pymes (1980, 1986, 1995), etc.

<sup>5</sup> Ha habido importantes publicaciones: *Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the Future* (Comisión Europea, 1998). *Fomento del Espíritu Empresarial y la Competitividad* (Comisión Europea, 1998). *Fostering for Entrepreneurship* (OCDE, 1998). *Carta Europea de la Pequeña Empresa* (Consejo Europeo, 19-20 junio 2000). *Libro Verde sobre el Espíritu Empresarial* (Comisión Europea, 2003).

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), se lleva realizando desde 1999 a nivel mundial. De carácter transversal y comparativo, es actualmente el proyecto de investigación más grande que hay en el tema del espíritu empresarial, tanto por su magnitud mundial como por sus resultados (Reynolds, et al., 2002). El Proyecto GEM se crea en septiembre de 1997 como una investigación conjunta entre el Babson College de Estados Unidos y la London Business School del Reino Unido. Su propósito fundamental es el estudio de la relación entre la creación de empresas y el crecimiento económico, reuniendo, con este fin, a los mejores investigadores mundiales en el campo del conocimiento de la iniciativa emprendedora<sup>6</sup>.

El Proyecto GEM, se concreta en 4 grandes objetivos:

1. ¿En cuanto difieren los países y regiones en términos de actividad emprendedora?
2. ¿Cuáles son las consecuencias nacionales y regionales de las diferencias en actividad emprendedora?
3. ¿Que explica las diferencias nacionales y regionales en cuestión de iniciativa emprendedora?
4. ¿Qué pueden hacer los gobiernos nacionales y regionales, para influir positivamente en el nivel del espíritu empresarial de sus países y regiones?

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

<sup>6</sup> Siguiendo al profesor Veciana (1997), utilizaremos el término *emprendedor* sólo como adjetivo y nunca como sustantivo, para cuya denominación emplearemos, *empresario*. Para referirnos a la actividad desarrollada por el empresario, también utilizaremos los términos: *iniciativa emprendedora*, *actividad emprendedora* o *espíritu empresarial*.

Como innovación, en el Informe GEM Mundial correspondiente al año 2003 se incluye el FEA (Firm Entrepreneurial Activity), que mide la actividad emprendedora de empresas ya existentes.

El principal foco de investigación del Proyecto ha estado en las medidas armonizadas de la actividad emprendedora.

El beneficio de los resultados generados por el Proyecto GEM son una serie de indicadores directos de los procesos de actividad emprendedora, tanto a nivel de individuos como de empresas existentes. Esto representa un revolucionario desarrollo en estudios cuantitativos ya que los individuos y las empresas, que ellos crean y dirigen, son los agentes primarios de la actividad emprendedora. No existen estudios similares que puedan ser usados como bases para comparaciones internacionales confiables ni para determinar y analizar las motivaciones de los agentes económicos individuales. De igual forma, tampoco hay otras estadísticas que puedan utilizarse para informar a los responsables de políticas públicas sobre cómo fomentar el desarrollo del capital humano emprendedor.

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

*“Any attempt at new business or new venture creation, such as self-employment, a new business organization, or the expansion of an existing business, by an individual, a team of individuals, or an established business”*  
(Reynolds, et al., 1999: 3).

Que podríamos traducir por:

*“Cualquier intento de crear un nuevo negocio, incluyendo el autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas, de forma*

*independiente o dentro de una empresa en funcionamiento”.*

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

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

### **Interpretación de los datos GEM**

La metodología del proyecto es idéntica para todas las naciones o regiones y está basada en una encuesta a la población activa (Adult Population Survey) de cada país o región y una entrevista personal a diferentes expertos del área a investigar (Expert Questionnaire), y una base de datos secundarios, común para todos los equipos Gem, con más de 600 variables, recopiladas de fuentes solventes, tales como: FMI, OCDE, UE, ONU, USA Census, INE, etc. Los cuestionarios están estructurados de una forma concreta y común para todos los países y regiones participantes, de manera que constituyen una opción de mención particular que puede resultar crítica en función del punto de vista del observador. Los resultados aportados por los Informes GEM son particularmente útiles para entender el potencial emprendedor así como la actividad emprendedora total.

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

- Mundial
- Nacional
- Regional

### **Informe GEM Mundial**

La primera edición aparece en el año 1999 participando en el mismo 10 países, aumentando hasta un total de 31 en la edición 2003, logrando, de esta forma, una dimensión internacional importante.

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

El GEM Global Report (Informe GEM Mundial) de cada año está realizado por un equipo de 16

investigadores, coordinados y dirigidos<sup>7</sup> por la London Business School y el Babson College de Boston.

### **Informe GEM España e Informes Regionales**

Un equipo del Instituto de Empresa<sup>8</sup>, viene realizando desde el año 2000 el Informe GEM para España, utilizando, como el resto de las naciones, la misma metodología y objetivos que el Informe GEM Mundial.

España se incorpora a esta fase de desarrollo del Proyecto GEM en el año 2003, tras diversos contactos iniciados entre el equipo de Extremadura y el Instituto de Empresa en el año 2001, denominándose Proyecto REM o Regional Entrepreneurship Monitor.

Se constituye la *Red de Regiones* a principios del año 2003 siendo pioneros los equipos investigadores de Andalucía, Cataluña y Extremadura<sup>9</sup>, coordinados por el Profesor José María Veciana (Universidad Autónoma de Barcelona). Para el año 2003 cada región elaborará y publicará un Informe Regional con la valoración de los datos de sus Comunidades Autónomas.

Como en el caso de los informes nacionales, el modelo de investigación, el tratamiento y homogeneización de los datos son los mismos, estando centralizadas en la London Business School estas funciones.

<sup>7</sup> El coordinador del Proyecto ha sido desde su inicio el Dr. Paul Reynolds (London Business School). En el First GEM Research Conference, desarrollado en Berlín del 1 al 3 de Abril de 2004, Paul Reynolds al llegar a la edad de jubilación, deja el proyecto, manteniéndose todo el equipo. La nueva Coordinadora es Pfa Arenius, de la Helsinki University of Tech. Los directores son William D. Bygrave (Babson College), Michael Hay (London Business School) y Erko Autio (Helsinki University of Technology).

<sup>8</sup> El equipo central de España del Instituto de Empresa, está formado por los profesores: Ignacio de la Vega, Alicia Coduras, Paloma López-García y Rachida Justo. La dirección técnica de todo el equipo español la lleva la profesora Alicia Coduras.

<sup>9</sup> El equipo de Extremadura lo forman los profesores Ricardo Hernández y Juan Carlos Díaz (Universidad de Extremadura).

El enfoque regional es fundamental en los estudios y políticas públicas sobre innovación y sobre creación de empresas, como así lo ha entendido la Comisión Europea. Así, el nivel regional español, con las tres Comunidades Autónomas pioneras, más las que se incorporan en el año 2004<sup>10</sup>, y siguientes, proporciona un marco investigador sin precedentes sobre este tema en nuestro país, que puede colocarse en 2004, con más de 15.000 entrevistas realizadas, en segunda posición dentro del Proyecto tras el Reino Unido, que opera con 22.000. Este año, con 7.000, España ha estado por debajo de EEUU, que opera con unas 9.000 y de Alemania, que lo hace con algo más de 7.000. Los logros investigadores que permite este tamaño muestral son muchos y sin precedentes en España, lo que permitirá obtener unos beneficios derivados muy interesantes, tanto desde el punto de vista de la calidad y cantidad de la información disponible, como desde la óptica de las políticas públicas y de los propios empresarios tanto ya establecidos como potenciales. No es lo mismo emprender en una región en la que el empresario no se siente apoyado que hacerlo en una región en la que este colectivo se sabe estudiado, analizado y en el que las instituciones tanto gubernamentales como educativas, disponen de información anual sobre la evolución del entorno en que desarrollan sus iniciativas y actividades. No hay duda de que informar acerca de los problemas y barreras que pueden frenar las nuevas iniciativas, comparar nuestro entorno de la actividad emprendedora con el de otros países o regiones, destacando los logros y los avances que tienen lugar, explicar las características de los nuevos empresarios y otros muchos temas, proporciona una base para la mejora de esta plataforma de riqueza que cada vez tiene más relevancia frente a la evolución recesiva del mercado laboral tradicional.

Un interés añadido que tiene este estudio es la creación de un sistema estadístico sobre actividad emprendedora. El marco jurídico de la estadística española concreta la competencia

<sup>10</sup> Canarias, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Madrid y el País Vasco.

exclusiva de estadísticas de interés general en la Administración Central y la competencia estadística regional en las Comunidades Autónomas<sup>11</sup>. Sin embargo, debido a que la estadística oficial está determinada y definida en su mayor parte por un consenso internacional (fundamentalmente europeo), la superposición de intereses entre la Administración Central y la de las Comunidades Autónomas es prácticamente total, con algunas diferencias de énfasis y de enfoque.

No sucede así en el proyecto GEM, cuyos niveles geográficos de investigación están claramente definidos y articulados, y cuya metodología investigadora es única. Además, llena un importante hueco de generación de conocimientos, fundamentales para conocer la realidad de la actividad emprendedora en una región, y, de esta forma, aportar medios para mejorar las decisiones de políticas públicas en este campo.

## EL MODELO TEÓRICO DEL PROYECTO GEM

El Proyecto GEM, comienza con la asunción de que el papel de la creación de empresas es esencial para el crecimiento económico. Con el objetivo de profundizar en el conocimiento de las variables que inciden en el fenómeno de la creación de empresas se construye un modelo detallado del proceso empresarial y del crecimiento económico con el que se trata de dar respuesta a tres preguntas fundamentales para la consecución de este objetivo:

1. ¿Qué hace que el nivel de actividad emprendedora varíe entre los países o las regiones, y, en ese caso, hasta qué punto?
2. ¿Qué hace que el nivel de actividad emprendedora afecte a la tasa de crecimiento

<sup>11</sup> En la Junta de Extremadura, el órgano estadístico es la Secretaría General de la Consejería de Economía y Trabajo, en la que se ha integrado el Servicio de Planificación, Estadística y Análisis Económico.

- de un país o de una región determinada y a la prosperidad de éstos?
3. ¿Que hace a un país o a una región emprendedora?

- 3) Oportunidades empresariales y capacidades empresariales.  
 4) Dinámica empresarial.  
 5) Crecimiento económico nacional.

Para tratar de dar respuesta a estas preguntas se planteó un modelo que integra las principales variables proporcionadas por la investigación científica hasta la actualidad (figura 1).

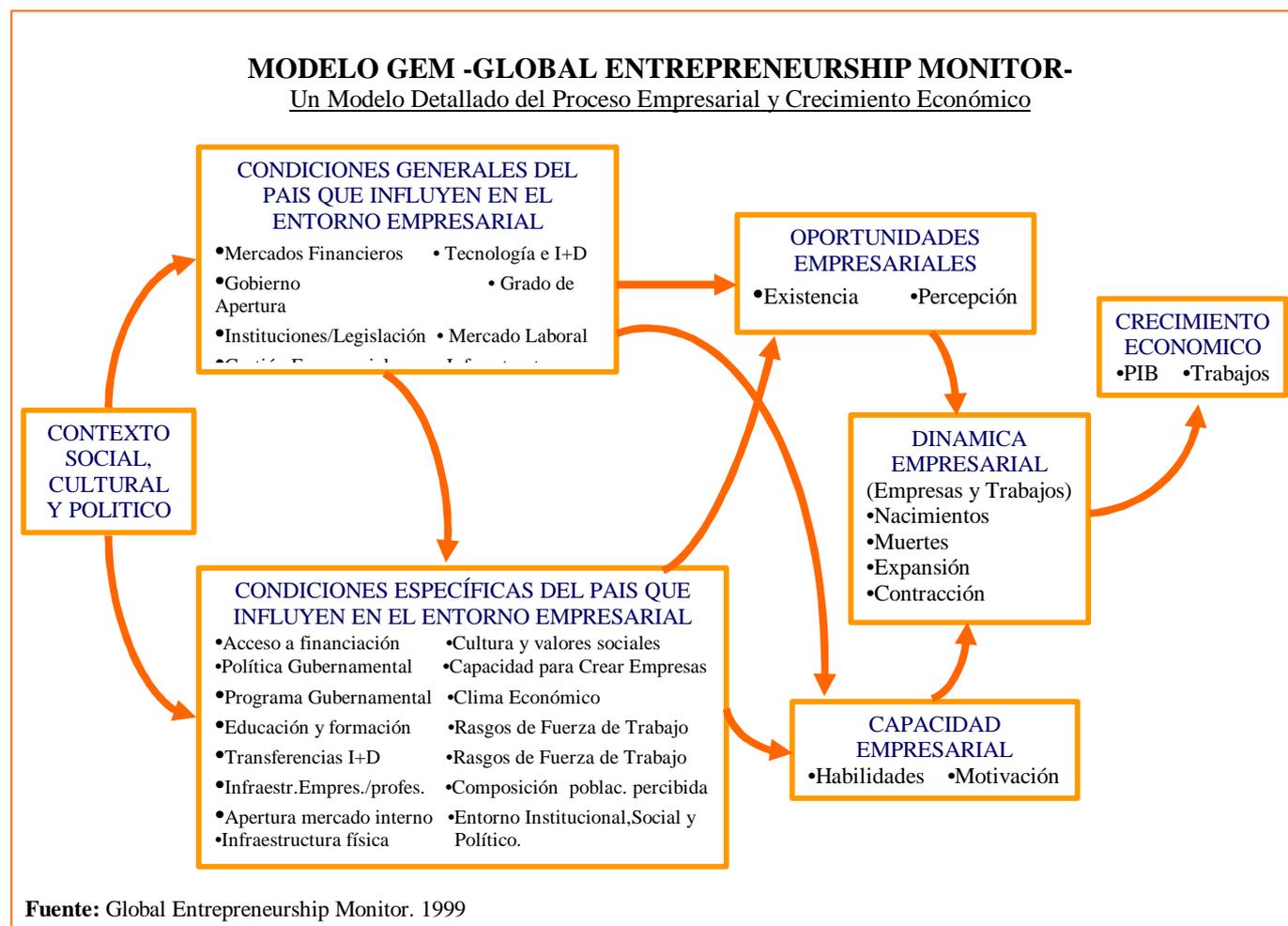
El modelo GEM reúne un conjunto de elementos claves que se relacionan e interactúan entre ellos. Las variables claves están agrupadas en cinco grandes grupos:

- 1) Contexto social, cultural y político.
- 2) Condiciones generales nacionales y condiciones específicas empresariales.

- 1) Contexto social, cultural y político.

Este grupo abarca un conjunto de factores que juegan un papel importante en la formación de las condiciones generales nacionales y de las condiciones específicas empresariales. Se han considerado en él una serie de temas claves como la estructura demográfica, la inversión en educación o las normas sociales y actitudes asociadas con la independencia y percepción de los empresarios.

**FIGURA 1.** Modelo conceptual del Proyecto GEM



## 2) Condiciones generales nacionales y condiciones específicas empresariales.

Este grupo incluye una serie de factores contextuales nacionales, que influyen en el

entorno empresarial y en la creación de nuevas empresas, tales como los siguientes:

**TABLA 1.** Condiciones Generales y Específicas del entorno.

Condiciones Generales del país que influyen en el entorno empresarial	Condiciones Específicas del país que influyen en la creación de empresas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados Financieros</li> <li>• Gobierno</li> <li>• Instituciones / Legislación</li> <li>• Gestión Empresarial</li> <li>• Tecnología y Transferencia I+D</li> <li>• Grado de Apertura</li> <li>• Mercado Laboral</li> <li>• Infraestructura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a financiación</li> <li>• Política Gubernamental</li> <li>• Programas Gubernamentales</li> <li>• Educación y formación</li> <li>• Transferencias I+D</li> <li>• Acceso a Infraestructura Comercial y Profesional</li> <li>• Apertura mercado interno</li> <li>• Acceso a Infraestructura Física</li> <li>• Cultura y valores sociales</li> <li>• Capacidad para Crear Empresas</li> <li>• Clima Económico</li> <li>• Rasgos de Fuerza de Trabajo</li> <li>• Composición población percibida</li> <li>• Entorno Institucional, Social y Político</li> </ul>

## 3) Oportunidades y capacidades empresariales.

Los dos factores que determinan de manera más importante y a la vez están más próximos a las tasas de creación de empresas, son la oportunidad empresarial y la capacidad empresarial.

Las oportunidades hacen referencia tanto a la existencia de éstas como a la percepción de los mercados disponibles y a su explotación.

Para que la oportunidad surja tienen que existir mercados de oportunidades en los cuales los futuros empresarios puedan vender sus productos o servicios.

El GEM propone que, para entender el nivel de actividad emprendedora de un país, hay que entender hasta qué punto las personas que inician empresas perciben la oportunidad. Aunque la oportunidad es una condición necesaria para la creación de empresas, no es suficiente, ya que para que una iniciativa emprendedora tenga lugar, se debe poseer una capacidad para llevarla a cabo y convertirla en un negocio. La creación de empresas es el punto en el cual la oportunidad

empresarial y la capacidad empresarial se reúnen (Reynolds, et al., 1999).

La capacidad empresarial pues, está referida a la motivación de los individuos para iniciar una nueva empresa y a las habilidades requeridas para perseguir iniciativas emprendedoras.

En el modelo GEM se considera que estos dos factores determinantes de las tasas de creación de nuevas empresas, mencionados anteriormente, estarán a su vez afectados por otros cuatro:

- La infraestructura.- Hace referencia a la disponibilidad de financiación, facilidades del mercado laboral, existencia de proveedores, ayuda gubernamental, costes de utilidad, acceso a los transportes de mercancías, ventajas fiscales, préstamos subvencionados, etc.
- La demografía.- El GEM propone el estudio de la relación demografía y

actividad empresarial, a través de varias dimensiones demográficas como la estructura de edad de la población, el nivel de participación de las mujeres en el proceso empresarial y el crecimiento de la población.

- La educación.- *“La creación de empresas aflora cuando la oportunidad encuentra un individuo con la motivación y la habilidad necesarias para convertir la oportunidad percibida en una realidad empresarial”* (Reynolds, et al., 1999:26). Por tanto, la mejor educación general y, en habilidades empresariales, hace más probable que un país tenga una fuerte dinámica empresarial.
- La cultura.- Con este factor se trata de entender cómo es percibida la creación de empresas en cada país, qué reconocimiento se da a los empresarios y qué actitudes prevalecen hacia el éxito o fracaso. Un marco institucional informal que acoja un conjunto de valores sociales y culturales que legitime, anime o fomenta, la creación de nuevas empresas, es un pre-requisito para la actividad empresarial y un rasgo definitorio de una sociedad emprendedora.

#### 4) Dinámica empresarial.

Este grupo de variables incluye las medidas hacia empresas en funcionamiento y el trabajo, el nacimiento, expansión, declive y muerte de empresas existentes.

Esta dinámica empresarial está en función del grado por el que los individuos reconocen las oportunidades empresariales disponibles y por la capacidad (motivación y habilidades) que tienen para explotarlas.

La interacción entre oportunidades percibidas y la capacidad para llevarlas a cabo, dará lugar a un mayor número de intentos de creación de empresas, nacimientos y empleos. Cuantas más nuevas empresas y empleos se creen, mayor será el número de muertes y de destrucción de empleos. La turbulencia de empresas y empleos es lo que se llama “dinámica empresarial”, que generalmente provoca, con su intensidad, el crecimiento económico.

#### 5) Crecimiento económico nacional.

Para la valoración del crecimiento económico nacional se usan dos medidas de prosperidad económica: el cambio en el PIB, y el nivel de empleo dentro de cada país.



## 1. PANORÁMICA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

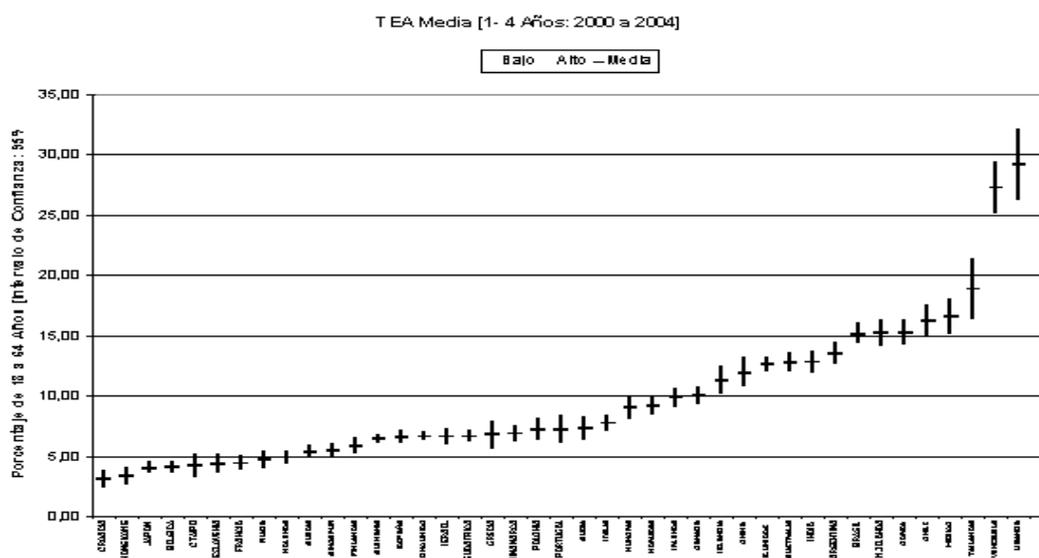
### 1.1. Nivel Emprendedor General

En el año 2003 han participado en el Proyecto GEM 31 países que representan una población total de 3.970 millones de personas, poseen una fuerza laboral de 2.443 millones de adultos en edad de trabajar y ha habido 297 millones de personas involucradas en los procesos de creación de nuevas empresas en el ámbito GEM. Esto supone que durante este año, se han creado cerca de 193 millones de empresas (start-up), lo que sin duda provoca un fuerte impacto en el crecimiento económico.

El Proyecto GEM ha creado desde su inicio un índice Total de la Actividad Emprendedora denominado TEA (Total Entrepreneurial Activity), con el fin de medir la actividad total nacional de la creación de empresas.

La tasa de actividad emprendedora (TEA) en cada uno de estos países se ha revelado como bastante estable durante estos años. En 2003 encontramos tasas muy diversas entre ellos, oscilando desde porcentajes del 1,40% para Francia hasta el 29,26% de Uganda. El gráfico 1 refleja los índices de actividad emprendedora desde el inicio del proyecto en aquellos países que han participado al menos una vez en él.

**GRÁFICO 1.** Comparación de índices de Actividad Emprendedora Total (TEA 2000-2004)



Fuente: Reynolds, et al. (2003). Informe Global GEM 2003

Si hacemos una clasificación ordinal de los diferentes países según hayan tenido tasas de actividad emprendedora (TEA) altas, medias o bajas, durante los años que dura el estudio, encontramos a España en un lugar intermedio, junto con países como Estados Unidos, Canadá, Dinamarca, Irlanda o el Reino Unido.

Por encima de países como Alemania, Italia, Francia, Bélgica o Japón, siendo superada por países en vías de desarrollo, en donde las tasas de iniciativa emprendedora por necesidad son mayores, como Chile, Brasil, China, Corea del Sur o México.

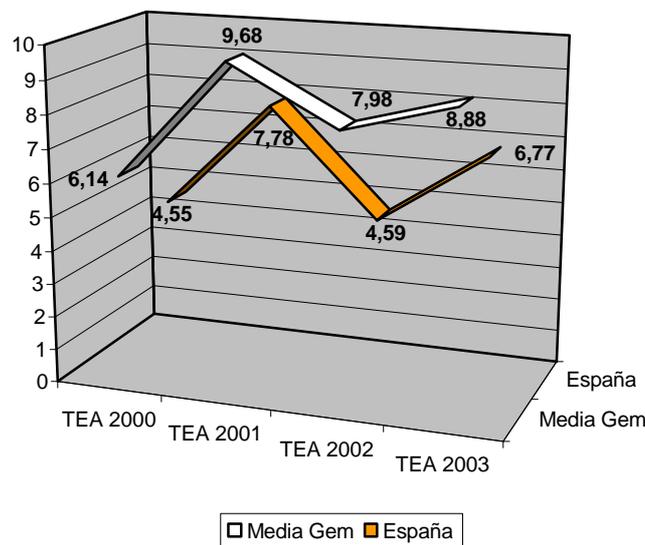
**TABLA 2.** Clasificación ordinal de los países GEM según el TEA nacional.

Clasificación según TEA	Nº de Países	Países
Más altos	5	Chile, Corea del Sur, Nueva Zelanda, Uganda Venezuela
Encima de la media	4	Brasil, China, India, México
Media	14	Argentina, Australia, Canadá, Dinamarca, Hong Kong, Hungría, Islandia, Irlanda, Eslovenia, España, Singapur, Tailandia, Reino Unido, Estados Unidos
Debajo de la media	10	Bélgica, Finlandia, Alemania, Grecia, Israel, Italia, Noruega, Sudáfrica, Suecia, Switzerland
Más bajos	7	Taiwán, Croacia, Francia, Países Bajos, Japón, Polonia, Rusia

**Fuente:** Reynolds, et al. (2003). Informe Global Gem 2003

España, con una población total de 40,2 millones de personas y una población activa de 26, ha involucrado en los procesos de creación de empresas a 1,7 millones de personas.

Al igual que la media de los países GEM, España ha mostrado una recuperación de la actividad emprendedora en el año 2003 del 2,18%, lo que supone un 47,5% de incremento con respecto a 2002.

**GRÁFICO 2.** Comparación TEA Media GEM y TEA España para 2000-2003.

Esta recuperación se produce fundamentalmente debido a las empresas creadas y a la disminución del cierre de negocios, más que al mantenimiento

de las nuevas empresas ya existentes<sup>12</sup>. En cambio, según la media GEM, la iniciativa emprendedora internacional creció menos con el

<sup>12</sup> Ver punto 1.2. del Informe GEM 2003 para España publicado por el Instituto de Empresa.

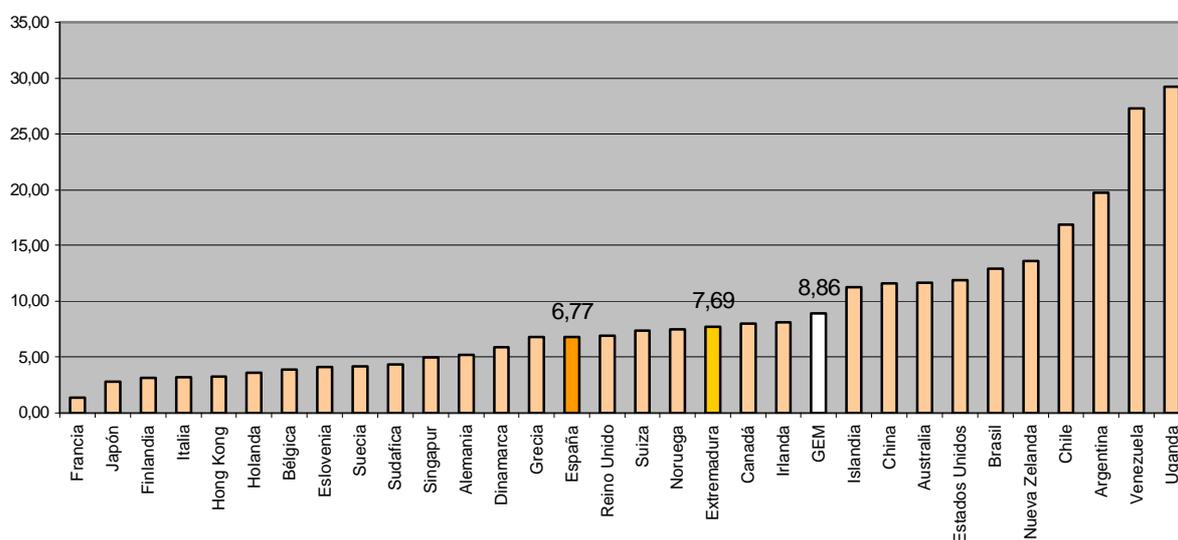
0,9%, lo que ha supuesto un 11,28% de aumento. El gráfico 1 nos muestra la comparativa de los TEAs para la serie 2000-2004 en la que España se mantiene por debajo de la media GEM, aunque cercana a ésta.

Extremadura por su parte, con una población de poco más de un millón de personas (1.073.050) y una fuerza laboral de entre 18 y 65 años de unas

640.000, tenía en julio de 2003 a 49.208 personas involucradas en los procesos de creación de empresas.

Como observamos en el siguiente gráfico, Extremadura ocupa el lugar 13 en el ranking según su nivel de actividad emprendedora. Debajo de la media GEM, pero por encima de la media española. A un nivel parecido en sus tasas de creación de empresas que Canadá, Noruega, Irlanda o Suiza.

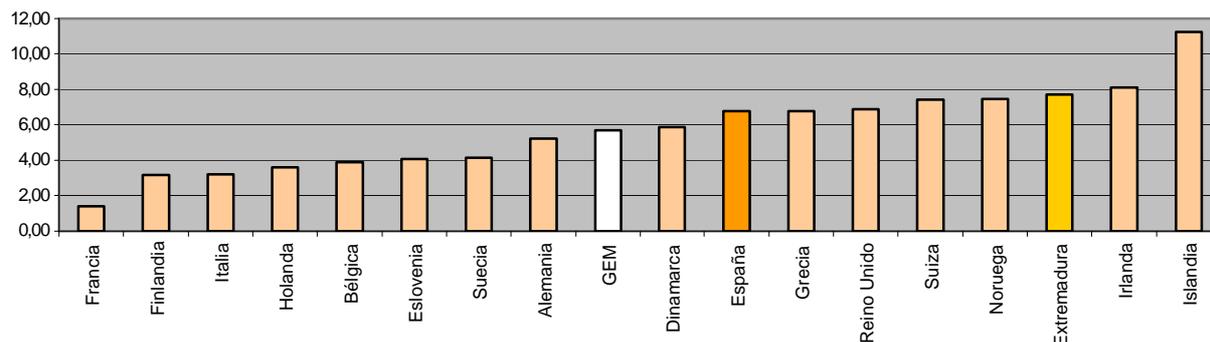
**GRÁFICO 3.** Extremadura entre los países del GEM (TEA 2003).



Entre los países europeos del entorno GEM, Extremadura ocupa una tercera posición en sus índices de iniciativa emprendedora, detrás de

Islandia e Irlanda y superando a países como Noruega, Suiza, Reino Unido, Francia o Italia. Su TEA está por encima de la media nacional y de la media europea.

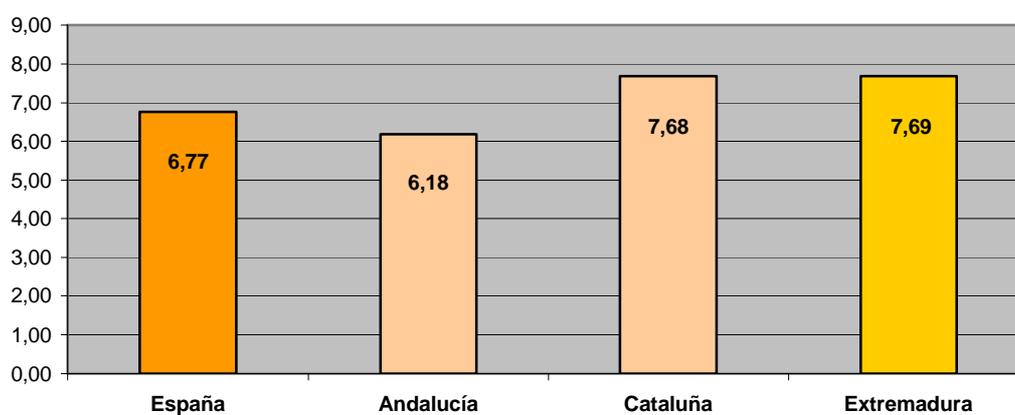
**GRÁFICO 4.** Extremadura entre los países de la Europa GEM (TEA 2003).



En cuanto a las regiones españolas analizadas en 2003, el TEA de Extremadura ocupa el primer puesto situándose al mismo nivel que el de Cataluña, región emprendedora por excelencia.

Es un 24,43% mayor que el de Andalucía, región de desarrollo similar, y supera en un 13,59% el de la media nacional.

**GRÁFICO 5.** Extremadura en la España GEM (TEA 2003).



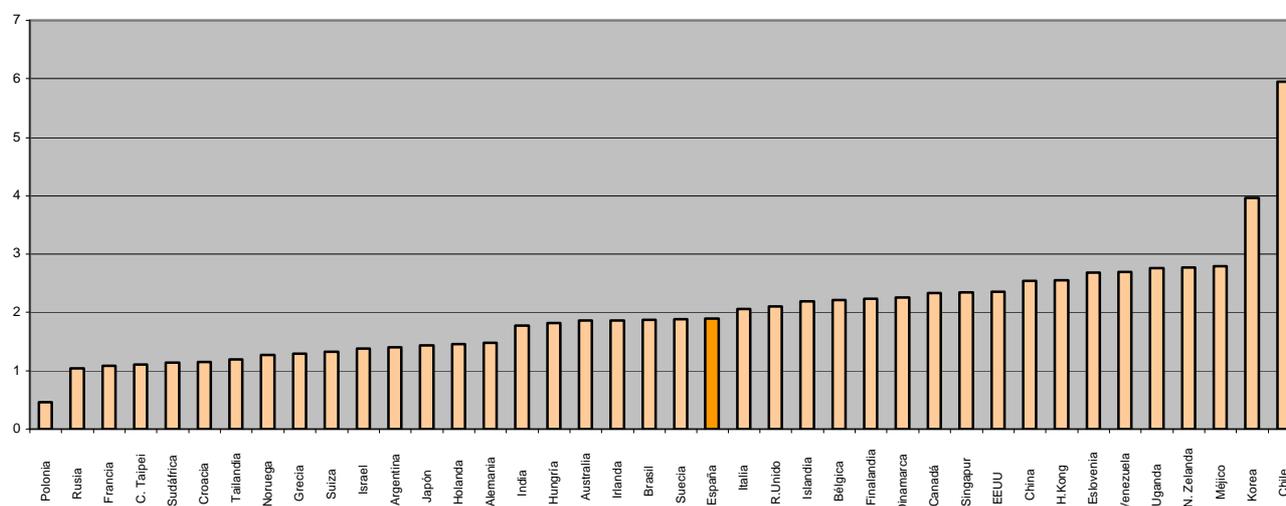
Para este año 2003, con el fin de cubrir un ámbito mayor del fenómeno emprendedor, se ha creado con carácter exploratorio por parte del investigador principal del Proyecto GEM, el Dr. Paul Reynolds, un índice denominado FEA (Firm Entrepreneurial Activity), que trata de medir la actividad emprendedora de las empresas ya existentes.

Frente a los 297 millones de personas involucradas en los procesos de creación de nuevas empresas en el ámbito GEM, que mencionábamos anteriormente, se estima que

56,7 millones de personas trabajaban en empresas emprendedoras entre 2002 y 2003.

De las 211.619 personas entrevistadas en los 40 países del GEM en el periodo mencionado, las cifras indican que el 1,32% eran propietarios-gerentes de este tipo de empresas.

España se sitúa en un nivel intermedio entre los 40 países que han participado en el GEM en 2002/03, al comparar sus índices FEA de actividad emprendedora de las empresas ya existentes o consolidadas.

**GRÁFICO 6.** Comparación de índices de Actividad Emprendedora en Empresas Existentes (FEA 2003).

## 1.2. Análisis de la actividad emprendedora en Extremadura

### 1.2.1. Desglose de la actividad emprendedora

Con el fin de profundizar más en el índice de actividad emprendedora o TEA, hemos desglosado en la tabla 3 los diferentes tipos de actividad según sean negocios nacientes, nuevos negocios, empresas ya establecidas o inversión informal.

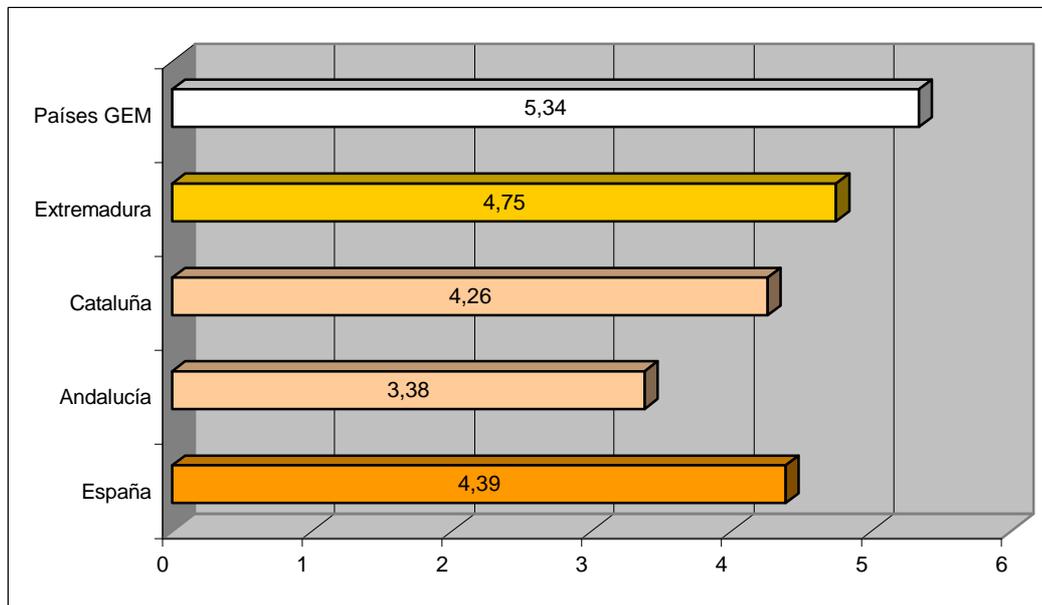
Las **empresas nacientes** (nascent firms) hacen referencia al porcentaje de adultos entre 18 y 64 años involucrados en la puesta en marcha (start-up) de una nueva empresa de la cual poseen, al

menos una parte, y en la que aún no se han pagado salarios durante más de tres meses.

Como nos muestra el gráfico 7, observamos que Extremadura tiene el porcentaje más alto de empresas creadas con respecto a otras regiones analizadas e incluso en relación a la media española. No obstante, no se alcanza la media de los países GEM, aunque, como nos muestra la tabla 3, su índice de mortalidad (1,23%) es bastante más bajo que la media GEM (4,29%). Estos datos parecen confirmar el fuerte incremento en el número de empresas creadas sufrido en Extremadura entre 1999 y 2002.

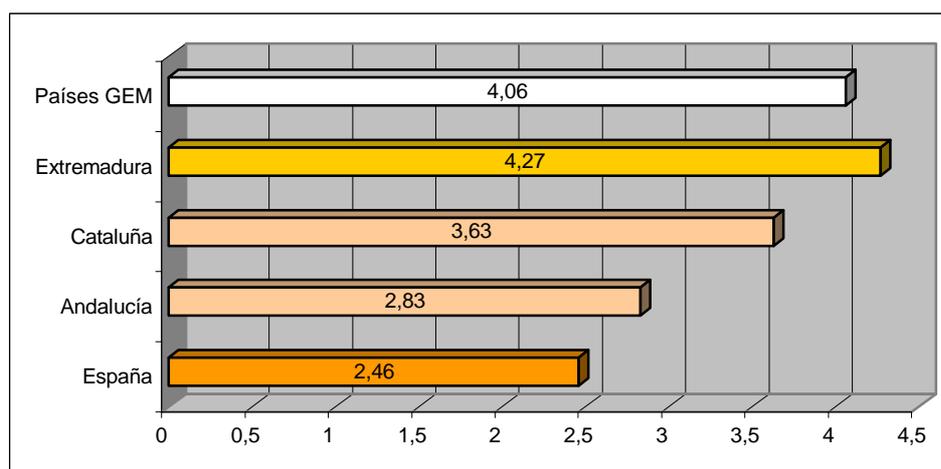
**TABLA 3.** Desglose de la actividad emprendedora en España y Regiones GEM.

	% Empresas Nacientes	% Empresas Nuevas	% Firmas Establecidas	% Cierre de Negocios (7/2002-7/2003)	% Inversión Informal (Business Angel)
España	4,39	2,46	4,78	1,54	3,39
Andalucía	3,38	2,83	6,65	2,33	2,66
Cataluña	4,26	3,63	6,97	1,03	4,33
<b>Extremadura</b>	<b>4,75</b>	<b>4,27</b>	<b>6,46</b>	<b>1,23</b>	<b>2,75</b>
Países GEM	5,34	4,06	6,40	4,29	3,48

**GRÁFICO 7.** Porcentaje de Empresas Nacientes

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

Como observamos en el gráfico siguiente Extremadura tiene el mayor porcentaje de empresas nuevas entre las regiones analizadas, siendo mayor que la media en España, e incluso que la de los países GEM.

**GRÁFICO 8.** Porcentaje de Empresas Nuevas

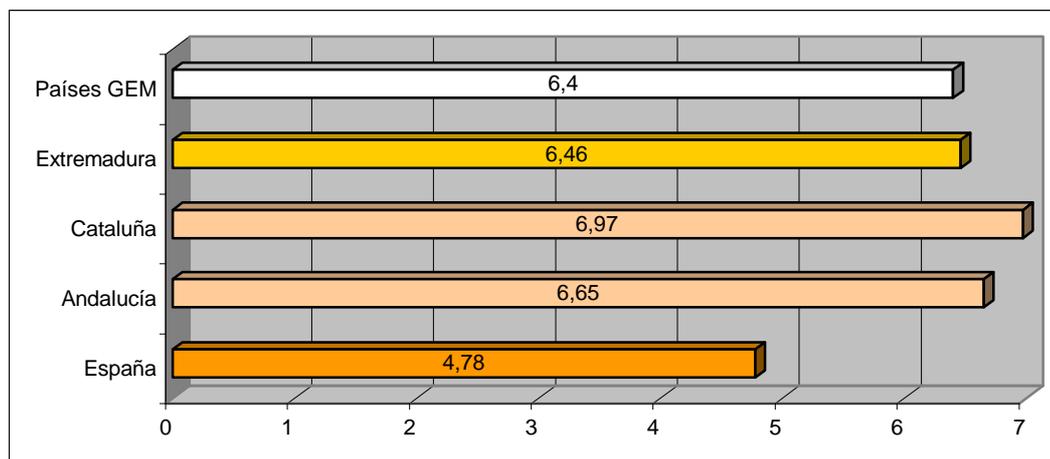
Al igual que sucede en la mayoría de los países GEM (74,2%), el número de empresas nacientes es mayor que el número de empresas nuevas en las tres regiones españolas.

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

Como observamos en el gráfico siguiente, Extremadura se sitúa en los niveles medios de los países GEM, y por encima de la media

Española, aunque por debajo de Andalucía y Cataluña.

**GRÁFICO 9.** Porcentaje de Empresas Establecidas



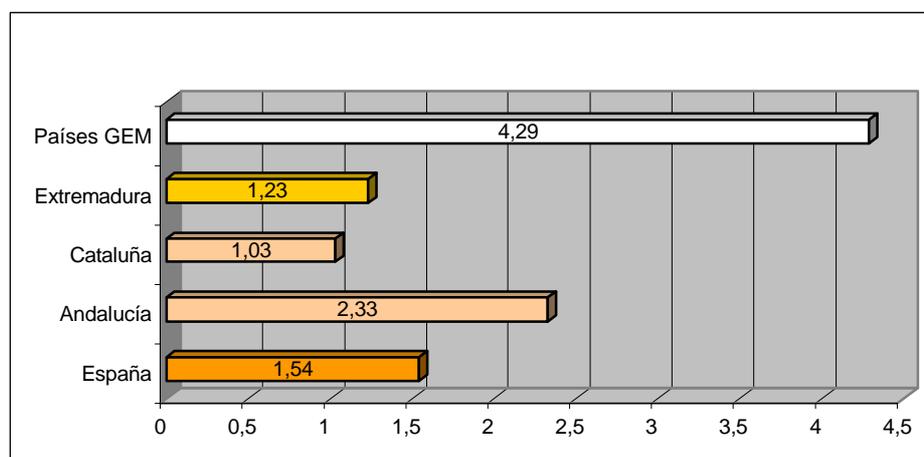
El porcentaje de **negocios cerrados** en los últimos doce meses anteriores a la realización del trabajo de campo para la elaboración del informe, es decir, entre julio de 2002 y julio de 2003; nos muestra la mortalidad de las empresas nuevas en los países y regiones analizadas.

Aunque en el entorno GEM las cifras de mortalidad de las empresas nuevas son bastante elevadas (4,29%), en España, y más en concreto en Extremadura, estas cifras son significativamente más bajas.

Sólo Cataluña tiene un porcentaje de mortalidad más bajo que el extremeño.

Mientras que la media de los países del GEM tiene unos porcentajes de cierre de negocios mayores que los de nuevas empresas, para el caso español en general los cierres de negocios son bastante menores que los de apertura de nuevas empresas. Sólo para el caso de Andalucía, los porcentajes de nuevas empresas y de cierre de negocios se estrechan, siendo menor sus tasas de supervivencia.

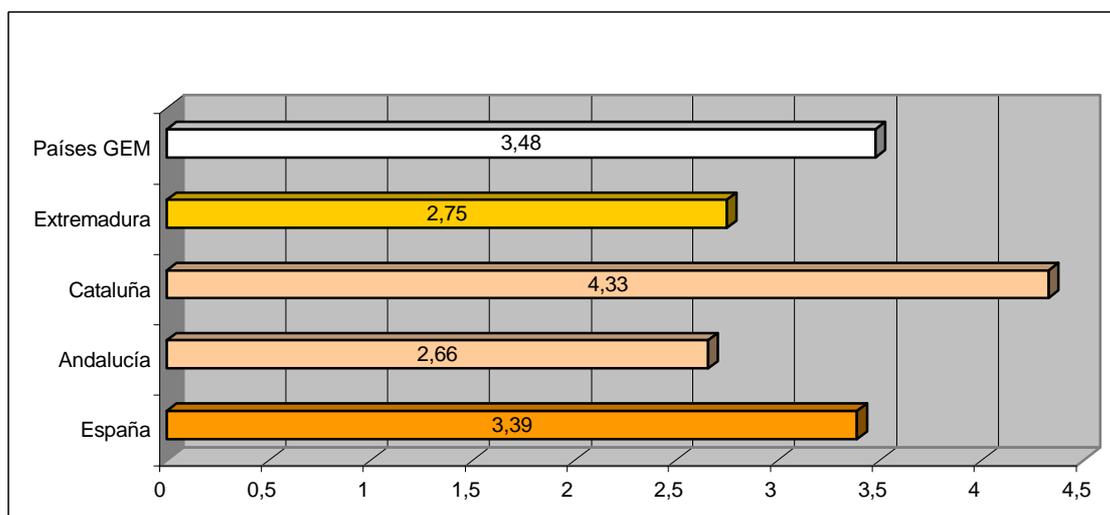
**GRÁFICO 10.** Porcentaje de Cierre de Negocios (7/2002-7/2003)



Por último, en la tabla 3, nos encontramos con la **inversión informal** (business angel), que nos muestra los porcentajes de participación de la población adulta como inversores informales en iniciativas emprendedoras de otras personas. En términos generales, la práctica de poner dinero en empresas de otras personas está aún

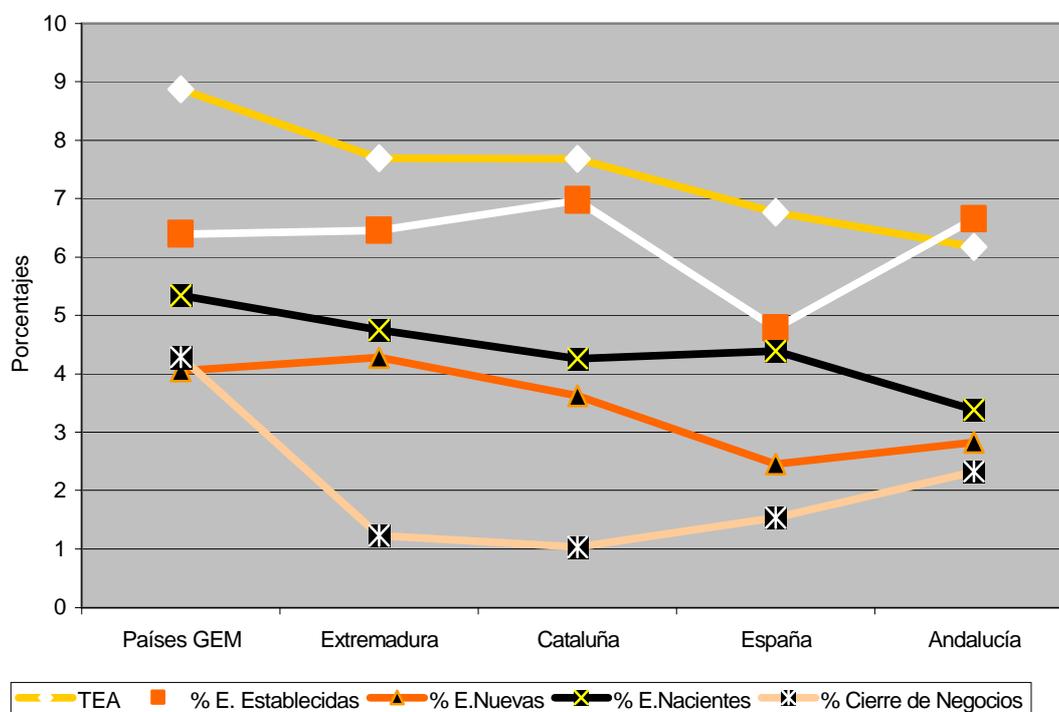
poco desarrollada entre los países del estudio. En Extremadura, como ocurre en Andalucía también, este uso es aún menor que en el resto de España, donde destaca Cataluña, con niveles superiores a la media GEM.

**GRÁFICO 11.** Porcentaje Inversión Informal (Business Angel)



El gráfico siguiente nos muestra la comparación en el **desglose de la actividad emprendedora** de las empresas nacientes, nuevas y establecidas con relación al TEA. También podemos observar la relación de los índices de cierre de negocios con respecto al TEA, en la que Extremadura, junto con Cataluña, tienen las diferencias mayores entre sus tasas de actividad emprendedora y los porcentajes de cierres de empresas (6,46% vs. 6,65%), lo que denota una saludable dinámica empresarial. En cambio Andalucía muestra diferencias menores (3,85%), reflejadas por un menor TEA y un mayor porcentaje cierres de negocios.

Observamos también esta semejanza en los datos entre Extremadura y Cataluña cuando analizamos la situación de la creación de empresas y las firmas ya establecidas con relación al cierre de empresas. Si bien Cataluña mantiene unos porcentajes mayores de empresas ya consolidadas, Extremadura tiene en este último año unos porcentajes más altos tanto de empresas nacientes como nuevas, y alejados en ambos casos de los índices de cierre. Caso contrario sucede con Andalucía que con índices menores de empresas nacientes y nuevas, y bastante más cercanos a los de cierre, parece mantener sus tasas de actividad emprendedora gracias a las empresas ya consolidadas.

**GRÁFICO 12.** Comparación del desglose de la actividad emprendedora

### 1.2.2. Influencia de los factores demográficos en el nivel emprendedor

De las múltiples variables secundarias contempladas por el Proyecto GEM, en este apartado estudiaremos las relaciones existentes entre el TEA y población, inmigración y fuerza laboral.

El análisis de las relaciones entre la **población** y el índice de actividad emprendedora (TEA) nos lleva a decir que no hemos encontrado relación entre el tamaño poblacional y la actividad emprendedora. Para ninguna de las regiones analizadas, ni para el conjunto de España, encontramos explicación de la actividad emprendedora a través del tamaño de sus poblaciones. Como vemos en el gráfico 13, para densidades poblacionales muy distintas, como es el caso de Extremadura y Cataluña, tenemos TEAs similares.

La segunda de las variables que hemos analizado es la **inmigración**. Tampoco hemos encontrado explicación del TEA a través de la variable inmigración, ni siquiera en relación con la tasa de actividad emprendedora por necesidad.

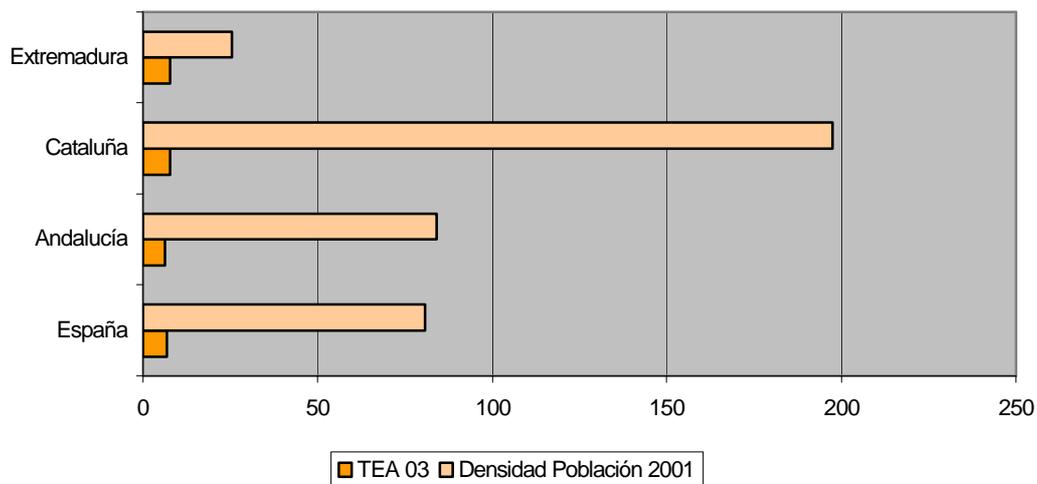
El gráfico 14 nos muestra el porcentaje total de población extranjera con respecto a la población total y los diferentes TEAs por oportunidad y necesidad para las tres regiones españolas. Como observamos, existen significativas diferencias entre los porcentajes de población extranjera y en cambio las variaciones en las tasas de actividad emprendedora no son tan dispares.

Como mencionan se menciona en el informe para España (Coduras, et al., 2003), a lo largo de la investigación GEM, se ha comprobado que la inmigración no es una variable explicativa del TEA para el conjunto de países GEM, excepto

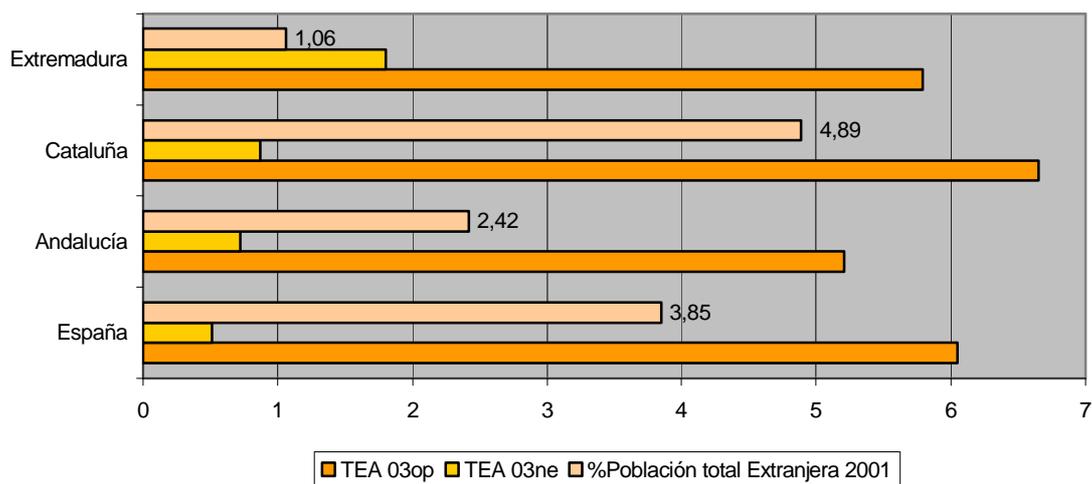
para “*aquellos países en que dicha inmigración está entre valores del 1 y el 6 por mil habitantes aproximadamente*”. No obstante, en el caso español, no parece cumplirse para ninguna de las regiones, ya que tienen porcentajes de

inmigración muy superiores al 6 por mil y no existe una repercusión en las tasas de actividad emprendedora, por lo que en sucesivos estudios habrá que ahondar en la explicación de este fenómeno.

**GRÁFICO 13.** Índice de actividad emprendedora y población

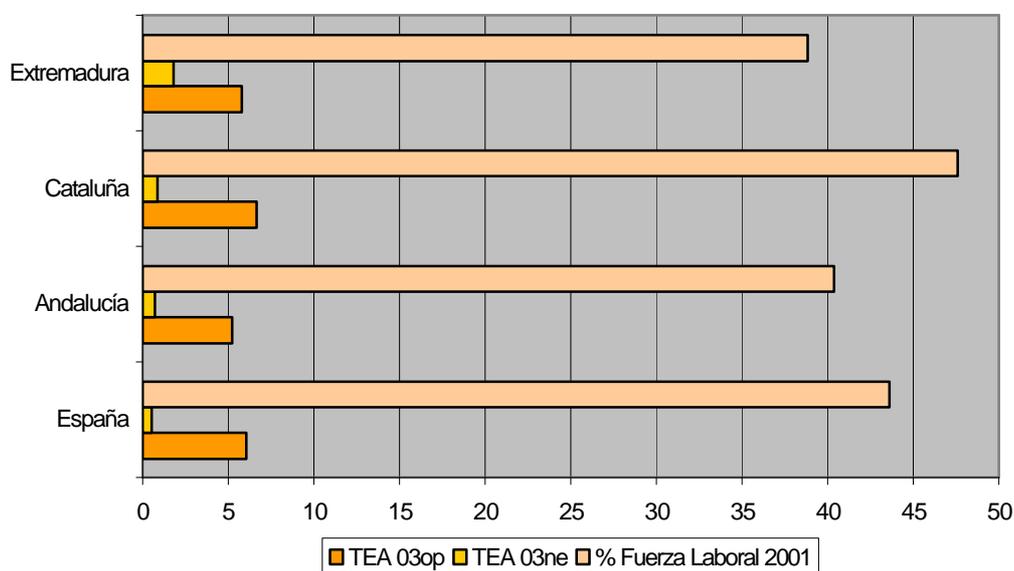


**GRÁFICO 14.** Índice de actividad emprendedora (TEAop y TEAne) e Inmigración



En cuanto a la **fuerza laboral**, tampoco hemos encontrado que sea un factor explicativo de las tasas de iniciativa emprendedora. Ni el TEA por

oportunidad, ni el TEA por necesidad parecen depender de los mayores o menores porcentajes población activa en las diferentes Comunidades Autónomas, ni en España

**GRÁFICO 15.** Índice de actividad emprendedora (TEAop y TEAne) y fuerza laboral.

### 1.2.3. Influencia de la creación de empresas en el crecimiento económico en la región

Desde el inicio del Proyecto GEM se han buscado relaciones entre el crecimiento económico y la actividad emprendedora. Después de 5 años de estudio, se ha constatado la evidencia de que “el papel de la creación de empresas en el crecimiento económico nacional se refleja en la persistente correlación positiva entre el índice TEA y el crecimiento económico en los 2-3 años posteriores” (Reynolds et al., 2003: 2).

Esto nos indica que no existe una relación causal entre la actividad emprendedora de un año y el crecimiento económico de ese mismo año, pero parece haberse puesto de manifiesto la existencia de relaciones al menos con un año de diferencia (Reynolds et al., 2003: 22), aunque los mecanismos causales aún no están claros.

Aún es pronto para definir cuales son las causas que sustentan esta relación, pero es evidente, como los estudios han demostrado, que para cualquier nación o región, el tener una poderosa dinámica de creación de empresas repercutirá positivamente en su crecimiento económico.

En Extremadura, al ser el primer año que se realiza el estudio, aún no podemos analizar el impacto del TEA en el crecimiento económico regional, aunque hemos tratado de valorar si existe correlación entre el TEA calculado al mes de julio de 2003 con las previsiones de crecimiento real<sup>13</sup> para el año 2003 y 2004.

La tabla siguiente nos muestra estos índices de correlación, en los que encontramos una correlación positiva y significativa para el crecimiento real esperado del PIB en el 2003.

<sup>13</sup> Informe semestral Hispalink Diciembre 2003, N°17 sobre la situación actual y perspectivas de las regiones españolas.

**TABLA 4 .** Correlaciones entre el TEA y las previsiones de crecimiento económico

		CRECIMIENTO PREVISTO GDP 02-03, HISPALINK, junio 03	CRECIMIENTO PREVISTO GDP 03-04, HISPALINK, junio 03
TEA [7/03]		,550	-,812
	Sig. (bilateral)	,450	,188
	N	4	4
TEA [7/03] por oportunidad		-,151	-,798
	Sig. (bilateral)	,849	,202
	N	4	4
TEA [7/03] por necesidad		,966*	-,298
	Sig. (bilateral)	,034	,702
	N	4	4

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

## 2. MOTIVACIÓN PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

### 2.1. Emprender por necesidad o por oportunidad

A lo largo del desarrollo de la investigación, el Proyecto GEM, ha ido profundizando en el análisis de la tasa Total de Actividad Emprendedora (TEA) y desde el año 2001 se distinguen tres tipos de motivos a la hora de crear una empresa:

1. Por oportunidad (actividad por oportunidad), que hace referencia a la creación de una empresa para la explotación de una oportunidad de negocio.
2. Por necesidad (actividad por necesidad), referida a la creación de una empresa inducido por las circunstancias, ya que no se encuentran alternativas mejores para desarrollar una carrera profesional o salir de situaciones de marginalidad.
3. Por otros motivos no especificados.

De esta distinción en la motivación se ha constatado, que las tasas de actividad por oportunidad son mayores en los países con mayor nivel de desarrollo, mientras que en los países menos desarrollados la motivación para la puesta en marcha de un negocio se debe más a la necesidad.

En el caso extremeño, como podemos observar en el gráfico 16, las tasas porcentuales de creación de empresas por oportunidad son proporcionalmente menores que las de Europa, España, Andalucía o Cataluña, siendo similares a las de la media GEM. En cambio, las tasas de actividad emprendedora por necesidad son mayores que en las zonas europeas estudiadas y también cercanas a la media GEM. Esta situación de Extremadura es coherente con su nivel de desarrollo, ya que se encuentra entre las últimas regiones europeas, según nos revela el último informe de Eurostat.

Para el GEM de 2003 el Tea por necesidad extremeño sólo se ve superado por países como Uganda (13,17%), Venezuela (11,58%), Argentina (7,46%), Chile (5,87%), Brasil (5,50%), China (6,11%) o Grecia (2,63%).

Estas afirmaciones se ven reforzadas cuando observamos la situación de Extremadura en España, ya que su tasa de actividad emprendedora por necesidad (TEAne), duplica la de Cataluña, es dos veces y media superior a la de Andalucía y tres veces y media a la de España

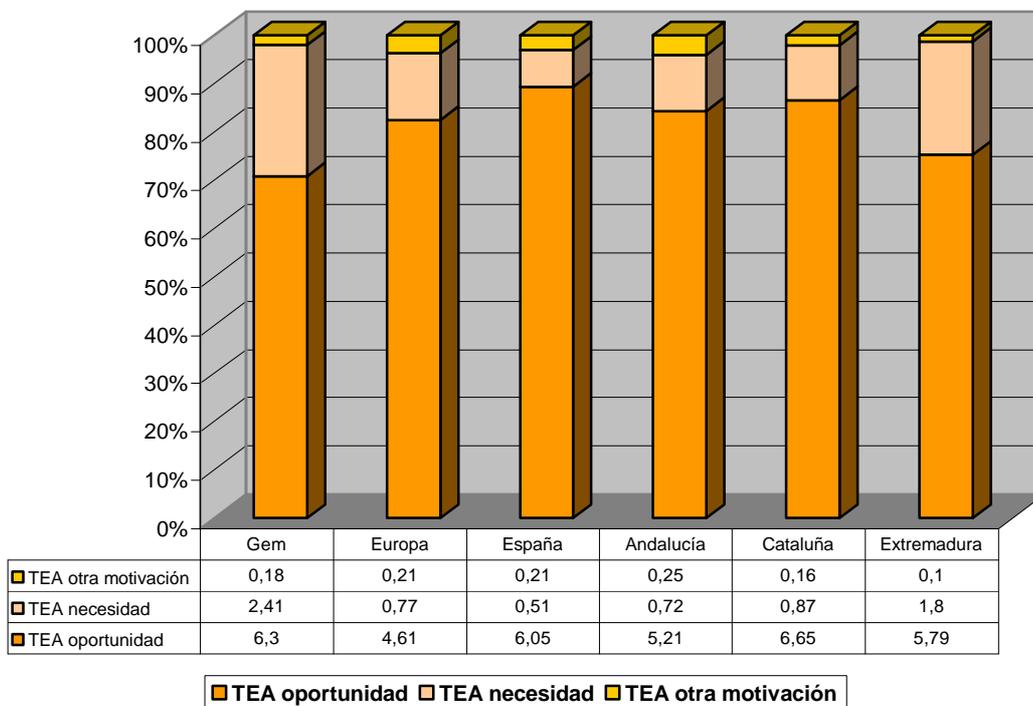
### 2.2. Variación del tipo de empresa según motivación

Cuando establecemos una distinción en función del sexo, nos encontramos una composición porcentual del TEA por oportunidad o por necesidad, según nos muestra el gráfico 17. En Extremadura, aunque las tasas de actividad emprendedora por oportunidad entre los hombres se encuentran en un nivel medio, porcentualmente son las menores del entorno analizado.

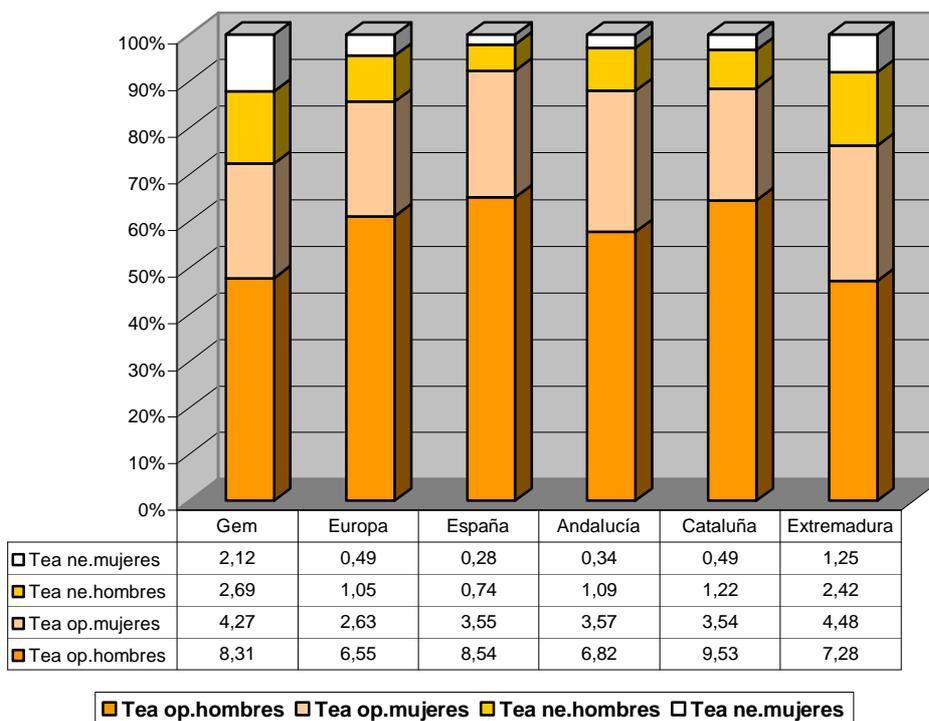
En cambio, vemos que los índices de creación de empresas por oportunidad por parte de las mujeres, tienen los valores más altos en la tabla, siendo superados en Europa sólo por Islandia (6,09%).

En cuanto al Tea por necesidad, tanto para los hombres como para las mujeres, Extremadura supera con creces las tasas de actividad emprendedora de otras regiones, de la media española y la europea, teniendo valores más cercanos a la media GEM.

**GRÁFICO 16.** Composición porcentual del TEA 2003 según motivación



**GRÁFICO 17.** Composición porcentual del TEA 2003 según motivación y sexo

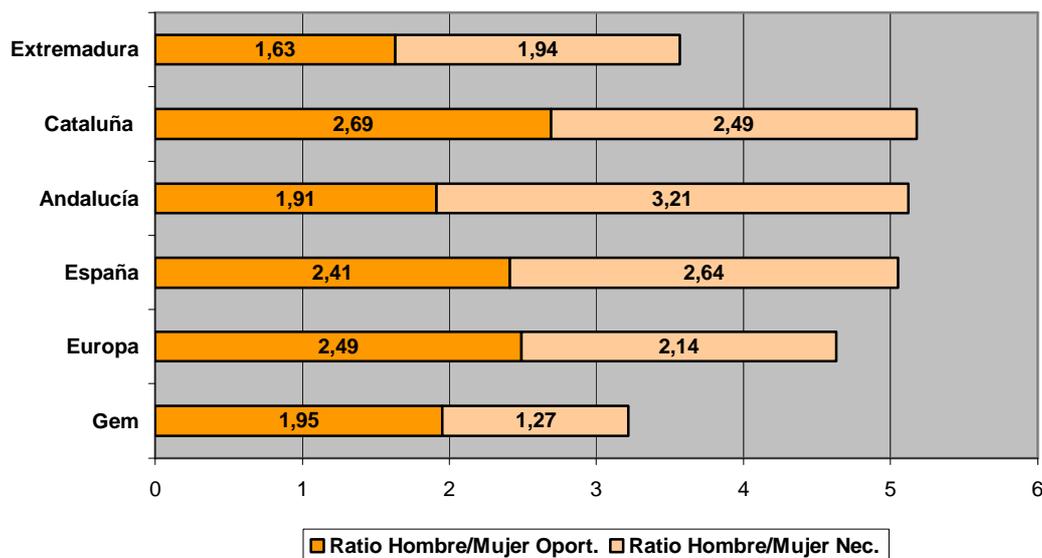


Si observamos el ratio hombre/mujer (tea03hombre/tea03mujer) de creación de empresas según la motivación, observamos que por cada mujer que pone en marcha un negocio en Extremadura por oportunidad existen 1,63 hombres que inician su empresa por el mismo motivo, mientras que cuando lo hacen por necesidad, el ratio aumenta a 1,94 hombres. El ratio por oportunidad (1,63) es el menor de los analizados, lo que nos indica que en Extremadura las diferencias entre hombres y mujeres en la creación de nuevas empresas por oportunidad es menor que las encontradas en otras regiones españolas, en la media de los

países europeos o incluso en la media de los países GEM. El ratio por necesidad (1,94), también nos indica que existen menores diferencias en la motivación para emprender un negocio por necesidad entre los dos sexos, que en el resto de España o la Europa GEM. Sólo la media del conjunto de países del estudio (1,27) es menor que la extremeña.

Podemos concluir por tanto, que en Extremadura la distinción en la motivación para crear una nueva empresa (oportunidad vs. necesidad) es menor entre hombres y mujeres que en el resto de España y Europa.

**GRÁFICO 18.** Ratio Hombre / Mujer según motivación.



Si nos fijamos en la incidencia que la creación de empresas puede tener en el nivel de empleo, podemos analizar el número de puestos de trabajo que las nuevas empresas identificadas esperan crear en los próximos cinco años en función de cuál sea su motivación a la hora de fundar la empresa. Así nos encontramos en la tabla 5 que el 7,7% de las empresas creadas para aprovechar una oportunidad de negocio no piensan crear ningún empleo adicional en los próximos cinco años.

Lo mismo le ocurre al 6,67% de las empresas creadas por necesidad.

La mayoría de las empresas, ya sean creadas por oportunidad (73,1%) o por necesidad (86,66%) sólo esperan crear entre uno y cinco empleos. Es destacable que no existan empresas de alto crecimiento o que pretendan crear más de 20 empleos en cinco años, entre las empresas creadas por oportunidad, mientras que sí es significativo que existan entre las empresas puestas en marcha por necesidad (6,67%).

**TABLA 5.** Empleos esperados en los próximos 5 años según la motivación en la creación de la empresa.

EMPLEOS ESPERADOS EN 5 AÑOS	TEA 03 oportunidad (% empresas)	TEA 03 necesidad (% empresas)	Ambos y otro (% empresas)	Total (% empresas)
Ningún empleo	7,7	6,67		7,25
1-5 empleos	73,1	86,66	100	76,8
6-19 empleos	19,2			14,5
Más de 20 empleos		6,67		1,45
<b>Total</b>	100	100	100	100

Por tanto, aunque sólo estemos considerando previsiones futuras, podemos hacernos una idea de que la naturaleza de la empresa y su influencia en la generación de puestos de trabajo, depende de la motivación del nuevo empresario.

Por otro lado, podemos aproximarnos a los conceptos de empresa innovadora en la medida que es capaz de conquistar nuevos mercados y tiene capacidad de expansión.

En este sentido, la tabla 6 nos muestra la expansión y exportación esperada de las empresas ya constituidas y el sector económico en el que se han establecido.

La mayor parte de las empresas no esperan expandirse (71,19% vs. 68,42%) ni tienen perspectivas de exportar (73,7% vs. 63,1%), aunque estos porcentajes son mayores en las empresas creadas por el deseo de explotar una oportunidad.

No existe apenas diferencia en la motivación entre las empresas que esperan tener cierta expansión (alguna o pequeña), mientras que el porcentaje de empresas que esperan exportar hasta el 74% de sus ventas es mayor en las

creadas por necesidad que por oportunidad (31,6% vs. 22,8%).

Es destacable también, que el número de empresas que esperan conseguir una máxima expansión sea mayor en las empresas fundadas por necesidad que en las constituidas para aprovechar una oportunidad (5,26% vs. 1,69%). Esta misma situación se da en las empresas que esperan exportar más del 75% de sus ventas.

Por tanto, podríamos concluir que las empresas extremeñas creadas por necesidad tienen mayores expectativas de crecimiento y de exportación que las creadas para poner en marcha una oportunidad de negocio.

En cuanto al sector económico en el que se crean las empresas, podemos observar que mientras que las empresas creadas por oportunidad (44,12%), eligen fundamentalmente servicios comerciales, como los de intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias o servicios a profesionales; las empresas fundadas por necesidad (54,55%) se dirigen principalmente a sectores orientados hacia el consumidor, como la venta al detalle, restauración, hostelería, enseñanza, salud o servicios sociales.

**TABLA 6.** Expansión esperada de la empresa, intención de exportar y sector económico según la motivación

<b>EXPANSIÓN ESPERADA</b>	<b>TEA 03 oportunidad (% empresas)</b>	<b>TEA 03 necesidad (% empresas)</b>	<b>Ambos y otro (% empresas)</b>	<b>Total (% empresas)</b>
<b>Ninguna</b>	71,19	68,42	100	71,6
<b>Pequeña</b>	20,34	15,79		18,52
<b>Alguna</b>	6,78	10,53		7,41
<b>Máxima</b>	1,69	5,26		2,47
<b>Total</b>	100	100	100	100
<b>EXPORTACIÓN ESPERADA</b>	<b>TEA 03 oportunidad (% empresas)</b>	<b>TEA 03 necesidad (% empresas)</b>	<b>Ambos y otro (% empresas)</b>	<b>Total (% empresas)</b>
<b>No piensa exportar</b>	73,7	63,1	100	72,2
<b>1-24% de las ventas</b>	17,5	21,1		17,7
<b>25-74% de las ventas</b>	5,3	10,5		6,3
<b>75-100% de las ventas</b>	3,5	5,3		3,8
<b>Total</b>	100	100	100	100
<b>SECTOR ECONÓMICO</b>	<b>TEA 03 oportunidad (% empresas)</b>	<b>TEA 03 necesidad (% empresas)</b>		<b>Total (% empresas)</b>
<b>Extractivas *</b>	8,82			6,67
<b>De transformación**</b>	14,71	18,18		15,56
<b>Servicios comerciales***</b>	44,12	27,27		40
<b>Sectores orientados al consumidor****</b>	32,35	54,55		37,77
<b>Total</b>	100	100		100

\* Extractivas: Sector agropecuario, caza, pesca y minería.

\*\* Transformación: Sector manufacturero, transporte, construcción, venta al mayor y comunicaciones.

\*\*\* Servicios comerciales: Servicios de intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias y servicios a profesionales.

\*\*\*\* Servicios orientados al consumidor: Venta al detalle, restauración, hostelería, servicios al consumidor, enseñanza, salud y servicios sociales.

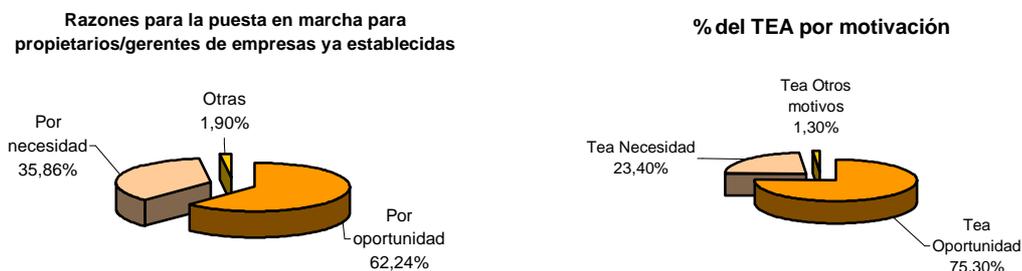
### 2.3. Actividad emprendedora en las empresas ya establecidas

Como ya mencionamos, este año se ha incorporado en el Proyecto GEM un nuevo índice (FEA – Firm Entrepreneurial Activity) que trata de medir la actividad emprendedora de las pequeñas y medianas empresas ya establecidas. Desgraciadamente no se han podido confeccionar los índices al nivel regional por falta de datos, pero trataremos de hacer una aproximación exploratoria de la iniciativa emprendedora de estas empresas ya existentes, con los primeros resultados obtenidos relacionados con esta actividad.

Así, nos encontramos que el número de empresas ya establecidas entre la población adulta entrevistada es del 10,7%. Los propietarios y/o

gerentes de estas empresas han aducido motivos de oportunidad en un 62,24% de los casos para la puesta en marcha de sus empresas, mientras que para casi el 36% de ellos las razones ha sido fundamentalmente por necesidad. Si comparamos estos valores con los obtenidos a través del Tea, observamos en el gráfico 19 cómo éste tiene unos valores mayores de motivación por oportunidad (75,30% vs. 62,24%) y menores por necesidad (23,40% vs. 35,86%). Es decir, las nuevas empresas, creadas durante el periodo analizado, cuya actividad emprendedora viene reflejada por el Tea, emprenden más por oportunidad que las empresas ya establecidas, que argumentaron mayores porcentajes de motivación por necesidad.

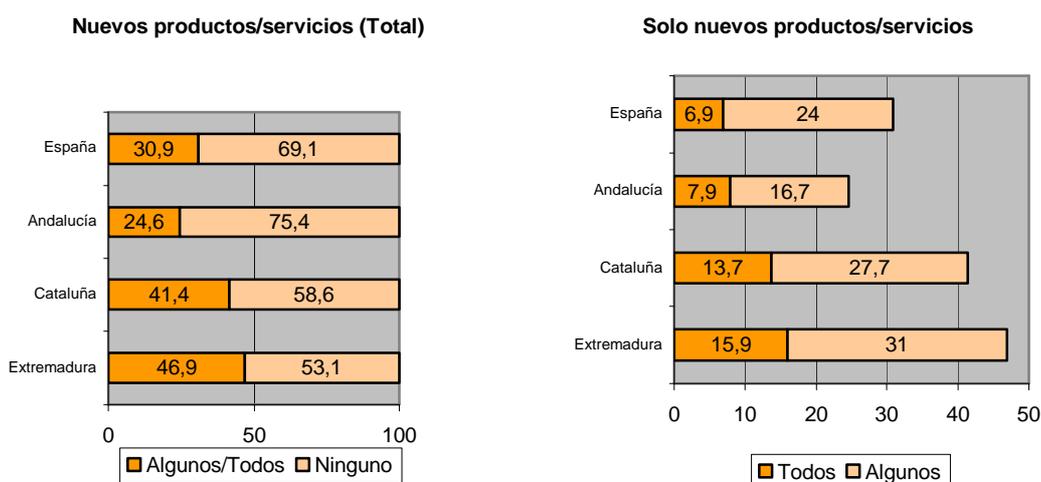
**GRÁFICO 19.** Motivación de empresas ya establecidas y Tea por motivación.



El nuevo índice (FEA) está sustentado principalmente en la proporción de empresas consolidadas que ofrecen nuevos productos y/o servicios al mercado y en el número de empleos que piensan crear en los próximos 5 años. El gráfico 20 nos refleja la proporción de clientes potenciales que considerarán los productos y/o servicios como novedosos. En Extremadura, en el 46,9% de los casos de las empresas ya establecidas, el producto/servicio ofrecido es nuevo para algunos de los clientes,

superando la media española (30,9%) y siendo claramente superior a Cataluña (41,4%) y Andalucía (24,6). Esto nos indica que en Extremadura las empresas ya consolidadas son más innovadoras que las de otras regiones españolas. Además, casi el 16% de las empresas creen que sus productos o servicios serán considerados como novedosos por “todos” sus clientes potenciales, lo que nos da una medida del grado de innovación de estas empresas con respecto al resto de España.

**GRÁFICO 20.** Nuevos productos/servicios en empresas ya establecidas<sup>14</sup> (en porcentajes).



<sup>14</sup> Los datos para España, Cataluña y Andalucía han sido facilitados por el Instituto de Empresa.

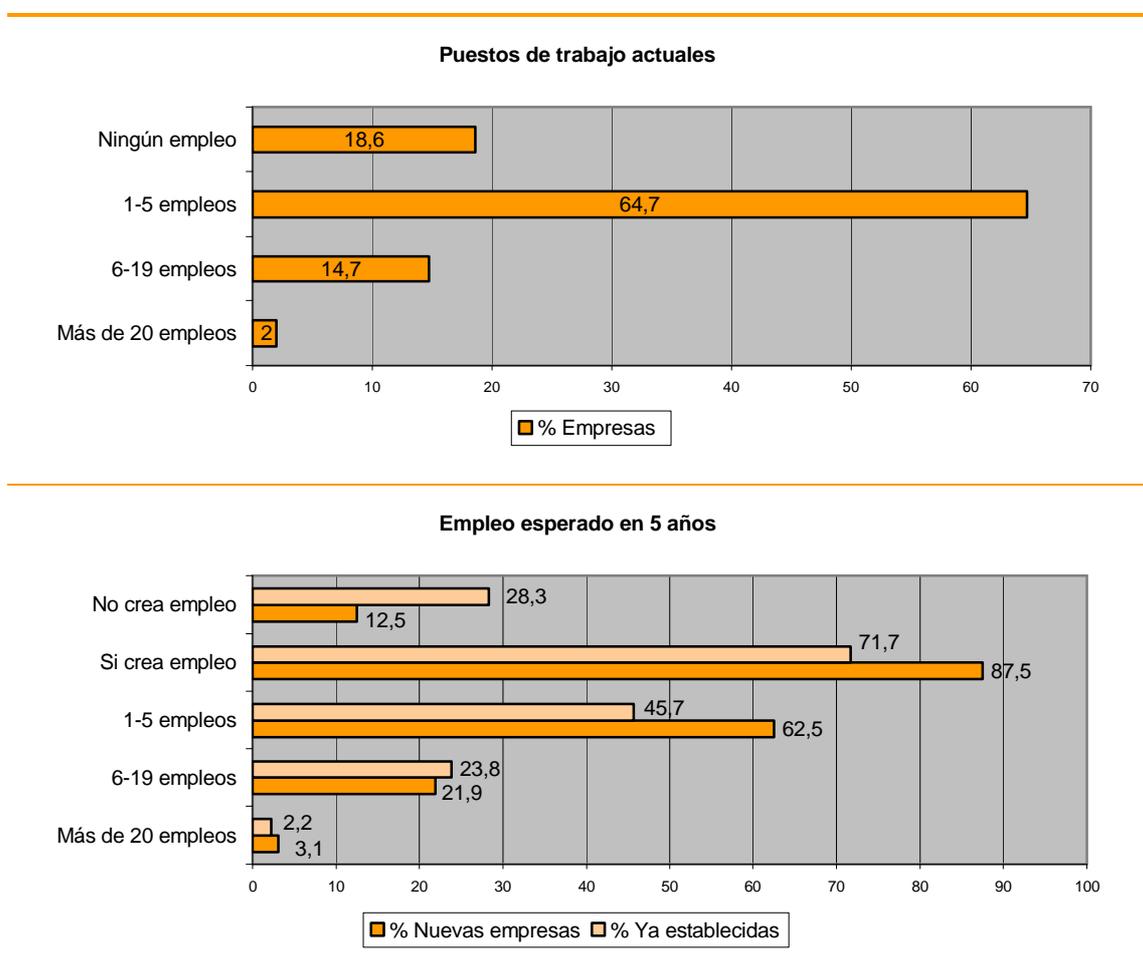
Por otro lado, al analizar el nivel de empleo actual y esperado en los próximos cinco años de estas empresas, observamos que el 83,3% (18,6% + 64,7%) o no tiene empleados o tiene menos de cinco y que sólo el 2% de las empresas tiene más de 20 empleados.

La mayor parte de estas empresas espera crear empleo, sean nuevas empresas o ya establecidas (87,5% vs. 71,7%), aunque las nuevas empresas esperan crear más puestos de trabajo.

Dentro de las empresas que esperan crear empleo, la mayoría espera crear entre uno y cinco, siendo otra vez las nuevas empresas las que superan a las establecidas (62,5% vs. 45,7%).

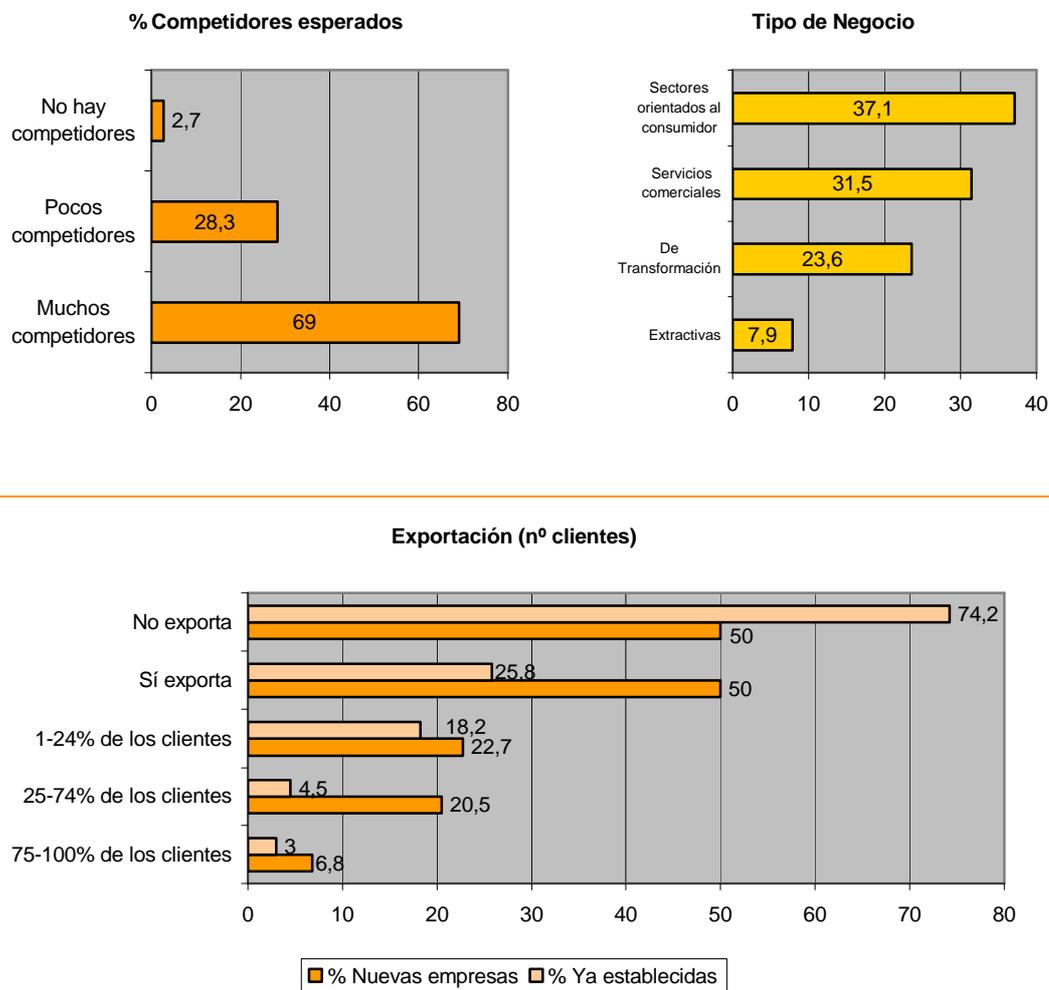
Por último, es de destacar que existe un pequeño porcentaje de empresas nuevas (3,1%), con gran potencial de crecimiento, que espera crear más de 20 empleos en los próximos 5 años.

**GRÁFICO 21.** Puestos de trabajo actuales y futuros (5 años) de las empresas ya establecidas



Otros datos que reflejan diferentes aspectos de las empresas ya establecidas que tratan de acercarnos a su nivel de iniciativa emprendedora

y perspectivas de crecimiento para el futuro, vienen dados en el gráfico 22.

**GRÁFICO 22.** Competidores, tipo de negocio y exportación.

El 69 % de las empresas ya establecidas orientan sus nuevos productos hacia mercados consolidados en los que existen muchos competidores, el 28,3% hacia mercados con pocos competidores o mercados emergentes y sólo un 2,7% se orienta hacia mercados vírgenes, quizás el 3,1% de empresas que como vimos anteriormente, esperan tener una alta creación de puestos de trabajo.

Los sectores en los cuales están desarrollando su actividad las empresas ya establecidas son principalmente los de servicios orientados al consumidor (37,1%), como restauración, hostelería, enseñanza, salud o venta al detalle, y los servicios comerciales (31,5%), como los de

intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias o servicios a profesionales.

Finalmente, las empresas consolidadas no tienen clientes en el extranjero en un 64,5% de los casos y el 20% de las que exportan lo hace con una cartera de clientes que representa menos del 25% de clientes de su clientela total.

Si distinguimos entre empresas ya establecidas y empresas nuevas, como se refleja en el gráfico 22, vemos que existe una tendencia mayor hacia la exportación entre las empresas nuevas que en las ya establecidas en todos los tramos de porcentajes de clientes.

En resumen, las empresas establecidas en Extremadura son más innovadoras que las de otras regiones españolas. Casi la mitad de ellas perciben que algunos de sus clientes potenciales considerarán sus productos y/o servicios como novedosos, existiendo prácticamente un 16% que consideran que serán todos sus clientes los que calificarán como novedosos sus productos/servicios.

Casi una de cada cuatro veces, la tecnología utilizada por estas empresas no existía en el mercado hacía menos de un año. La mayoría tiene menos de 5 empleados, pero esperan crear entre 1 y 19 empleos en los próximos 5 años, especialmente las empresas nuevas y se dirigen fundamentalmente hacia mercados con mucha competencia, en sectores relacionados con los servicios comerciales, orientados al consumidor y no exportando.

### 3. PERFIL DEL NUEVO EMPRESARIO EXTREMEÑO

#### 3.1. Características socio-económicas de los nuevos empresarios

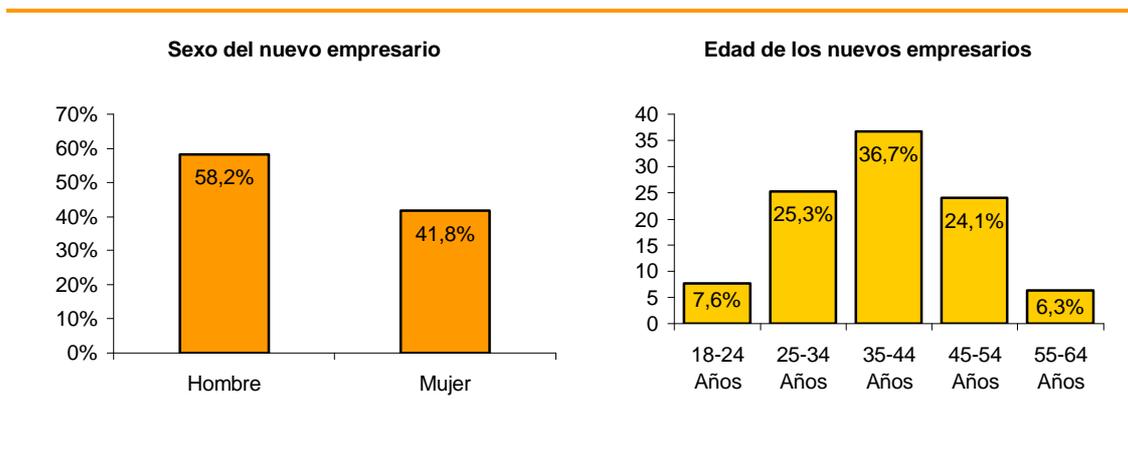
##### 1) Sexo y edad

Si los datos del Informe GEM 2003 para España nos revelan que el 70% de las personas que crean una nueva empresa son hombres frente a un 30% de mujeres, los de Extremadura nos ofrecen

una situación mucho más igualitaria: un 58% de hombres frente a un 42% de mujeres crean su propio negocio.

También la edad de los creadores de empresas extremeñas representa una diferencia con respecto a las medias nacionales. Mientras que para España la edad media del nuevo empresario es de 38 años (40 para los hombres y 34 para las mujeres), en Extremadura la edad media es de 39 años, superando la de las mujeres (42 años) a la de los hombres (38 años).

**GRÁFICO 23.** Características socioeconómicas de los nuevos empresarios extremeños: sexo y edad.

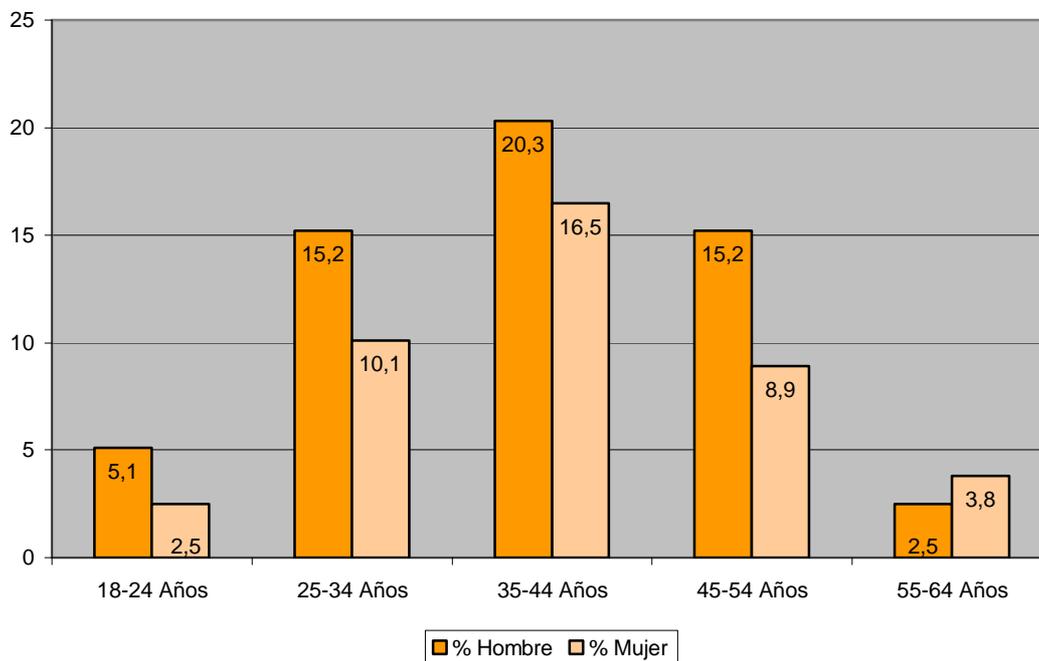


En cuanto a la actividad emprendedora desglosada por edades y sexo, encontramos una mayor presencia de hombres en todos los tramos de edad, excepto para el comprendido entre 55 y 64 años, en el que se incorporan más mujeres que hombres.

Para el conjunto de España la situación es parecida, con la salvedad de que las mujeres que

se deciden por comenzar un nuevo negocio entre 18 y 24 años son más numerosas que los hombres.

Es observable también en el gráfico 24, que las diferencias de porcentajes entre hombres y mujeres no son muy grandes en ninguna de las categorías de edad, lo que reafirma la situación extremeña más igualitaria comentada anteriormente.

**GRÁFICO 24.** Actividad emprendedora por edad y sexo.

La actividad emprendedora puede ser desarrollada desde diferentes tipos de iniciativas:

- La llevada a cabo por personas que como empresarios independientes, solos o con otros, se involucran en la puesta en marcha de una empresa.
- La llevada a cabo por personas que generan y desarrollan nuevos proyectos innovadores dentro de la empresa donde trabajan. Es lo que se conoce en inglés como “Corporate Entrepreneurship” o “Intrapreneurship”<sup>18</sup>.
- La desarrollada por personas que son propietarios de una empresa e intervienen en la dirección de la misma.

Desde este punto de vista, podemos clasificar la actividad emprendedora por grupos de edad y tipo de iniciativa, según vemos en la tabla 7.

La actividad más emprendedora es la de “propietarios-gerentes”, desarrollada por un

10,38% de la población adulta entre 18 y 64 años.

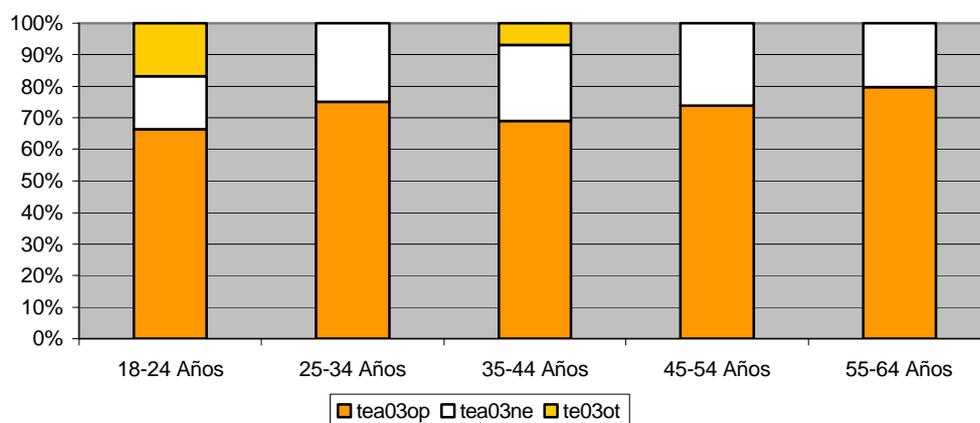
Aunque la mayoría de éstos (58,1%) tiene una edad comprendida entre los 35 y 54 años, es el otro grupo importante (37,2%) con iniciativa emprendedora que está entre los 18 y 34 años, el que soporta una parte importante del porcentaje del 10,38% frente a “empresarios independientes” y “proyectos innovadores”, ya que éstos últimos tienen mayores porcentajes de personas entre 35 y 64 años.

Por otro lado, la motivación para la creación de una empresa en Extremadura no depende de la edad. Como observamos en el gráfico 25, existen pocas diferencias a la hora de emprender un negocio por oportunidad o por necesidad en las diferentes edades analizadas. Sólo entre las personas más jóvenes (18-24 años) aparecen “otros motivos” no especificados que tiene tanta importancia como la necesidad.

<sup>18</sup> Corporate Entrepreneurship: actividad que tiene por objeto identificar nuevas oportunidades de negocio para una empresa existente y generar nuevos proyectos innovadores para la misma (Veciana, 1996).

**TABLA 7.** Actividad emprendedora por edad y tipo de iniciativa

	18-34 Años	35-54 Años	55-64 Años	Total Extremadura
Empresarios independientes	26,7%	64,4%	8,9%	4,37%
Proyecto innovador dentro de la empresa	22,7%	68,2%	9,1%	2,56%
Propietario-gerente de nueva empresa	37,2%	58,1%	4,7%	10,36%

**GRÁFICO 25.** Motivación para emprender en función de la edad. Oportunidad vs. Necesidad.

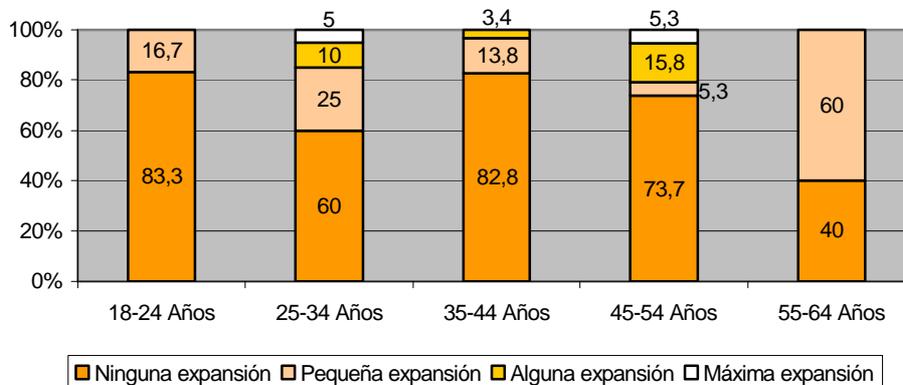
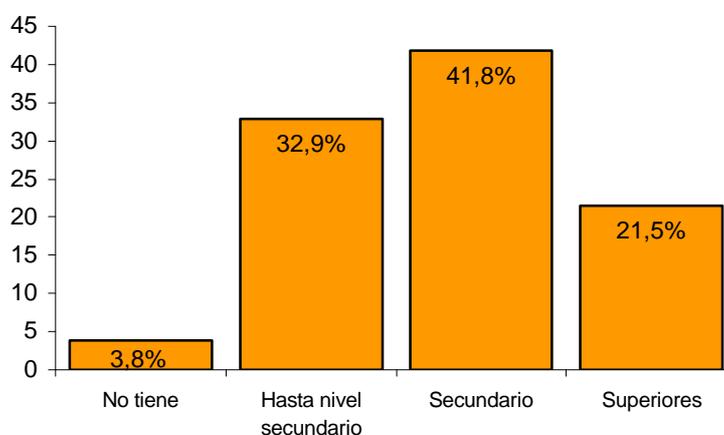
La expansión en el mercado que los nuevos empresarios esperan de su empresa es desigual en función de la edad. Mientras que los muy jóvenes (18-64 años) no esperan ninguna expansión de su empresa en un altísimo porcentaje (83,3%), quizás debido al desconocimiento del mercado o la inexperiencia, que les hace aparecer a empresas más ligadas a la subsistencia, los mayores (55-64 años), esperan tener al menos una pequeña expansión en un porcentaje más alto (60%) que ninguno de los otros grupos de edad. Lo jóvenes (25-34 años) tienen las máximas aspiraciones de crecimiento para su empresa, pero también, la personas más maduras (45-54 años), dándose paradójicamente un fuerte retroceso en cuanto a las expectativas de crecimiento en edades comprendidas entre los 35 y 44 años.

## 2) Nivel de Estudios

El nivel de estudios de los nuevos empresarios extremeños es menor que el de la media nacional.

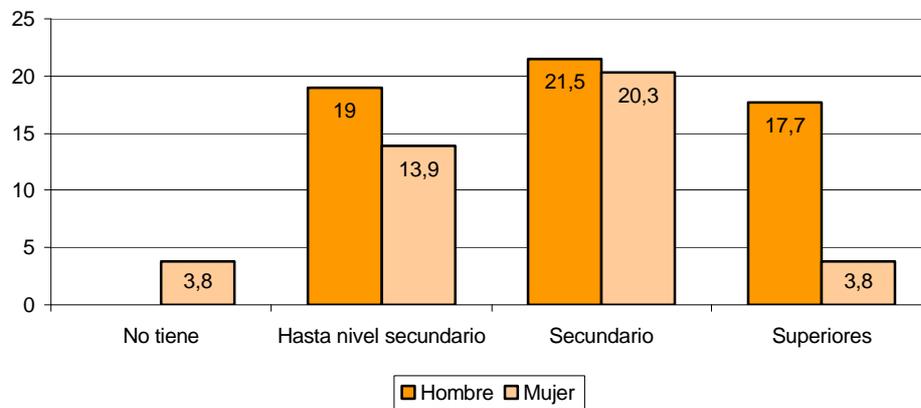
Mientras que en España apenas un 0,5% de los encuestados emprende una nueva empresa sin ningún tipo de estudios, en Extremadura lo hace el 3,8%.

La mayor parte tienen estudios secundarios (41,8%), lo que nos acerca a la media española (43%), pero existen todavía importantes diferencias en las personas que crean su empresa con una formación superior (21,5% vs. 32%) y la que lo hace con estudios inferiores a los secundarios (32,9% vs. 23%).

**GRÁFICO 26.** Expansión esperada de la empresa en función de la edad.**GRÁFICO 27.** Nivel de estudios de los nuevos empresarios.

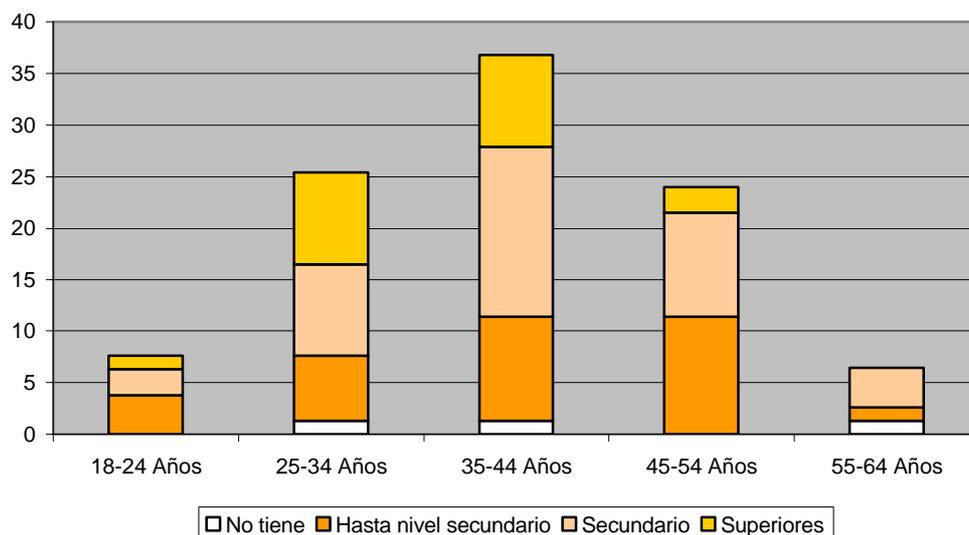
Si analizamos el nivel de estudios en función del sexo, encontramos una relación estadísticamente significativa. En Extremadura, al contrario de la tendencia nacional, los hombres que emprenden

una nueva empresa tienen más estudios que las mujeres, hallándose una mayor diferencia entre los que tienen estudios superiores

**GRÁFICO 28.** Nivel de estudios y sexo de los nuevos empresarios.

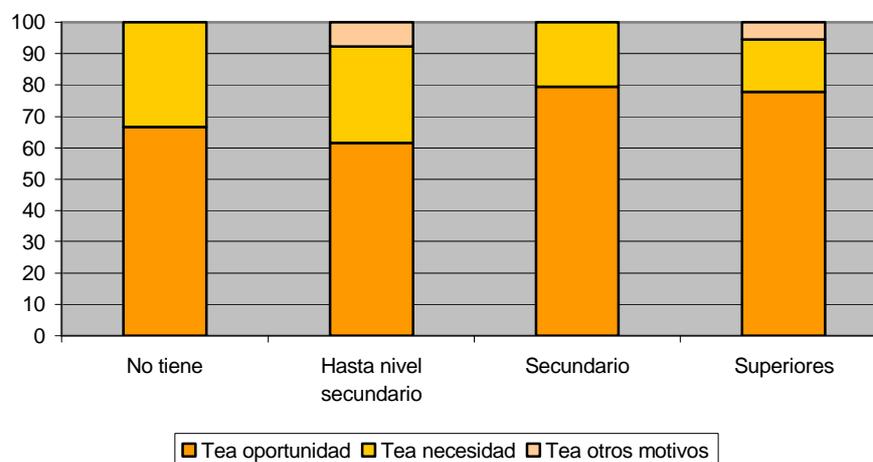
Es significativo también que todas las personas que crean negocios sin ningún tipo de estudios son mujeres, que como nos muestra el gráfico 29, están repartidas en diferentes tipos de edades, aunque como es lógico, los tramos de edad más

jóvenes son los que tienen mayor preparación académica. Esto nos indica que los jóvenes universitarios optan cada vez más como opción profesional por la creación de su propia empresa.

**GRÁFICO 29.** Nivel de estudios y edad de los nuevos empresarios.

Cuando cruzamos el nivel de estudios con los motivos que llevan a las personas a crear su empresa, el resultado es claro: en Extremadura, los nuevos empresarios con menores niveles de estudios inician su actividad más por necesidad que para explotar una oportunidad de negocio.

Consecuentemente, la motivación para la creación de la empresa está basada más en aprovechar una oportunidad que en razones de necesidad, para empresarios con mayores niveles de estudio.

**GRÁFICO 30.** Nivel de estudios y edad de los nuevos empresarios.

### 3) Situación laboral

Casi un 95% de las personas que han creado sus empresas en Extremadura durante el periodo analizado estaban trabajando a tiempo completo o parcial en otra empresa. De ellos, un 57% eran hombres y un 38% mujeres. La mayor parte de estas personas tienen edades comprendidas entre los 25 y 55 años en un 84,8% de los casos.

### 4) Nivel de renta

Prácticamente la mitad de los nuevos empresarios tienen rentas bajas, repartiéndose por igual entre hombres y mujeres. Casi un tercio recibe unas rentas medias y la mitad de éstos, rentas altas. En estos dos últimos casos, hay casi el doble de hombres que mujeres. Estos datos contrastan con las medias españolas, en las que los tres tipos de renta considerados son similares en porcentajes de percepción de rentas y se distribuye más homogéneamente en función del sexo.

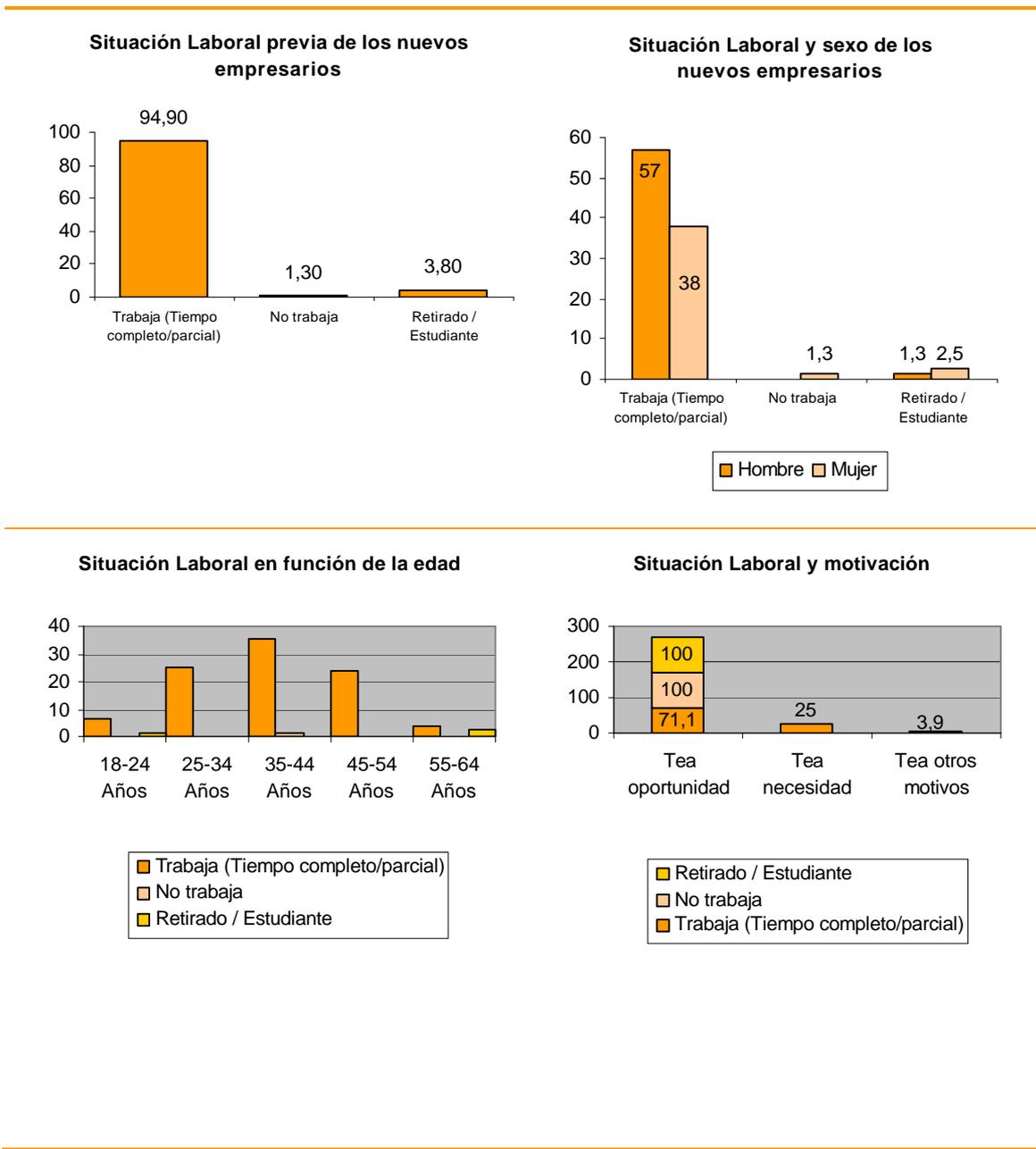
En todos los tramos de edad, la mayor parte de los nuevos empresarios tienen rentas bajas o medias, aunque en el de las personas más mayores (55-64 años), predomina un nivel medio.

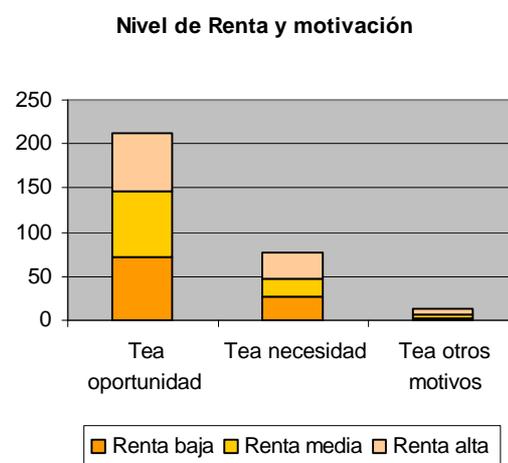
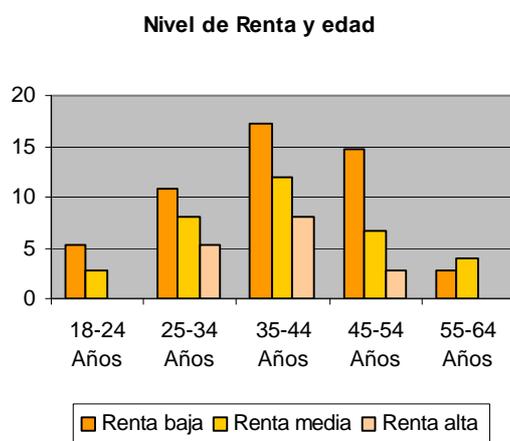
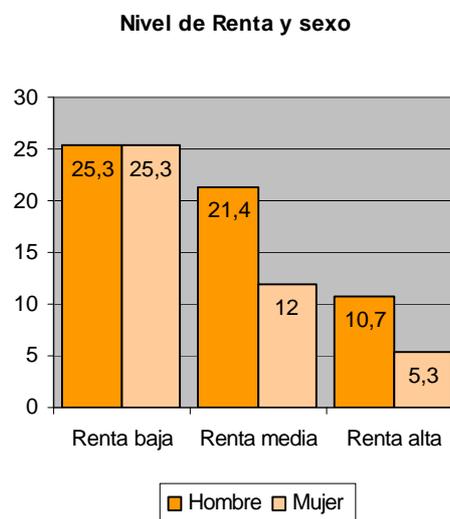
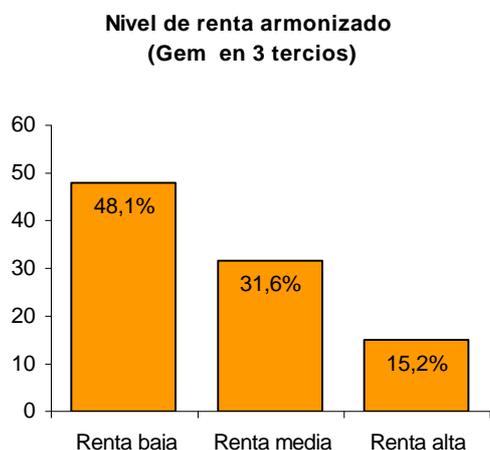
Los empresarios que tienen un nivel mayor de renta a la hora de montar su empresa, los encontramos entre las personas de mediana edad (35-44 años), no existiendo ningún grupo de renta alta entre las personas de más de 55 años que cree su empresa a esa edad. En cuanto a la motivación para emprender una nueva empresa en Extremadura en función del nivel de renta, no hemos encontrado relación en el 2003 entre las dos variables.

En general, se crean las empresas para aprovechar la oportunidad de hacer negocio, independientemente del nivel de renta que se tenga.

Así, se emprende más por oportunidad que por necesidad, tanto en los niveles de rentas más bajas (71,1% vs. 26,3%), como medias (76% vs. 20%) o altas (64,5% vs. 30,8%). Dándose la paradoja que entre las personas de rentas más altas es donde se crean más empresas por necesidad y otros motivos (7,7%), lo que nos indica que el nivel de necesidad en estos casos tienen más que ver con factores relacionados con las situación laboral previa e insatisfacciones en el trabajo, como desempleo o despido, falta de seguridad en el empleo, imposibilidad de acceso a la promoción en la empresa, etc., que con situaciones de salida de la pobreza o marginalidad social.

**GRÁFICO 31.** Situación laboral previa de los empresarios y situación laboral por sexo, edad y motivación.



**GRÁFICO 32.** Nivel de renta de los empresarios y nivel de renta en función del sexo, edad y motivación.

### 3.2. Tipo de negocio que crean los nuevos empresarios extremeños

La mayor parte de las empresas nacientes (aquellas que llevan menos de tres meses funcionando), han creado sus empresas en

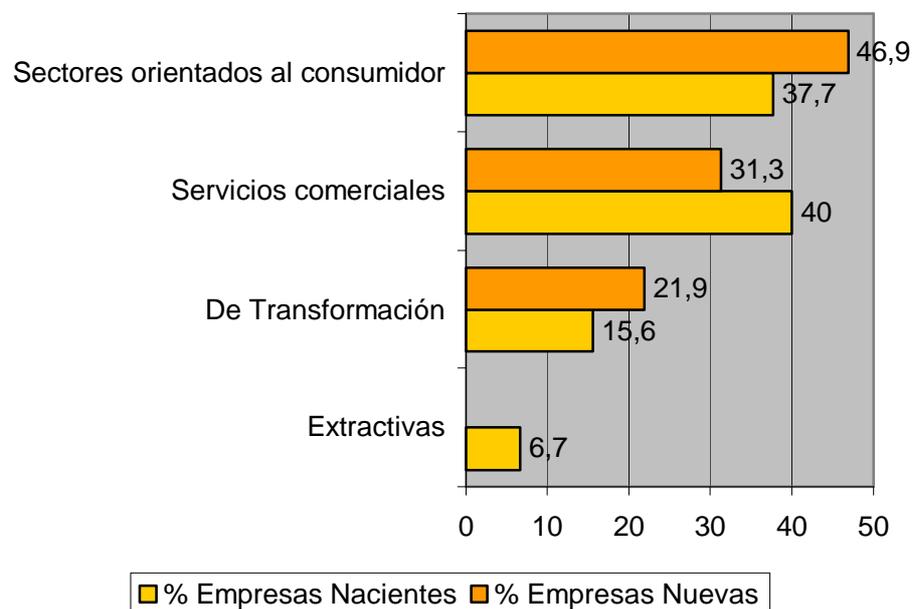
sectores comerciales (40%) y aquellos que están orientados al consumidor (37,7%). Solo el 15,6% lo ha hecho en el sector de la transformación y el 6,7% en el extractivo.

Por su parte las nuevas empresas de este año (entre 3 y 12 meses), se han decantado más por los sectores orientados al consumidor (46,9%)

como venta al detalle, hostelería o restauración, que por los servicios comerciales (31,3%), como consultorías, intermediación financiera, servicios a profesionales o actividades inmobiliarias.

Sin embargo, en el sector de la transformación, manufactura, transportes, construcción, etc, se han creado más empresas que entre las empresas nacientes, pero no encontramos ninguna relacionada con el sector extractivo (caza, pesca y minería).

**GRÁFICO 33.** Tipo de empresa creada. Empresas nacientes y nuevas



### 3.3. Innovación de las empresas extremeñas creadas

Hemos tratado de mostrar en el gráfico 34, ciertos datos que nos reflejen cómo son de innovadoras las empresas extremeñas a través de cuatro categorías:

- la proporción de clientes potenciales que considerarán los productos y/o servicios como novedosos (nuevos productos/servicios),
- existencia de competidores que ofrezcan los mismos productos y/o servicios a los

clientes potenciales (nivel de competencia esperado),

- disponibilidad de las tecnologías utilizadas en los nuevos productos y/o servicios un año antes (tecnología disponible hace un año) y,
- proporción de clientes potenciales que vive fuera del país (exportación).

En Extremadura, la proporción de clientes potenciales que considerarán algunos o todos los productos y/o servicios como novedosos es sustancialmente mayor para las empresas nuevas que para las nacientes, por lo que podemos decir

que conforme van creciendo y adquiriendo experiencia en el mercado, su nivel innovador es mayor.

Pero sólo hasta cierto punto, ya que si recordamos las cifras de las empresas ya establecidas del punto 2.3., observamos que se da un retroceso con respecto a las empresas nuevas, ya que el 46,9% de sus clientes consideraría que alguno o todos sus productos serían nuevos, frente al 58,7% de las empresas nuevas.

Por tanto, parece que las empresas alcanzan su mayor nivel de innovación en sus primeras fases, cuando están tratando de encontrar un hueco en el mercado y que una vez que consolidan su posición, a partir de los 42 meses, este nivel disminuye.

Según el nivel de competencia esperada, las empresas nuevas son más innovadoras que las nacientes, ya que entran en mercados en los que o no hay o existen menos competidores.

También aquí podemos decir, que las empresas ya consolidadas son menos innovadoras que las nuevas, ya que se mueven en mercados en los que la ausencia o presencia de escasos competidores es menor (43,5% vs. 31%).

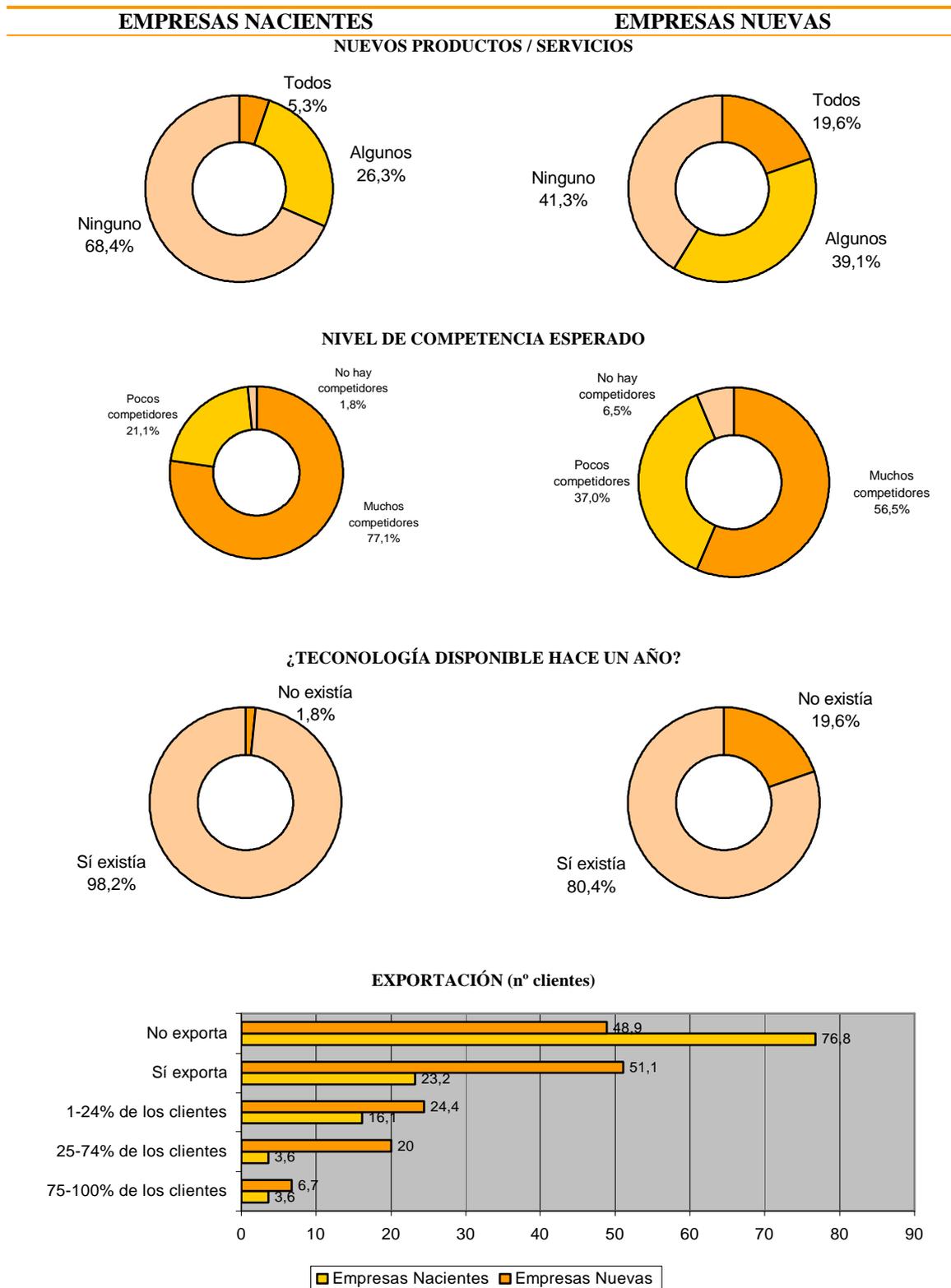
Mientras que prácticamente la totalidad de las empresas nuevas ha utilizado tecnología con más de un año de antigüedad, el 19,6% de las empresas nuevas ha utilizado tecnología muy novedosa.

Por otra parte, recordamos que las empresas ya consolidadas utilizaban tecnología no disponible hacía un año en un 23,9% de los casos, lo que nos indica que quizás, aunque su nivel de innovación parece descender conforme se van asentando en el mercado, sí son capaces de acceder por su experiencia o contactos a tecnologías más novedosas.

Por último, la capacidad de exportación nos una medida de la innovación de los productos ofrecidos por las empresas. La proporción de clientes potenciales que vive fuera del país es mucho menor en las empresas nacientes que en las nuevas (23,2% vs. 51,1%), por lo que su capacidad innovadora es menor.

También aquí observamos, que las empresas nuevas son más innovadoras que las ya establecidas, tanto en si tienen o no clientes fuera del país (51,1% vs. 25,8%), como en el porcentaje de clientes a los que exportan.

**GRÁFICO 34.** Nivel esperado de innovación de empresas nacientes y nuevas.  
Nuevos productos/servicios, competencia, tecnología y exportación



## 4. LA FINANCIACIÓN DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS

La financiación de las pequeñas empresas en general, y, en particular de las nuevas, depende, fundamentalmente de los recursos de los propios empresarios, los bancos y los beneficios no distribuidos que permanecen en la empresa como reservas. Respecto a los mercados de capitales, éstos trabajan mejor cuando hay información perfecta. Sin embargo, la información es muy imperfecta en el mercado de las pymes, y aún más, en la fase de creación de las empresas.

En definitiva, los nuevos empresarios necesitan recursos financieros para invertir en sus proyectos, y esto supone un problema a superar. El obtenerlos en la cuantía necesaria, tanto para inversiones en activo fijo como en activo circulante, se puede considerar un primer éxito del nuevo empresario.

Entre las fuentes de financiación externas destacan las sociedades capital-riesgo, agentes claves en el proceso de financiar e involucrarse en proyectos empresariales muy innovadores y con alto potencial de crecimiento.

A pesar de la atención que han recibido estas entidades, tanto en el terreno del fomento de la creación de empresas, como de la investigación, no son la fuente de financiación externa de uso prioritario por los nuevos empresarios, ya que, según nos revela William Bygrave en el capítulo de financiación del Informe GEM Mundial 2003, menos de 37 de cada 100.000 nuevas empresas recibe fondos de una sociedad capital riesgo, mientras que los inversores informales, financiaron el 99,96 % del total de las nuevas empresas y aportaron el 90% del total de recursos.

Estos inversores informales tienen una relación personal con el empresario, son familiares (52,6%), amigos, vecinos o conocidos (29,2%) o compañeros de trabajo (8,9%) y sólo el 9,3% son inversores informales profesionales (Business Angels).

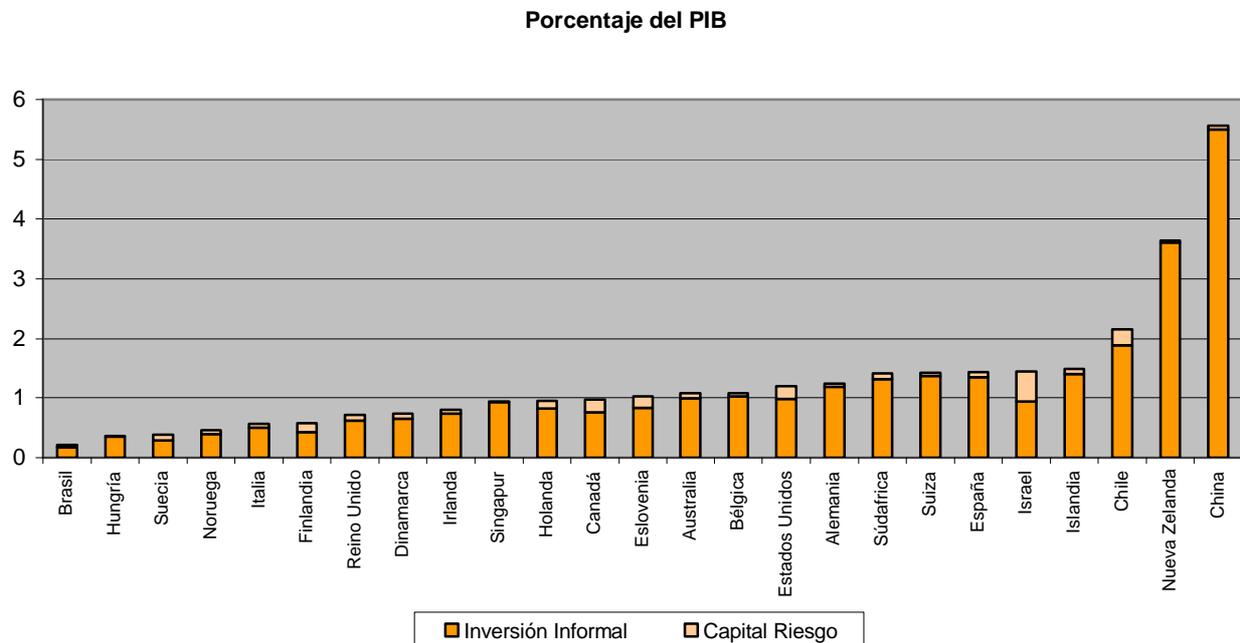
Como nos muestra la tabla 8, los datos son incontestables, por lo que esta realidad es importante tenerla presente para enfocar las políticas públicas de fomento a la creación de empresas.

**TABLA 8.** Inversión capital riesgo versus inversión informal en países GEM en 2002. Datos totales.

Tipo de Inversor	Inversión (millones de dólares/Usa)	Nº Empresas	Inversión media por empresa (dólares/Usa)
Capital riesgo	32.000	12.500	2.560.000
Inversor informal	359.000	34.000.000	10.559

En el gráfico 35 vemos la gran diferencia que existe entre la inversión en capital riesgo con la inversión informal en los diferentes países del

GEM. Israel, Estados Unidos, Canadá o Chile, son los principales países en los que el capital riesgo ocupa más porcentaje de la inversión comparativa.

**GRÁFICO 35.** Capital riesgo versus inversión informal en los países GEM.

#### 4.1. La inversión informal en Extremadura

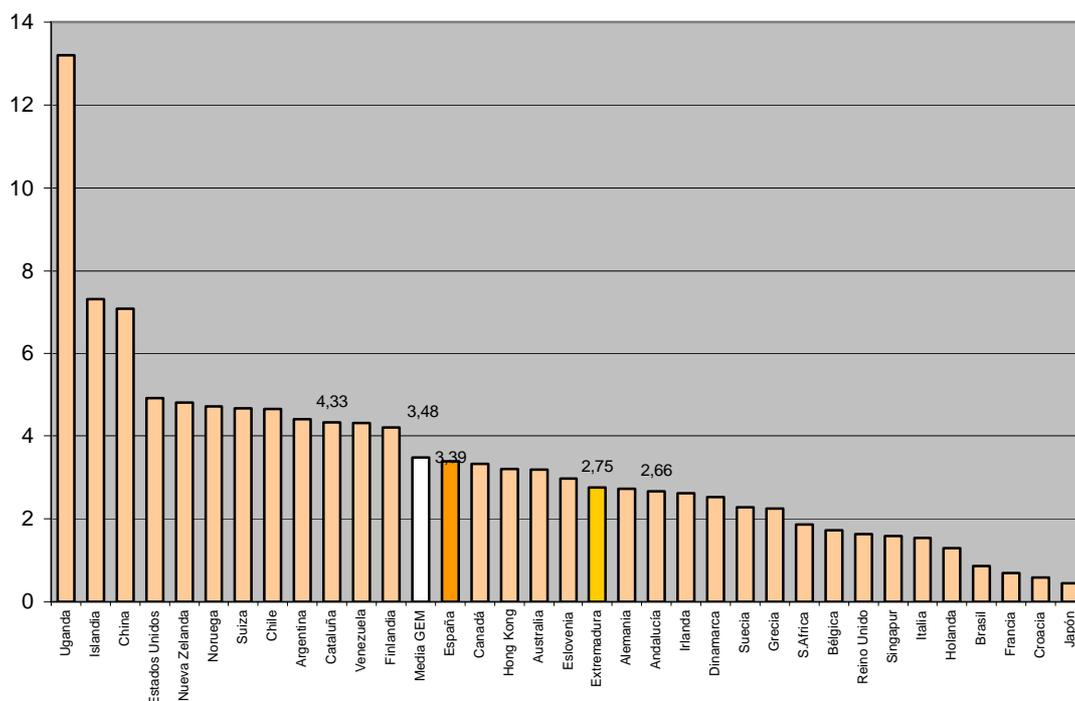
Para calcular el porcentaje de personas que en los últimos tres años han estado involucradas como inversores informales en la creación de una nueva empresa, hemos realizado la siguiente pregunta a la población adulta: “¿en los últimos tres años ha proporcionado fondos personales para ayudar en la puesta en marcha de un negocio de otros, excluyendo inversión en bonos, acciones o fondos comunes de inversión?”. El resultado ha sido que el 2,75% de su población, entre 18 y 64 años, ha respondido que sí. Esto supone que en Extremadura 17.597 personas han actuado como “Business Angels” desde el año 2000 al 2003.

Si observamos el gráfico 36, podemos deducir que la inversión informal en Extremadura, se encuentra en unos valores medios entre los países del GEM. Pero una cosa es que el porcentaje de personas que en los últimos tres

años han proporcionado, al menos una vez, fondos personales para ayudar en la puesta en marcha de un negocio a otros, sea similar al de los países de nuestro entorno más inmediato, y otra, que el fenómeno de “Business Angels” esté desarrollado como tal en nuestra Comunidad al nivel en el que se puede encontrar en otros países europeos en los que encontramos fuertes redes ya establecidas.

Si atendemos únicamente a los datos del gráfico, vemos que Extremadura se encuentra por debajo de la media GEM (3,48%), al mismo nivel que Alemania (2,73%) y por encima de países como Francia (0,69%), Italia (1,54%), Reino Unido (1,63%) o Bélgica (1,72%).

En España, Extremadura, al igual que Andalucía (2,66%), se encuentra por debajo de la media nacional (3,39%), destacando Cataluña con un 4,33% de su población que actúa como inversores informales.

**GRÁFICO 36.** Inversión Informal en los países GEM.

#### 4.2. Perfil del inversor informal en Extremadura

Si bien la muestra de “Business Angels” en Extremadura es pequeña y no representativa, hemos querido cotejar los datos regionales con los obtenidos para España, que este año, al realizar aproximadamente a unas 7000 encuestas, ha obtenido una muestra nacional de 242 personas lo que nos aporta mayor fiabilidad para el análisis del perfil del inversor informal.

La tabla 9 nos muestra el perfil de los inversores informales nacionales y extremeños.

Podemos decir que el inversor informal extremeño es fundamentalmente mujer de unos 41 años de edad, que trabaja, con un nivel de estudios muy diversificado, aunque principalmente secundarios o superiores, con un nivel de renta bajo y que tiene una relación familiar con las personas a las que ayuda económicamente a iniciar la empresa, a las que aporta como media unos 8.800 euros.

También podemos destacar que las empresas beneficiarias de la inversión se crean principalmente en sectores orientados al consumidor y servicios comerciales, destacando los relacionados con el turismo (restauración, hoteles, ...).

Al comparar el perfil del inversor informal extremeño con el nacional, observamos que las diferencias más significativas las encontramos en el sexo (44,8% hombres frente a un 56,5%), el nivel de estudios (en España la mayor parte de los inversores tienen estudios superiores), el nivel de renta (bajo en Extremadura y medio en España), la percepción de buenas oportunidades de negocio (61,1% vs. 46,9%) y la inversión media realizada (8.841 € vs. 18.969 €). Es destacable también la opinión que tienen los inversores informales extremeños sobre si la información de los medios de comunicación sobre nuevas empresas o empresarios, es suficiente. Mientras que en España el 50,4% piensa que es suficiente, en Extremadura sólo lo

hace el 42,9%. Es decir, para acercarnos al nivel de la opinión media nacional, los medios de comunicación extremeños tendrían que cubrir más información sobre los empresarios y la

creación de empresas, lo que ayudaría en la sensibilización de la población para considerar la opción empresarial como una buena alternativa profesional.

**TABLA 9.** Perfil del Inversor Informal en España y Extremadura.

	España (%)	Extremadura (%)
% Hombres	56,5	44,8
Edad media	42	41
Trabaja:		
- A Tiempo completo/parcial	89,4	86,3
- En su domicilio	7,4	10,3
- Estudiante/Jubilado/No trabaja	3,2	3,4
Nivel de estudios:		
- Hasta nivel secundario	0,8	27,6
- Secundarios	23,9	37,9
- Superiores	75,3	34,5
Nivel de renta:		
- Bajo	29,9	63
- Medio	27,8	29,6
- Alto	17,9	7,4
- No contestan	24,3	
Espera acometer la creación de una empresa en los próximos 3 años	16,8	3,4
Ha cerrado una empresa propia en los últimos 12 meses	11,2	3,4
Percibe buenas oportunidades de negocio en España o Extremadura en los próximos 6 meses	46,9	61,1
Cree poseer conocimientos y habilidades para crear una empresa	55,4	60,7
El miedo al fracaso no es un obstáculo para crear una empresa	64,4	62,1
Ser empresario es una buena opción como carrera profesional	54,8	60
En España o Extremadura los medios de comunicación cubren suficientemente la información sobre nuevos negocios y empresarios	50,4	42,9
Inversión media que realiza un inversor informal (en euros)	18.969	8.841
Relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión:		
- Familia directa (esposa, hijos, hermanos, nietos, etc.)	47,9	48,3
- Otras familiares menos directos (primos, sobrinos, parientes)	9,6	13,8
- Compañeros de trabajo	12,3	17,2
- Amigos, vecinos, conocidos	23,3	17,2
- Un desconocido con una buena idea de negocio (BA profesional)	1,4	3,4
- Rechazan especificar el tipo de relación	5,5	

**Fuente:** Datos para España: Coduras, A.; López-García, P.; Justo, R.; De la Vega, I., (2003)  
Para Extremadura: elaboración propia.

### 4.3.¿Cómo se financia la creación de empresas en Extremadura?

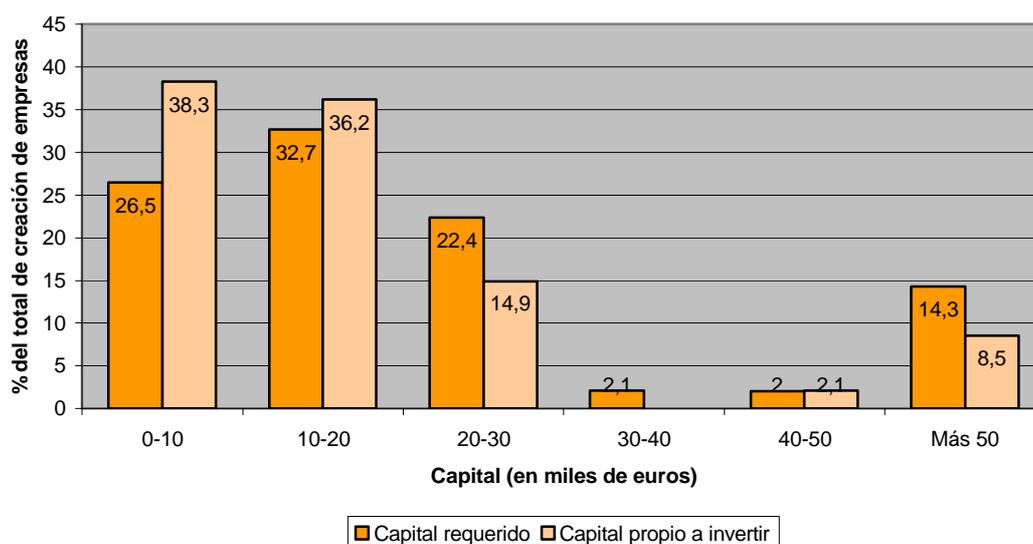
De la información recabada a través de la encuesta a la población adulta, podemos deducir que tres de cada cuatro empresas creadas en Extremadura se financia íntegramente con capital propio.

Si bien esta dato puede sorprender, ya que en España es algo más de la mitad de las empresas las que inicialmente se financian al 100% con capital del empresario (Coduras, et al., 2003), al observar el gráfico 36 podemos comprobar que la gran mayoría de las empresas creadas necesitan un capital no muy grande para comenzar su actividad, ya que el 81,6% de las empresas requieren menos de 30.000 euros y un 60%, requiere menos de 20.000 euros para constituirse.

Esto se ve reforzado cuando comprobamos que el 92,4% de los nuevos empresarios espera invertir en el negocio menos de 30.000 euros de su propio dinero. Todo lo cual nos induce a pensar que el nuevo empresario extremeño invierte en proyectos de un coste inicial

relativamente bajo, que puede asumir personalmente con fondos propios. Máxime cuando casi el 60% de las empresas que se han creado tienen como dueño a dos o más propietarios.

**GRÁFICO 37 .** Capital requerido e invertido por el empresario en la financiación de la empresa.



En los primeros tramos de capital requerido (0-10 y 10-20), los empresarios esperan invertir como capital propio lo que el negocio requiere. En tramos superiores, las necesidades de financiación requeridas son mayores que el dinero propio que los propietarios esperan invertir en la empresa.

Como nos muestra la tabla 10, el importe medio requerido para poner en marcha una nueva empresa es de unos 29.000 euros, aunque el capital requerido más común ha sido de 12.000 euros. El capital mínimo requerido es de 555 y el máximo de 210.354 euros.

Por otro lado, el capital medio que los nuevos empresarios ponen de su bolsillo para constituir la empresa ha sido de unos 23.000 euros, siendo el importe más utilizado el de 15.000 euros. El mínimo que han invertido ha sido de 1.202 euros, siendo el máximo de 180.304 euros.

Cuando el empresario no financian la totalidad de su nueva empresa con fondos propios, acude a diferentes fuentes de financiación. Las principales a las que acude vienen reflejadas en la tabla 11.

**TABLA 10.** Capital requerido y capital propio a invertir. Valores estadísticos. Capital mínimo y máximo

Valores	Capital requerido para arrancar el negocio (en euros)	Capital propio que se espera invertir (en euros)
Media	29.328	23.143
Moda	12.000	15.000
Desviación típica	41.386	33.971
Capital mínimo	555	1.202
Capital máximo	210.354	180.304

**TABLA 11.** Fuentes de Financiación para la creación de la empresa. Extremadura y España

FUENTES DE FINANCIACIÓN	Extremadura % del Total	España % del Total
- Familia directa (esposa, hijos, hermanos, nietos, etc.)	8,6	7,12
- Otras familiares menos directos (primos, sobrinos, parientes)	5,2	2,19
- Compañeros de trabajo	3,4	0,55
- Del propio jefe	6,9	1,64
- Amigos, vecinos, conocidos	6,9	7,40
Total Inversores Informales	31,0	18,9
- Bancos u otras instituciones financieras	25,9	38,08
- Ayudas gubernamentales	17,2	9,59
Total	74,1	66,58

**Fuente:** Datos para España: Coduras, A.; López-García, P.; Justo, R.; De la Vega, I., (2003)  
Para Extremadura: elaboración propia.

En Extremadura, el empresario acude para financiar su empresa fundamentalmente a inversores informales (familia, amigos, vecinos, conocidos, etc.), mientras que en el resto de España lo hace en primer lugar a los bancos u

otras instituciones financieras.

También acude en mayor medida a las ayudas gubernamentales que la media española. Aspecto éste que denota la vinculación y dependencia de los nuevos empresarios de este tipo de ayudas.

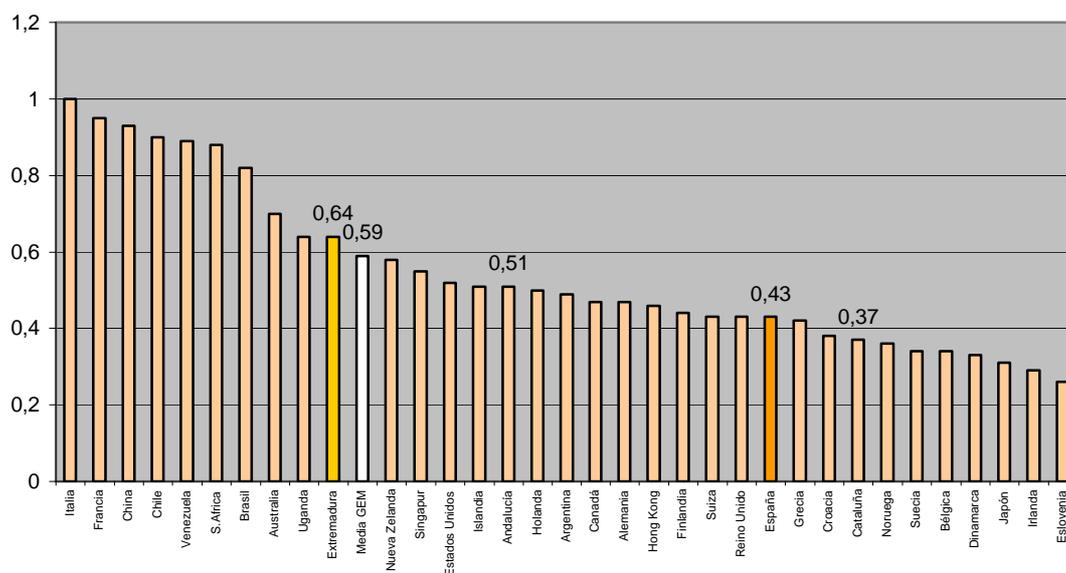
## 5. MUJER Y CREACIÓN DE EMPRESAS EN EXTREMADURA

Como mencionamos en el capítulo 1, en 2003 había en Extremadura unas 49.208 personas de entre 18 y 65 años involucradas en los procesos de creación de empresas. Según el ratio mujer/hombre que nos ofrece el TEA ( $\text{tea03mujer}/\text{tea03hombre}$ ), por cada hombre involucrado en la puesta en marcha de una empresa en Extremadura, existen 0,64 mujeres que lo están. Esto supone que en julio de 2003,

existían 19.222 mujeres emprendedoras frente a 29.986 hombres.

En el ámbito internacional observamos en el gráfico 38 cómo Extremadura está situada en la posición 10 entre los países del GEM en cuanto al ratio mujer/hombre para el TEA 2003. Esta posición nos sitúa por encima de la media GEM (0,59) y de la media de España (0,43), superando curiosamente a países europeos o regiones españolas tradicionalmente más avanzadas y desarrolladas que la extremeña, como es el caso de Cataluña (0,37).

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



Esto quiere decir, que aunque encontramos tasas de iniciativa emprendedora mayores para los hombres que para las mujeres (tabla 12), en Extremadura buena parte de los índices de actividad emprendedora se deben a las mujeres,

lo que corrobora, como ya comentamos, el que existan menores diferencias que en el resto de España y Europa en la motivación para crear una empresa (oportunidad vs. necesidad) por parte de mujeres y hombres.

**TABLA 12 .** TEA 03 masculino y femenino.

	GEM	Europa	España	Andalucía	Cataluña	Extremadura
Tea mujeres	6,55	3,3	4,07	4,17	4,04	6,09
Tea hombres	11,19	7,85	9,46	8,17	11,05	9,51

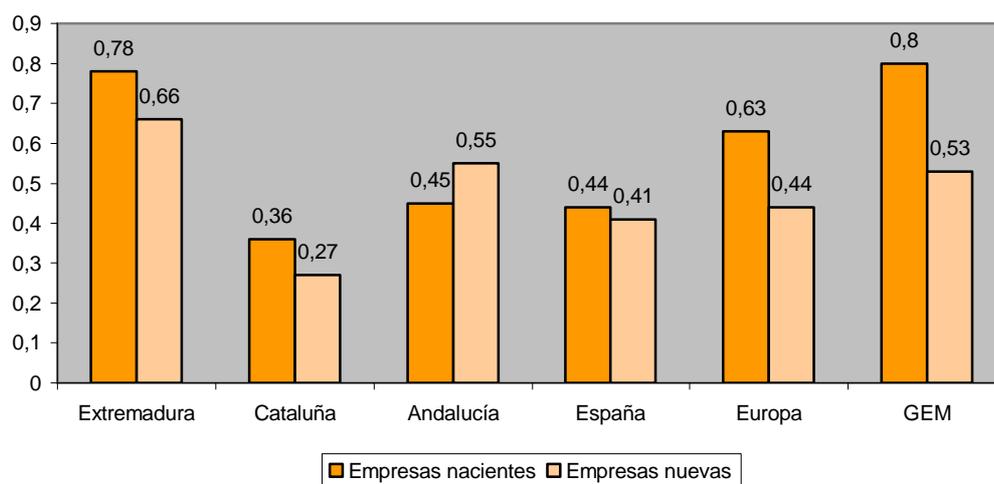
En cuanto a la actividad emprendedora desglosada por edades y sexo, encontramos una mayor presencia de hombres en todos los tramos de edad, excepto para el comprendido entre 55 y 64 años, en el que se incorporan más mujeres que hombres. Esto puede ser debido a la mayor liberación de la mujer de sus responsabilidades familiares (hijos fuera del hogar), a que sus fuentes de financiación propia pueden ser mayores en estas edades, o a que la mujer, aún en una edad activa, desea incorporarse al mundo profesional. Aspecto éste que puede ser favorecido por la fortaleza del sector comercio en Extremadura.

Cuando analizamos el grado de participación de

las mujeres extremeñas en las empresas nacientes (menos de 3 meses) o nuevas (entre 3 y 42 meses), encontramos una mayor presencia femenina en el arranque de las empresas que en fases sucesivas. Además, los índices de participación tanto en las empresas nacientes como nuevas son comparables a los de la media de los países del GEM, siendo incluso mayores que los valores medios para Europa, España y otras comunidades autónomas.

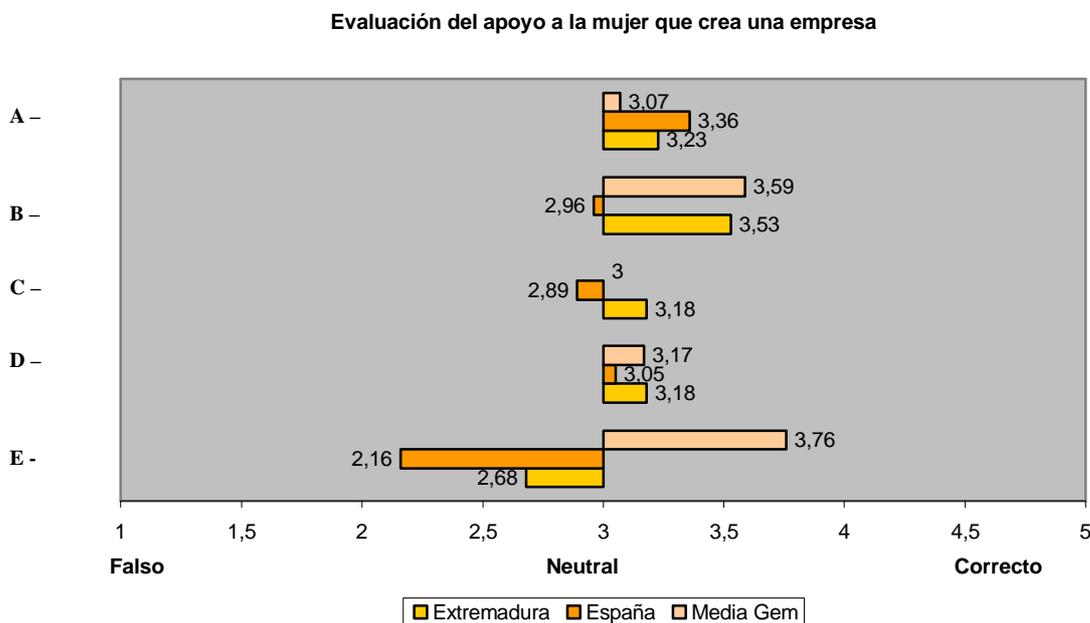
Esto nos indica la importancia y fuerza de la mujer en la creación de empresas en la región con respecto al hombre, tanto en el arranque de nuevos negocios como en la intervención en ellos durante sus primeros años.

**GRÁFICO 39.** Ratio de participación mujer / hombre en empresas nacientes y nuevas.



¿Está siendo esta alta participación de la mujer en la incorporación a la sociedad empresarial extremeña apoyada social y culturalmente? En general, en España, como nos muestra el Informe GEM para el 2003, el apoyo cultural y social a la mujer que emprende un negocio es menor que en el resto de los países incluidos en

el estudio (Coduras, et al., 2003). En Extremadura, si bien los datos nos indican que no se llega a la media GEM, las valoraciones efectuadas por los expertos extremeños acerca del apoyo que la mujer emprendedora que desea crear una empresa encuentra en la región, nos sitúan por encima de la media nacional.

**GRÁFICO 40.** Evaluación del apoyo a la mujer que crea una empresa en Extremadura.

En Extremadura ...

- A. Las mujeres tienen la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa.
- B. Las mujeres tienen acceso a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres.
- C. Las mujeres son alentadas a ser autoempleadas o a crear una empresa.
- D. Crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer.
- E. Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después de haber formado una familia.

Como nos muestra el gráfico 39, y siempre según la opinión de los expertos entrevistados, se valora positivamente la motivación y capacidad necesaria de las mujeres extremeñas para crear su propia empresa. Aunque sin llegar a la media nacional, superamos la de los países encuestados.

Por otro lado, encontramos que el acceso a las oportunidades en las mismas condiciones que los hombres es un aspecto destacado, en el que además encontramos diferencias significativas con la sociedad española.

Mientras que los expertos nacionales valoran de forma neutral otros factores culturales, como el alentar a las mujeres a crear una empresa o el aceptar socialmente la profesión de empresaria, los expertos en Extremadura valoran positivamente estas dos opciones.

Por último, tanto a nivel nacional como en la región, se considera que no existen los suficientes servicios sociales para que las mujeres puedan seguir con su profesión después de haber formado una familia, lo que sin duda repercute en las menores tasas emprendedoras femeninas.

## **6. EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EXTREMADURA**

Como ya mencionamos, el GEM ha utilizado dos técnicas de análisis diferentes, tanto en el nivel nacional como en el regional. Por un lado, encuestas a la población adulta y por otro, entrevistas personales a expertos relacionados con la creación de empresas.

En este apartado analizaremos desde la perspectiva de la población general y de los expertos entrevistados cuáles son sus opiniones sobre la existencia de oportunidades para emprender un negocio, la motivación para aprovechar estas oportunidades convirtiéndolas en nuevas empresas y por último, si la población posee las habilidades necesarias para crear y desarrollar una nueva empresa.

### **6.1. Existencia de oportunidades para la creación de empresas en Extremadura**

Al preguntar a las diferentes poblaciones y expertos entrevistados en el estudio, si perciben buenas oportunidades para poner en marcha nuevos negocios en los próximos seis meses (de julio a diciembre de 2003) en las zonas donde viven, encontramos que los porcentajes de respuestas obtenidos para Extremadura nos ofrecen una panorámica bastante optimista de la situación.

La percepción de buenas oportunidades por parte de la población extremeña (48,84%) nos sitúa en un quinto lugar después de Argentina, Uganda,

Australia e Islandia, mientras que el 94% de los expertos de la región, nos posiciona en el tercer lugar, después de Brasil y Estados Unidos.

En definitiva, como observamos en el gráfico 41, la percepción de buenas oportunidades para crear una nueva empresa durante los últimos seis meses de 2003 ha sido muy positiva, sobre todo si la comparamos con la media española (35% de la población y el 84,8% de expertos) o de las otras dos comunidades.

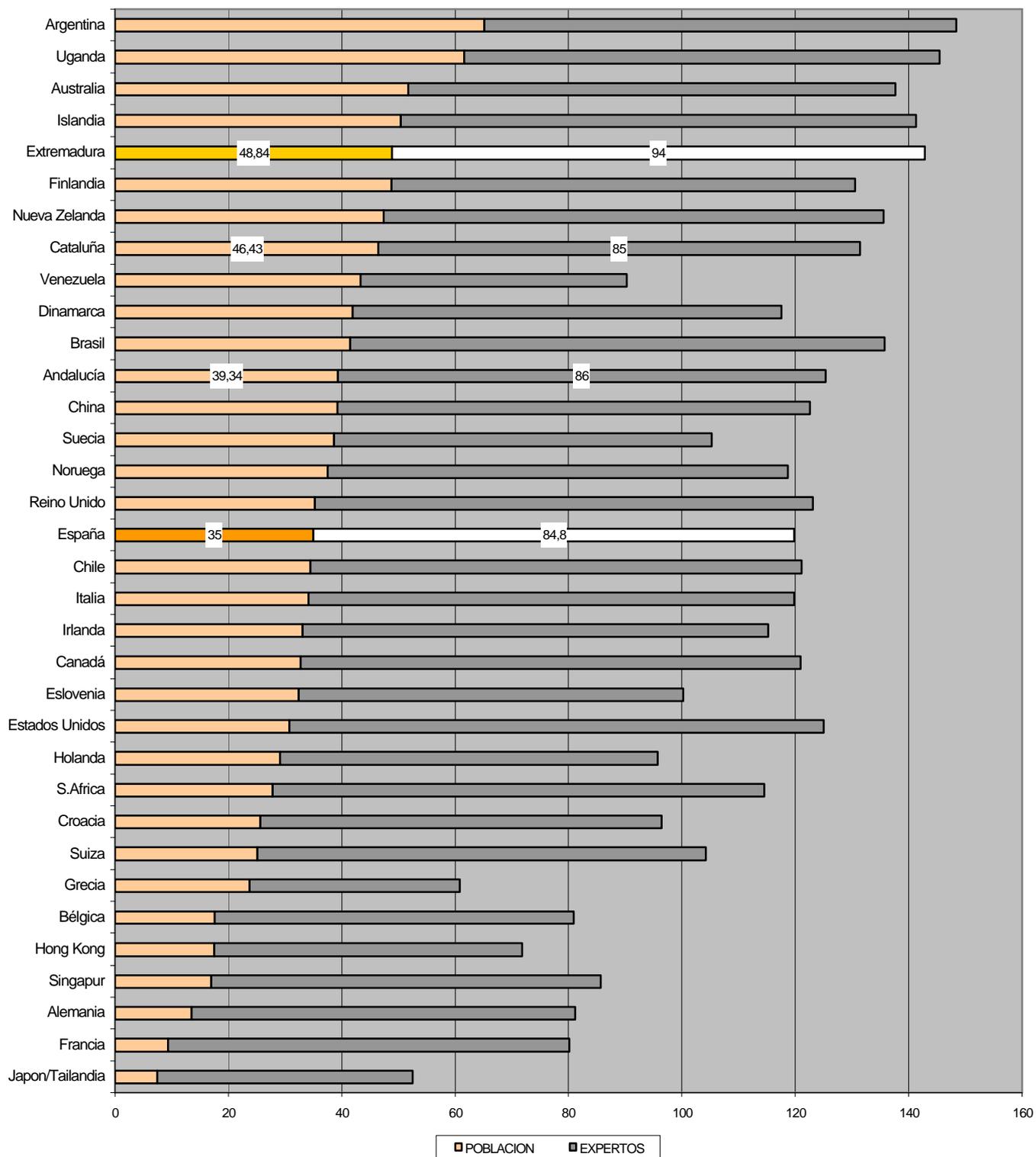
¿Estas buenas perspectivas sobre la percepción de oportunidades para la creación de empresas se corresponden con la actividad emprendedora desarrollada en Extremadura durante ese mismo año?

Aunque a nivel regional aún no hemos podido desarrollar este tipo de análisis, en el ámbito internacional sí se han encontrado relaciones entre las buenas percepciones de oportunidades que tienen las sociedades y la iniciativa emprendedora llevada a cabo durante el mismo año.

Si profundizamos en la opinión de los expertos extremeños acerca de la existencia de oportunidades para crear una nueva empresa en la región y la comparamos con las opiniones dadas por los expertos nacionales entrevistados, obtenemos una panorámica comparativa de la situación de Extremadura con respecto a España.

En ella vemos que los expertos extremeños consideran que la población no cree que existan muchas oportunidades para crear una empresa.

**GRÁFICO 41.** Porcentaje de la población adulta y de los expertos que percibe buenas oportunidades para la creación de empresas en los próximos 6 meses (de julio a diciembre de 2003).



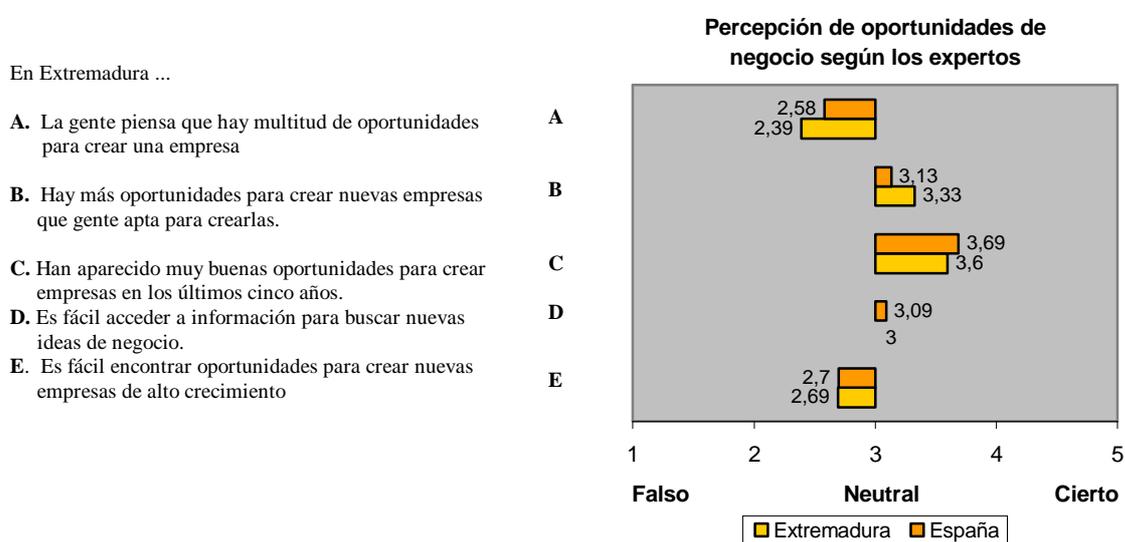
En cambio sí piensan, que existen más oportunidades para crear empresas que gente apta para crearlas, lo que denota una escasez de empresarios.

En mayor medida creen que durante los últimos cinco años se han creado muy buenas oportunidades para la creación de empresas en

Extremadura, aunque esta situación se da también en todo el país.

Por otro lado, mientras adoptan una posición neutral en cuanto a la facilidad de acceder a la información para buscar nuevas ideas de negocios, creen que no es fácil encontrar oportunidades para crear nuevas empresas de alto crecimiento, aspecto éste que también se da en la media española con similar intensidad.

**GRÁFICO 42 .** Evaluación de la percepción de oportunidades de negocio por los expertos. Extremadura y España. Media (Escala de 1=falso a 5=cierto)



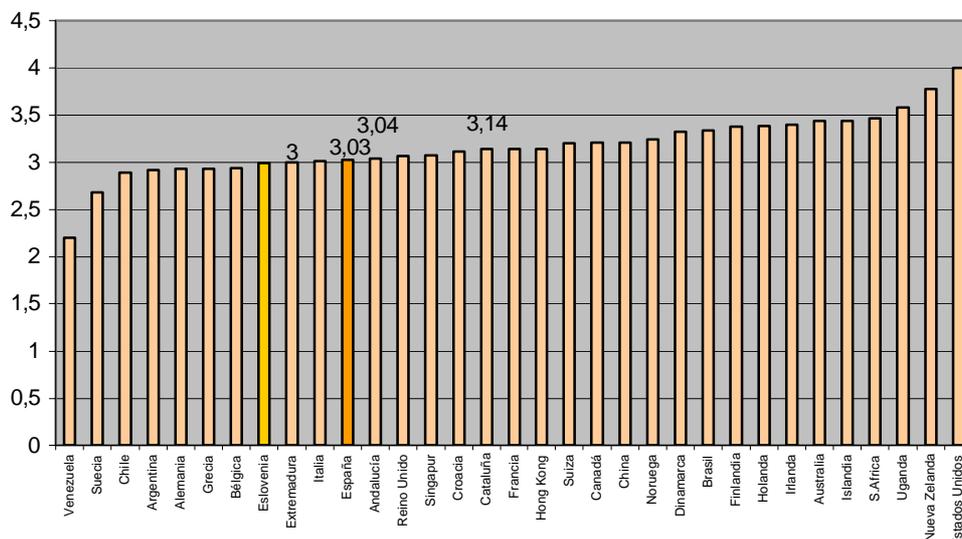
Para comparar estas opiniones con la de todos los expertos entrevistados por el Proyecto GEM, podemos obtener un índice medio de la opinión de los expertos sobre la percepción de oportunidades de negocio para los diferentes países.

En el gráfico 42 observamos la situación que la opinión de los expertos extremeños respecto a la

percepción de oportunidades tienen dentro de la totalidad del estudio.

El índice de Extremadura (3) denota una opinión media neutral sobre la certeza o falsedad de las preguntas anteriores, que sitúan a la región por debajo de la media GEM y española.

**GRÁFICO 43.** Índice de evaluación de la percepción de oportunidades de negocio por los expertos. Países GEM.



**6.2. Motivación para aprovechar las oportunidades para la creación de empresas en Extremadura**

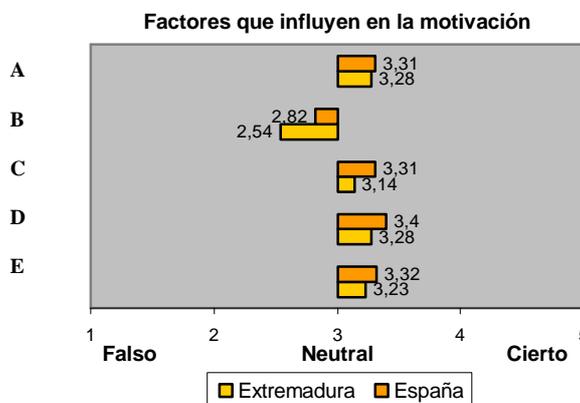
En cuanto a la consideración que tienen los expertos de algunos de los factores que pueden incidir en la motivación para la creación de empresas, encontramos que éstos aprecian positivamente con medias muy similares, aspectos como el pensar que crear empresas es visto como una manera de lograr mucho dinero, que los nuevos empresarios de éxito tienen un elevado reconocimiento por parte de la sociedad,

que se pueden leer en la prensa noticias de nuevos empresarios exitosos o que la gente en general piensa que los nuevos empresarios son individuos competentes e ingeniosos. Por otro lado, valoran que la sociedad no considera que ser empresario sea una forma muy deseada de desarrollar una carrera profesional. En general, cuando los expertos extremeños han tenido que desatacar positivamente algunos factores, sus medias han estado por debajo de las nacionales, pero han sido mayores al considerar negativamente la opción de ser empresario como carrera profesional.

**GRÁFICO 44.** Evaluación media de los expertos de los factores que influyen en la motivación para crear una empresa. Extremadura y España.

En Extremadura ...

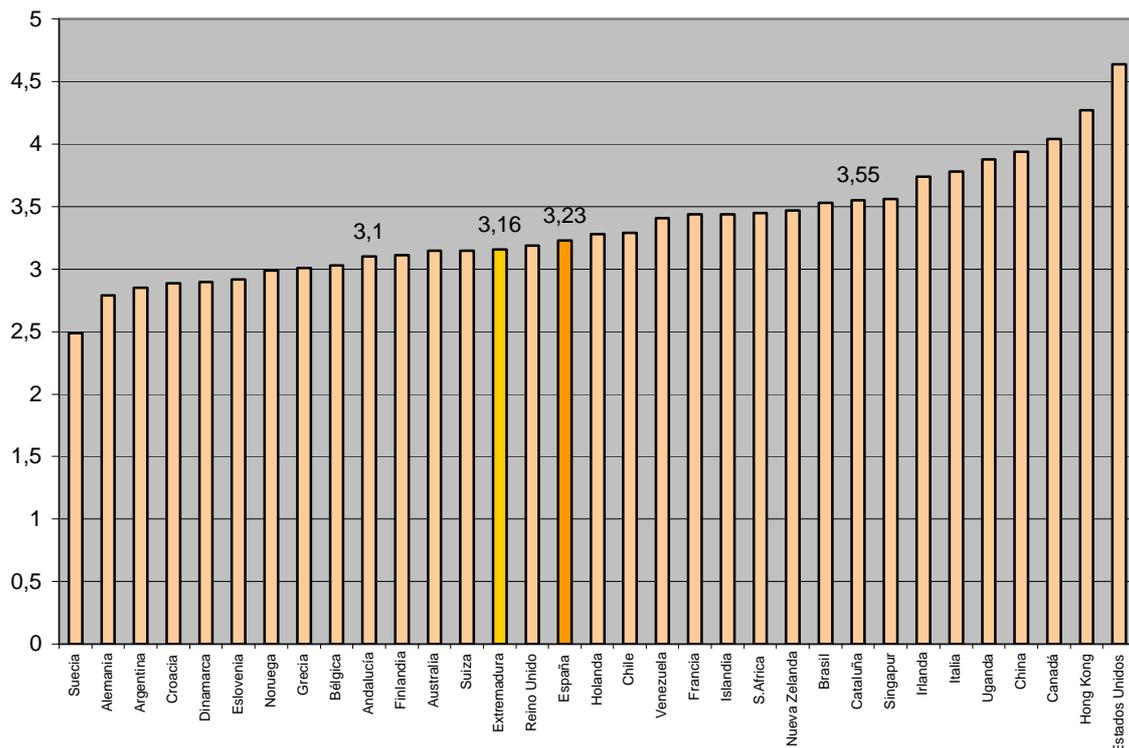
- A. Crear empresas es visto como una manera adecuada para lograr ganar mucho dinero.
- B. Mucha gente considera ser empresario como una forma muy deseada de desarrollar su carrera profesional.
- C. Los nuevos empresarios exitosos tienen un elevado reconocimiento por parte de la sociedad.
- D. Se pueden leer en la prensa noticias de nuevos empresarios exitosos.
- E. La gente piensa que los nuevos empresarios son individuos competentes e ingeniosos.



También aquí podemos comparar estas opiniones con la de todos los expertos entrevistados por el Proyecto GEM, obteniendo un índice medio de la opinión de los expertos sobre la motivación

para aprovechar las oportunidades de negocio existentes y convertirlas en nuevas empresas, en el que Extremadura se sitúa por debajo de las diferentes medias.

**GRÁFICO 45.** Índice de evaluación de la motivación para crear empresas por los expertos. Países GEM.

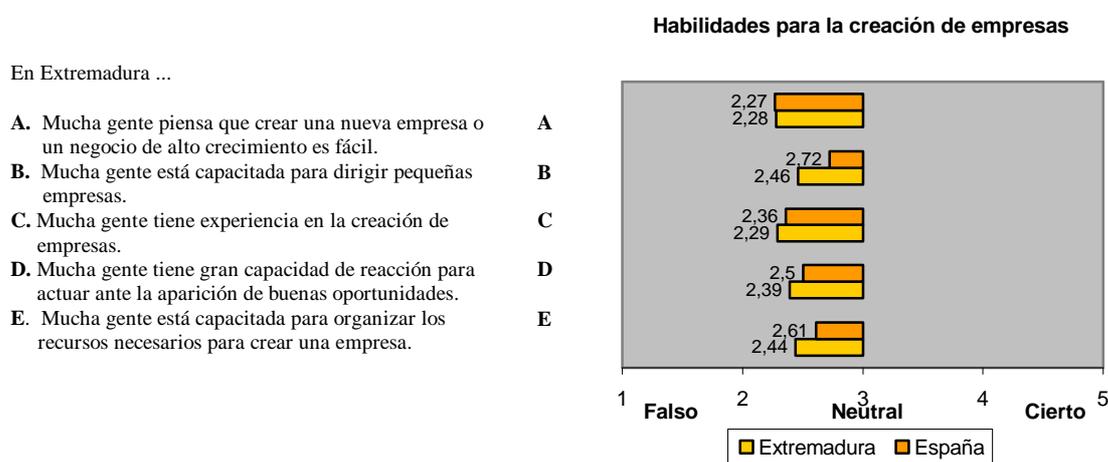


### 6.3. Habilidades para la creación de empresas en Extremadura

También se ha preguntado a los expertos sobre las habilidades de la sociedad extremeña para la creación de empresas. Todas las afirmaciones propuestas han sido consideradas mayoritariamente falsas, tanto en el caso español como en el extremeño. Así, según los expertos, muchas personas piensan que crear una nueva empresa o un negocio de alto crecimiento no es

fácil, o que no existe mucha gente capacitada para dirigir pequeñas empresas u organizar los recursos necesarios para crearla. Asimismo piensan que no hay la suficiente experiencia de creación de empresas entre la población y que ésta no tiene gran capacidad de reacción para actuar cuando se producen buenas oportunidades. La situación de Extremadura en comparación con la de la media española es peor.

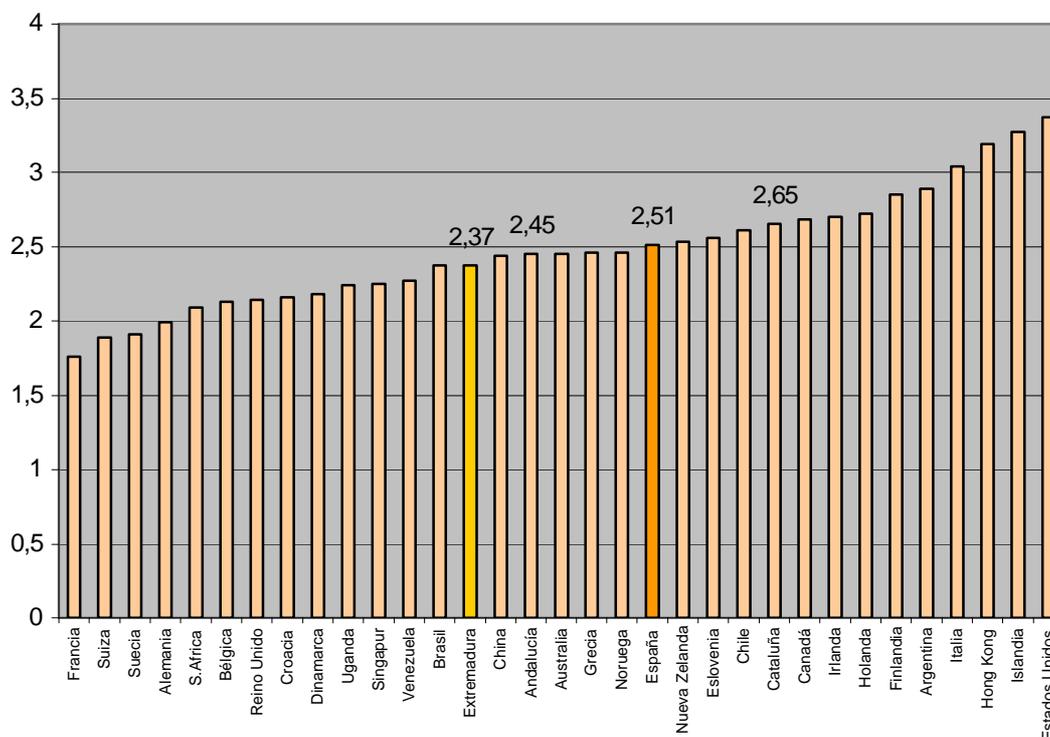
**GRÁFICO 46.** Evaluación de las habilidades y conocimientos por los expertos para crear una empresa. Extremadura y España.



Por otro lado, el índice comparativo de habilidades para la creación de empresas entre los países GEM, muestra también valores

inferiores a las medias y una mayor diferencia con la media nacional que en el de percepción de oportunidades y motivación.

**GRÁFICO 47.** Índice de evaluación de las habilidades y conocimientos para crear una empresa por los expertos. Países GEM.



En resumen, Extremadura ocupa lugares entre el 20 y el 25, mientras que España los ocupa entre el 14 y el 23 en los índices de percepción de oportunidades, motivación y habilidades en las

evaluaciones medias hechas por los expertos entrevistados de los diferentes países del GEM para una serie de preguntas relacionadas con estos tres temas.

## 7. LAS CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL ENTORNO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EXTREMADURA

Existen un gran número de trabajos, que desde muy diferentes perspectivas en la literatura (teoría económica institucional, teoría de la marginación, del rol, de redes, de la ecología de la población, etc.), han relacionado los factores medio ambientales con la creación de empresas o la función empresarial (Wilken, 1979; Van de Ven y Garud, 1989; North, 1990; Westhead y Moyes, 1992; Westhead y Birley, 1994; Shane, 1994; Bruno y Tyebjee, 1982; Kent, 1984; Gartner, 1985; Burch, 1986; Birch, 1987; Dubini, 1988; Ragab, 1992; Van de Ven, 1993; Gnyawali y Fogel, 1994; etc.).

El modelo GEM recoge una serie de variables que hacen referencia a las condiciones específicas del país o de la región que influyen en el entorno empresarial. El proyecto analiza estas variables principalmente a través de la encuesta a expertos relacionados con las

diferentes condiciones específicas del entorno. Los resultados obtenidos, más que como valores determinados para cada condición del entorno medida, deben ser tomados como medias de tendencia que nos indican aproximaciones a la realidad valorada por los expertos. En este apartado analizaremos diez de estas condiciones:

- Apoyo financiero.
- Políticas gubernamentales.
- Programas gubernamentales.
- Educación y formación.
- Transferencia tecnológica e I+D.
- Infraestructura profesional y comercial.
- Apertura del mercado interno.
- Acceso a infraestructura física.
- Normas sociales y culturales.
- Legislación sobre derechos de propiedad intelectual.

La distribución de las muestras de expertos para España y Extremadura, viene representada en la tabla 13.

**TABLA 13.** Distribución de expertos según la dimensión principal de entorno con la que se identifican.

	ESPAÑA		EXTREMADURA	
	Nº. de Expertos	% de Expertos	Nº. de Expertos	% de Expertos
Apoyo financiero	16	11,6	4	11,11
Políticas gubernamentales	13	9,4	3	8,33
Programas gubernamentales	18	13,0	5	13,90
Educación y formación	16	11,6	4	11,11
Transferencia tecnológica e I+D	16	11,6	4	11,11
Infraestructura profesional y comercial	16	11,6	4	11,11
Apertura del mercado interno	15	10,9	4	11,11
Acceso a infraestructura física	15	10,9	4	11,11
Normas sociales y culturales	13	9,4	4	11,11
<b>Total</b>	<b>138</b>	<b>100</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Datos para España: Coduras, A.; López-García, P.; Justo, R.; De la Vega, I., (2003).  
Para Extremadura: elaboración propia.

En general, los expertos han valorado las condiciones específicas del entorno que pueden influir en la actitud de los nuevos empresarios en Extremadura, a través de una escala tipo Likert

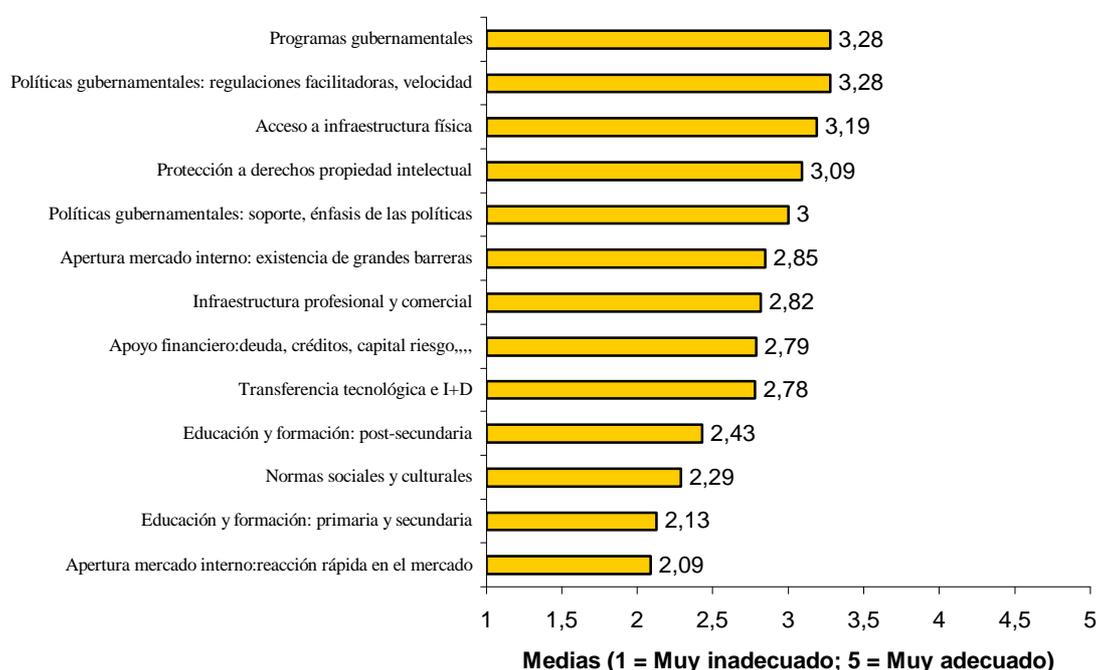
de 1 a 5 puntos<sup>20</sup> en la se pretendía reflejar la falsedad o certeza de la afirmación sobre la que se preguntaba.

<sup>20</sup> (1) Completamente falso. (2) Falso. (3) Depende. (4) Cierto. (5) Completamente cierto.

Como vemos en el gráfico 48, los factores que más inciden en el comportamiento emprendedor han sido los programas gubernamentales y las políticas encaminadas a facilitar o dar celeridad a todo tipo de regulaciones, el acceso a la infraestructura física y la protección de los derechos de propiedad intelectual. Por el

contrario, aquellos factores del entorno sobre los que es necesario seguir actuando son: la apertura del mercado interno, el sistema educativo en general, la transferencia tecnológica e I+D, el apoyo financiero, la infraestructura profesional y comercial o las normas sociales y culturales, que aún afectan negativamente a la iniciativa emprendedora.

**GRÁFICO 48.** Valoración media por los expertos de las condiciones específicas del entorno en Extremadura.



En relación con las condiciones específicas del entorno que inciden en la actitud emprendedora, también hemos preguntado a los expertos acerca de los tres factores que están favoreciendo o frenando la actividad emprendedora en Extremadura.

Entre los factores que más están facilitando la iniciativa emprendedora encontramos las políticas gubernamentales, el acceso a la infraestructura física, la apertura del mercado o el clima económico. En este sentido, recientes investigaciones (Díaz, 2003) efectuadas en 2002

sobre la población extremeña<sup>21</sup> y los estudiantes universitarios<sup>22</sup> (futuros “yacimientos de empresarios” según señala el profesor Veciana (2001), nos revelan, con unos porcentajes del 35,1% y 30,1% respectivamente, que el factor considerado como más favorecedor de la creación de empresas en la actualidad es el “apoyo gubernamental”, concretado en diferentes políticas públicas, aspecto que coincide plenamente con la opinión de los expertos, como vemos en el gráfico 49.

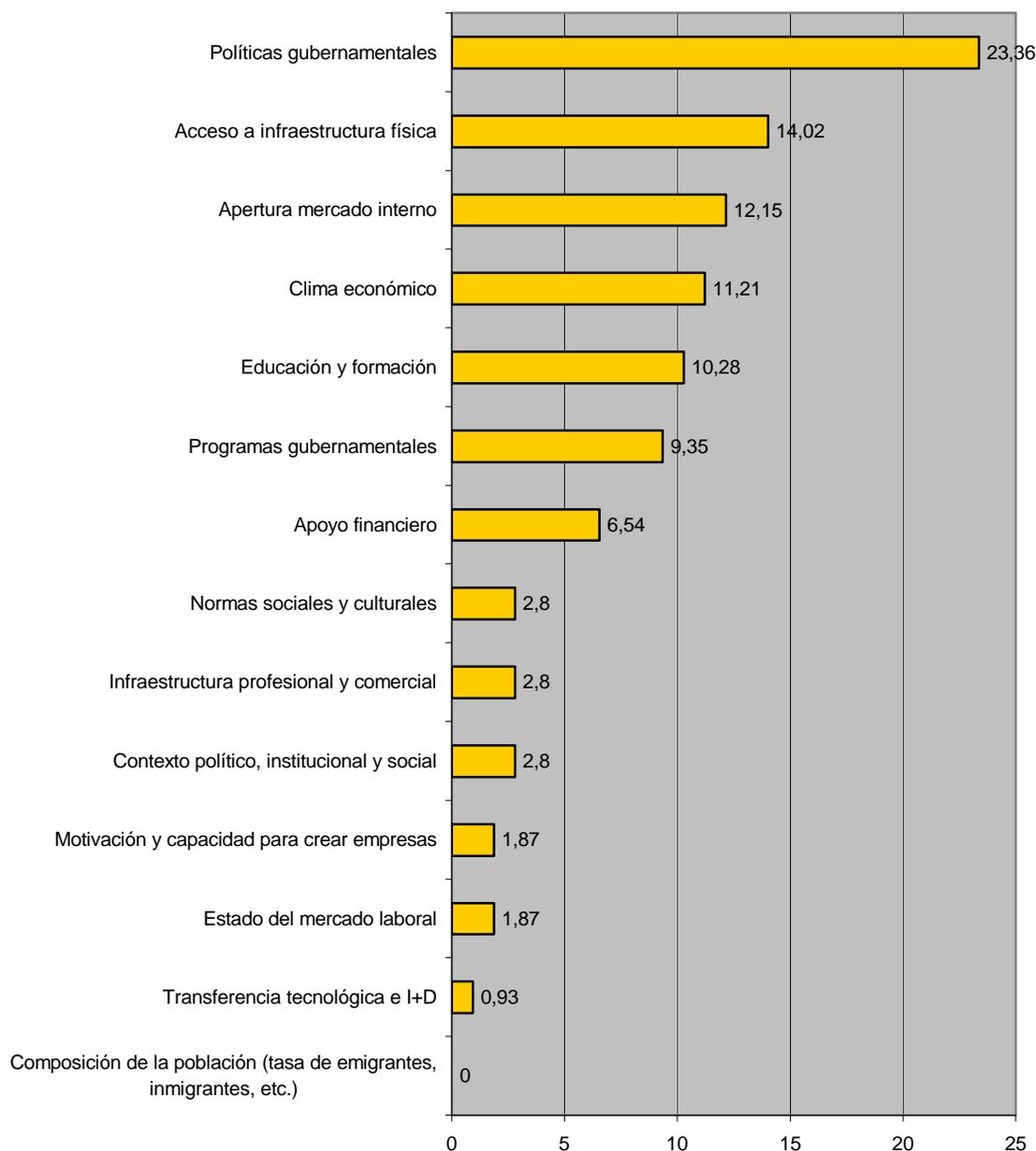
<sup>21</sup> Realizada sobre una muestra de 403 personas de la población extremeña de más de 21 años.

<sup>22</sup> Realizada sobre una muestra de 514 estudiantes universitarios que cursaban dos de los últimos cursos de carrera.

Es de destacar aquí, la importancia de invertir fondos públicos por parte de los organismos oficiales en servicios y/o programas de apoyo a la creación de empresas, como nos manifiesta la

población extremeña entrevistada, que califica de importante o muy importante en un 81,5% de los casos el que las administraciones dediquen fondos públicos a este tema.

**GRÁFICO 49.** Clasificación de los factores que favorecen la creación de empresas en Extremadura ordenados según su importancia. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.



Por otro lado, como mayores obstáculos se han destacado las normas sociales y culturales, el apoyo financiero, las políticas gubernamentales, la educación y formación de la población o el acceso a las infraestructuras físicas. En este

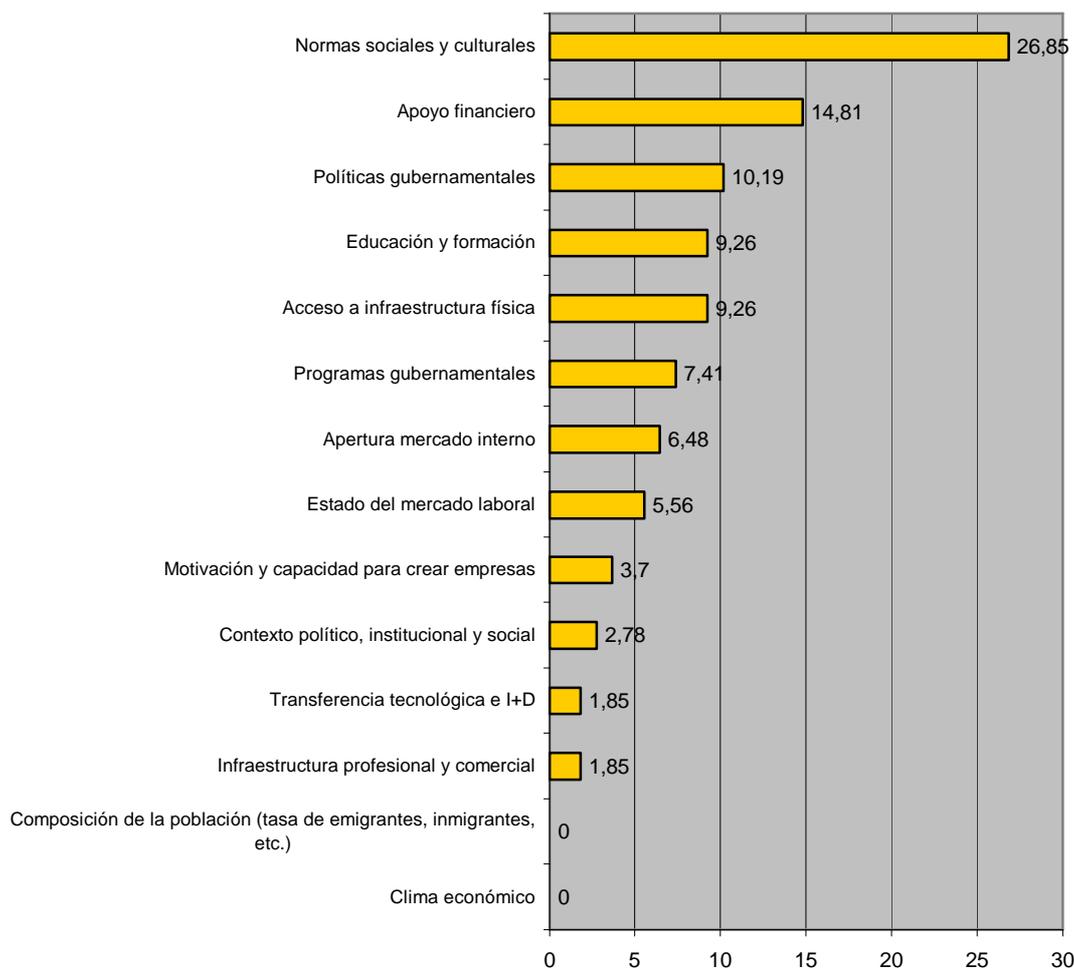
sentido, las barreras culturales son consideradas como fundamentales para el desarrollo de los países, sobre todo por parte de los europeos, que piensan que “ser empresario no se considera como una carrera profesional idónea”, por lo que

“... van a tardar aún dos generaciones en invertir esta tendencia” (Reynolds, 2003: 9).

En las investigaciones anteriormente citadas sobre la población y estudiantes universitarios extremeños, aunque no coinciden plenamente en el orden y descripción con los frenos a la creación de empresas manifestados por los expertos, sí encontramos que varios de los factores citados se corresponden con éstos. Así, el “miedo al fracaso y alto riesgo” manifestado por los estudiantes universitarios en cuarto lugar

es un reflejo de las “normas sociales y culturales”, la “burocracia y trabas administrativas”, citadas por población y estudiantes en primer y tercer lugar, están condicionadas por las “políticas gubernamentales”, o la “falta de capital inicial”, citados también por los dos colectivos en cuarto y segundo lugar, hace referencia claramente al “apoyo financiero” que mencionan los expertos, lo que nos corrobora que su opinión no está lejos de la manifestada por la sociedad.

**GRÁFICO 50.** Clasificación de los factores que dificultan la creación de empresas en Extremadura ordenados según su gravedad. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.



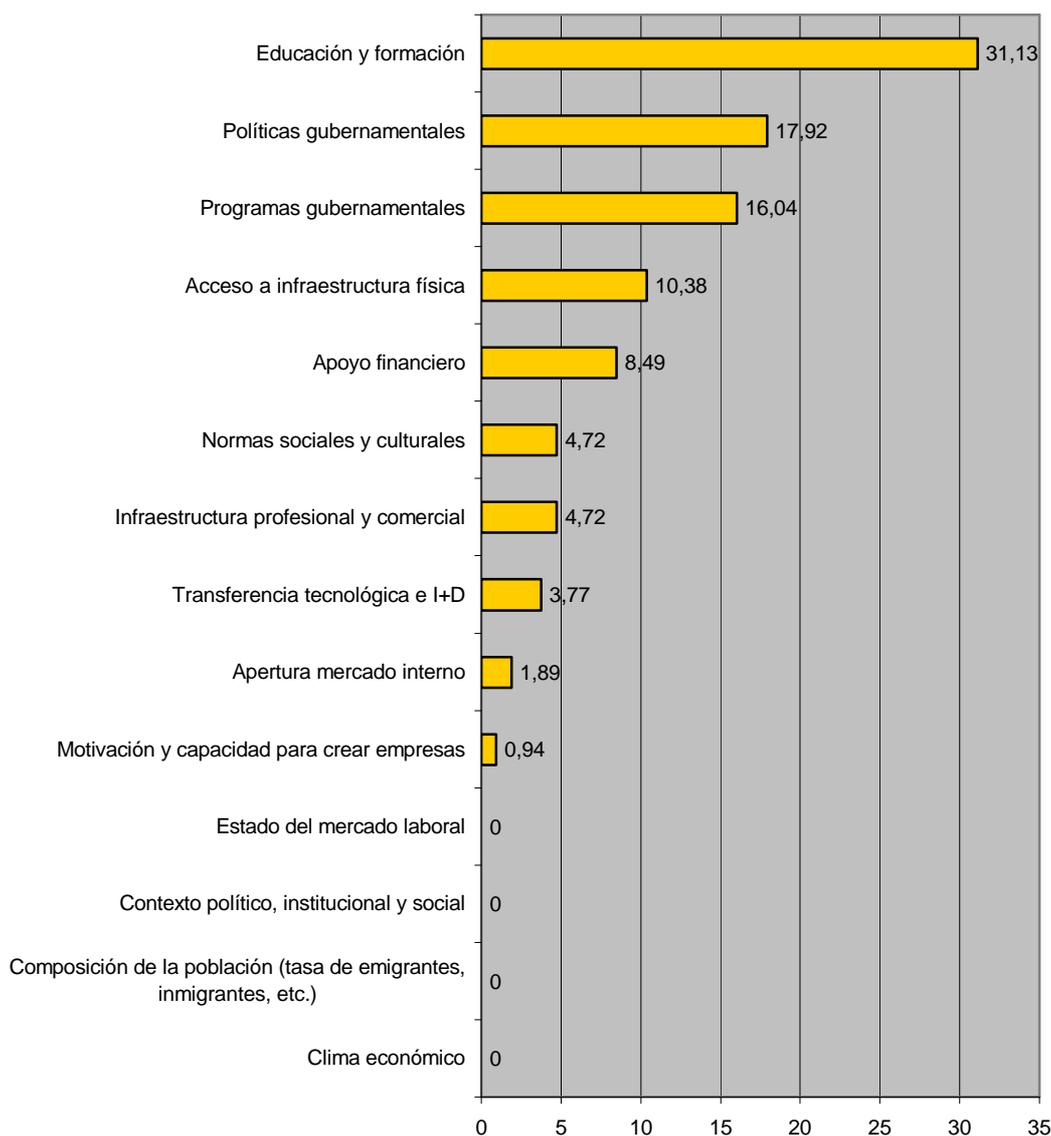
Por último, hemos demandado de los expertos que propongan tres medidas para incrementar la actividad emprendedora en la región. Los

resultados, reflejados en el gráfico 51, nos muestran que las cinco primeras recomendaciones efectuadas aglutinan casi el

84% de las respuestas totales. La incidencia en el sistema educativo, las políticas y programas gubernamentales, el acceso a la infraestructura

física o el apoyo financiero, son los principales factores sobre los que actuar en la opinión de los expertos.

**GRÁFICO 51.** Clasificación de las recomendaciones para mejorar la creación de empresas en Extremadura ordenados según su importancia. Porcentaje de respuestas de los expertos sobre cada tema.



Es de destacar, la escasa consideración que dan los expertos a la “motivación y capacidad para crear empresas” (0,94%) en sus recomendaciones, ya que, según los estudiosos, la motivación, las habilidades y las oportunidades, son consideradas básicas en una política relacionada con el espíritu empresarial (Stevenson, 2002).

A continuación, vamos a analizar por separado el estado de cada una de las condiciones específicas del entorno en Extremadura. Para ello, presentaremos primero la situación de la región en cada uno de los aspectos del entorno en comparación con los demás países que han participado en el estudio, y en segundo lugar,

ahondaremos en la situación particular de Extremadura para cada uno de estos factores.

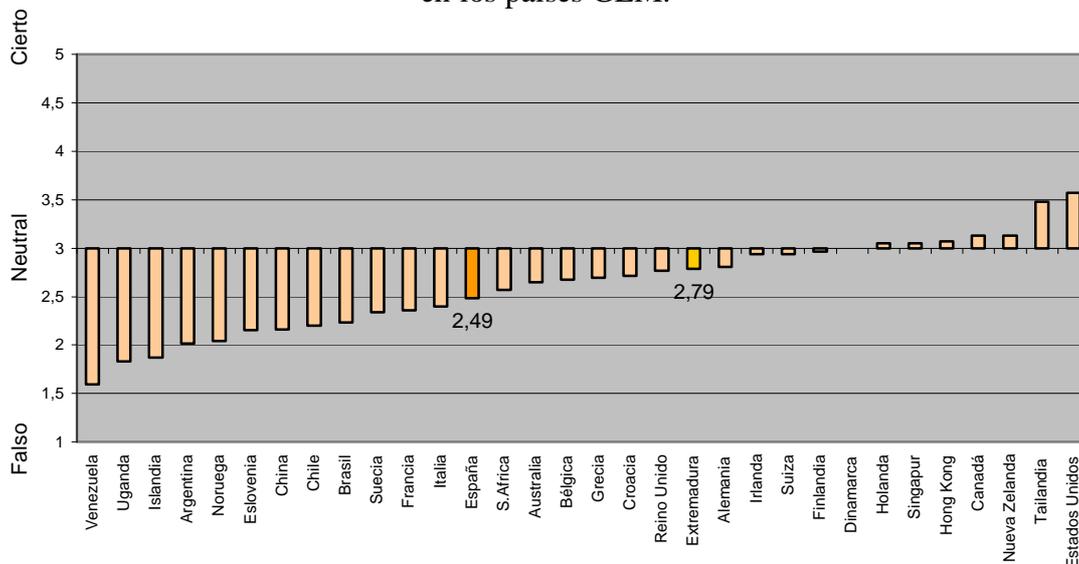
### 7.1. El apoyo financiero

El apoyo financiero se refiere a la situación que existe en Extremadura sobre la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios.

Preguntados los expertos sobre la existencia de suficiente apoyo financiero en las diferentes zonas analizadas, la situación de los países del

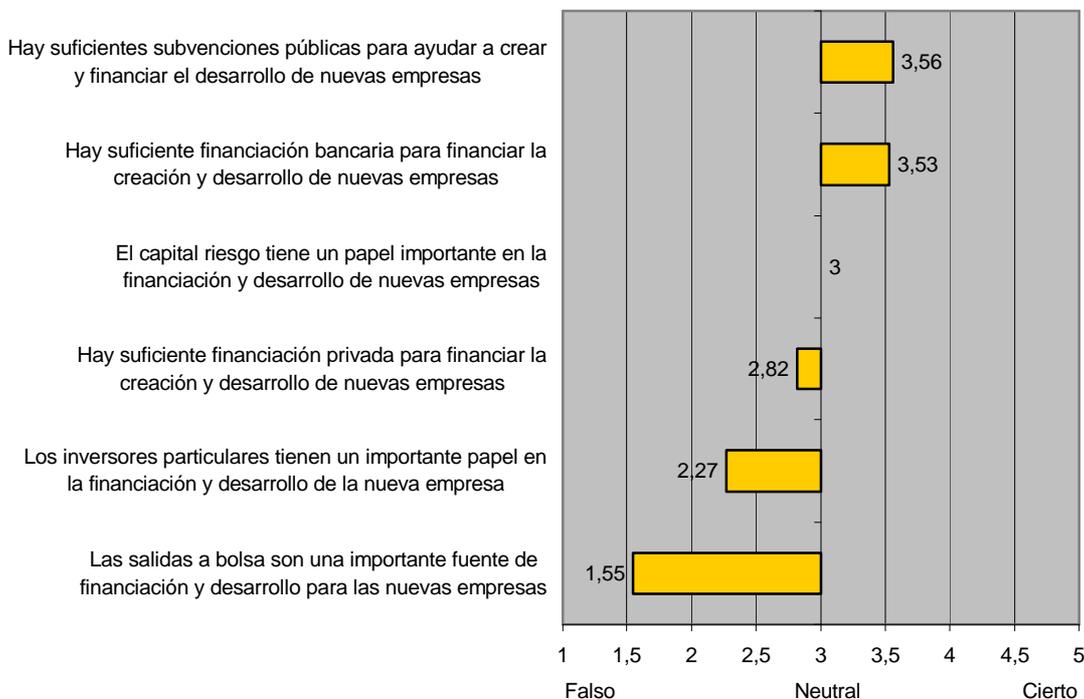
estudio GEM tiende a ser considerada por éstos como más negativa que positiva. Si bien existen países, como Estados Unidos, Tailandia, Nueva Zelanda o Canadá, en los que se considera que existen suficientes medios de financiación para la nueva empresa, en otros muchos, no existen tantos apoyos. En general, en Extremadura la disponibilidad de recursos financieros para el apoyo a nuevas empresas o a las que se están desarrollando es mayor que el que encontramos en el resto España y en muchos países de nuestro entorno, como es el caso de Francia, Italia, Bélgica o Suecia.

**GRÁFICO 52.** Valoración del apoyo financiero a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en los países GEM.



La situación extremeña, reflejada en el gráfico 53, nos desvela que existen suficientes subvenciones públicas para ayudar a crear y financiar el desarrollo de nuevas empresas, que hay suficiente financiación bancaria para financiar la creación de empresas y que, aunque existe capital riesgo, éste debe seguir creciendo. También nos refleja la carencia de suficiente

financiación privada para nuevos proyectos empresariales, que los inversores particulares, que no participan en la propiedad de la empresa, no son suficientes, o que la salida a bolsa como medio de financiación, es una opción poco probable en el entorno empresarial de las nuevas empresas o de las que están en un proceso de crecimiento.

**GRÁFICO 53.** Valoración del apoyo financiero a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en Extremadura.

## 7.2. Las políticas gubernamentales

Con el concepto de políticas gubernamentales se trata de determinar en qué medida las políticas del gobierno regional reflejadas en impuestos o regulaciones o la aplicación de éstas, contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento.

En este sentido, para la comparación internacional, se han distinguido dos aspectos de las políticas gubernamentales: el que concierne a los procedimientos y énfasis en las políticas por parte de los gobiernos y el relativo a las regulaciones, facilidad y velocidad para su aplicación.

En la comparación internacional, tanto España como Extremadura presentan unas valoraciones medias que las sitúan en unas posiciones de ventaja con respecto a muchos países.

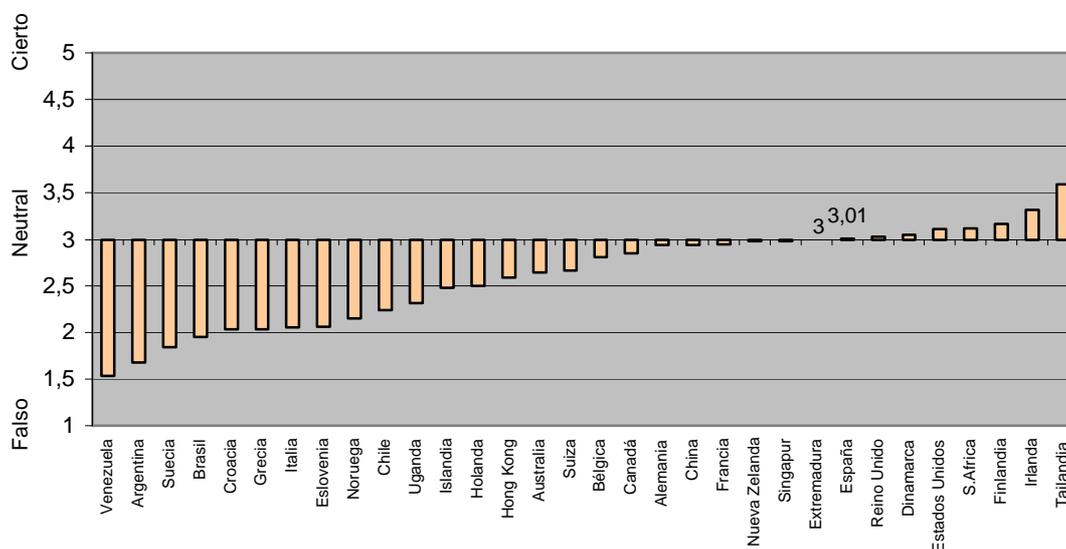
Desde el punto de vista de las políticas de apoyo a los nuevos empresarios, Extremadura, con una valoración neutral (3), se sitúa al mismo nivel que el Reino Unido, Dinamarca, Nueva Zelanda o Francia.

Si en general, las políticas gubernamentales de apoyo a las nuevas empresas ha crecido en España con respecto a años anteriores (Coduras, et al., 2003), Extremadura se sitúa con igual valoración que el resto de la nación.

En cuanto a la evaluación de las medidas que afectan a las regulaciones o a la aplicación de éstas, observamos en el gráfico 54, como Extremadura se sitúa en una cuarta posición entre los países del estudio, incluso por delante de un país tan emblemático como es Estados

Unidos. Esto quiere decir que las diferentes políticas regionales o su aplicación, relacionadas con los procedimientos, impuestos, regulaciones, etc., están siendo bien valoradas por los expertos y favoreciendo la creación de empresas.

**GRÁFICO 54.** Valoración de los procedimientos y énfasis en las políticas gubernamentales a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en los países GEM.

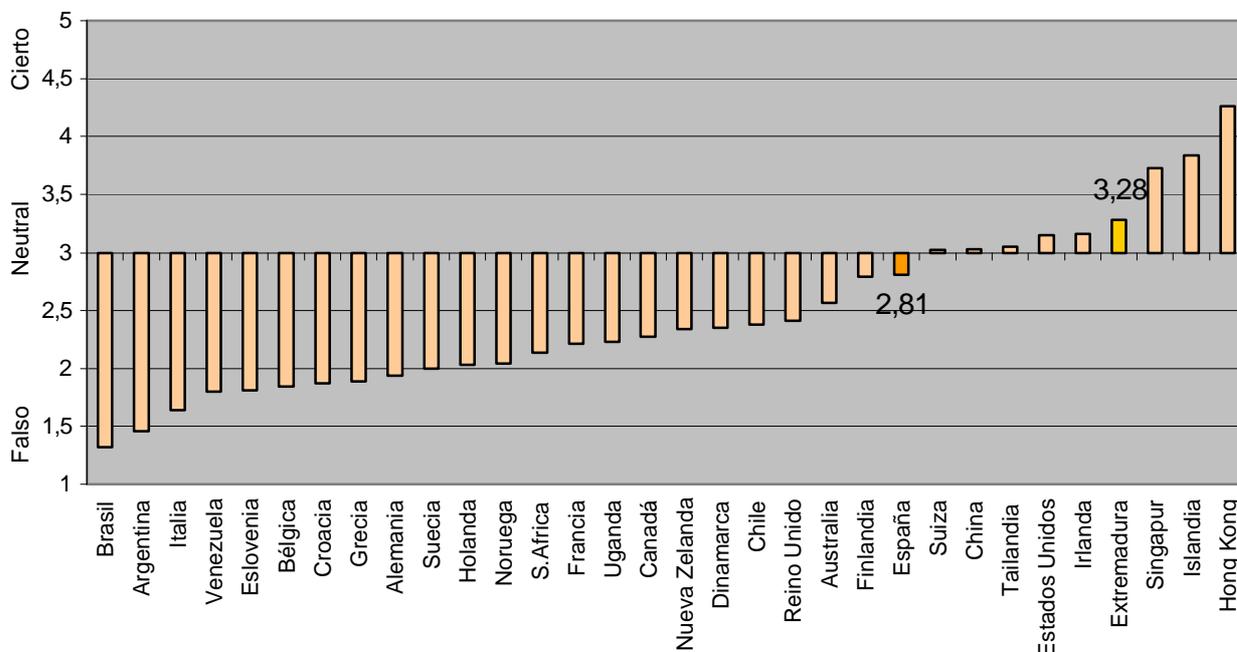


En el desglose de los diferentes datos para Extremadura, vemos claramente qué aspectos de estas políticas gubernamentales están favoreciendo la iniciativa emprendedora. Así, nos encontramos tres factores relacionados con el soporte o apoyo a la creación de empresas, que destacan cómo la política general desarrollada por el gobierno regional para las nuevas empresas y la prioridad dada por éste y por los gobiernos locales para este tipo de acciones, está favoreciendo claramente la creación y desarrollo de empresas. No obstante, como mencionan los

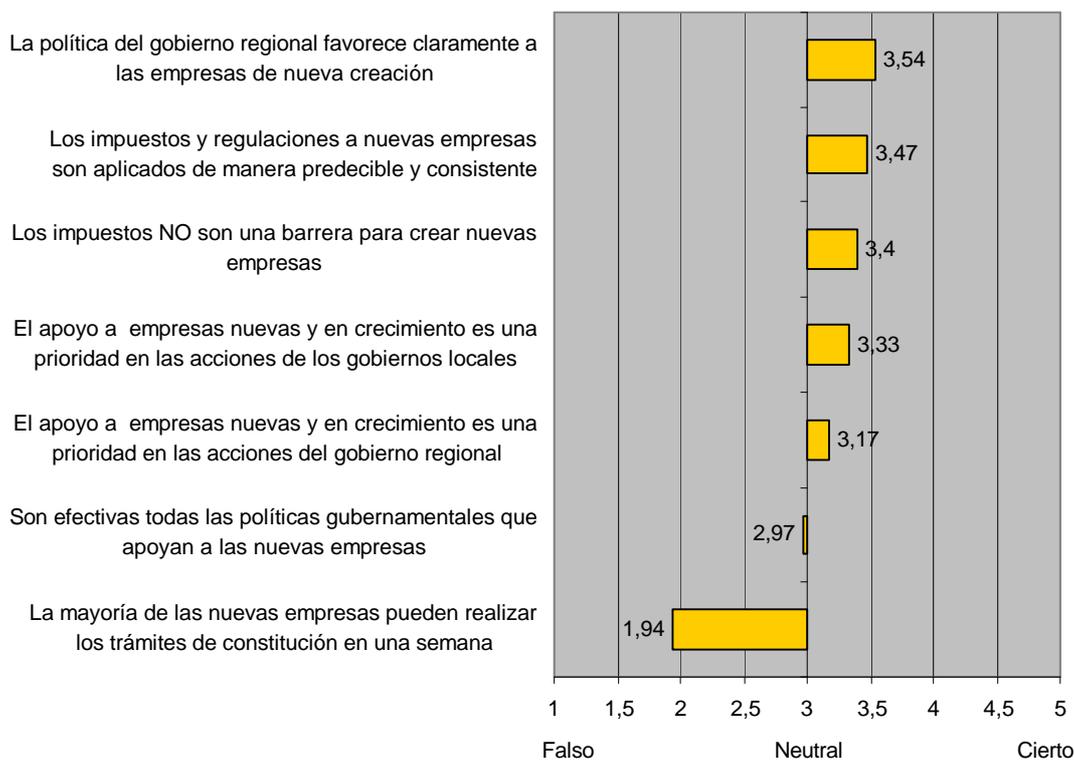
expertos, la efectividad de todas estas políticas no siempre se produce. Por otro lado, otros dos factores formales relacionados con la regulación han sido destacados como ciertos por parte de los expertos: la aplicación predecible y consistente de las regulaciones y los impuestos, y la consideración de que éstos últimos no son una barrera para la creación empresarial.

Por último, como más negativo, es de destacar la lentitud para realizar los trámites administrativos y legales necesarios para constituir una empresa.

**GRÁFICO 55.** Valoración de las regulaciones en las políticas gubernamentales a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en los países GEM.



**GRÁFICO 56.** Valoración de las políticas gubernamentales para las nuevas empresas y las que se están desarrollando en Extremadura.

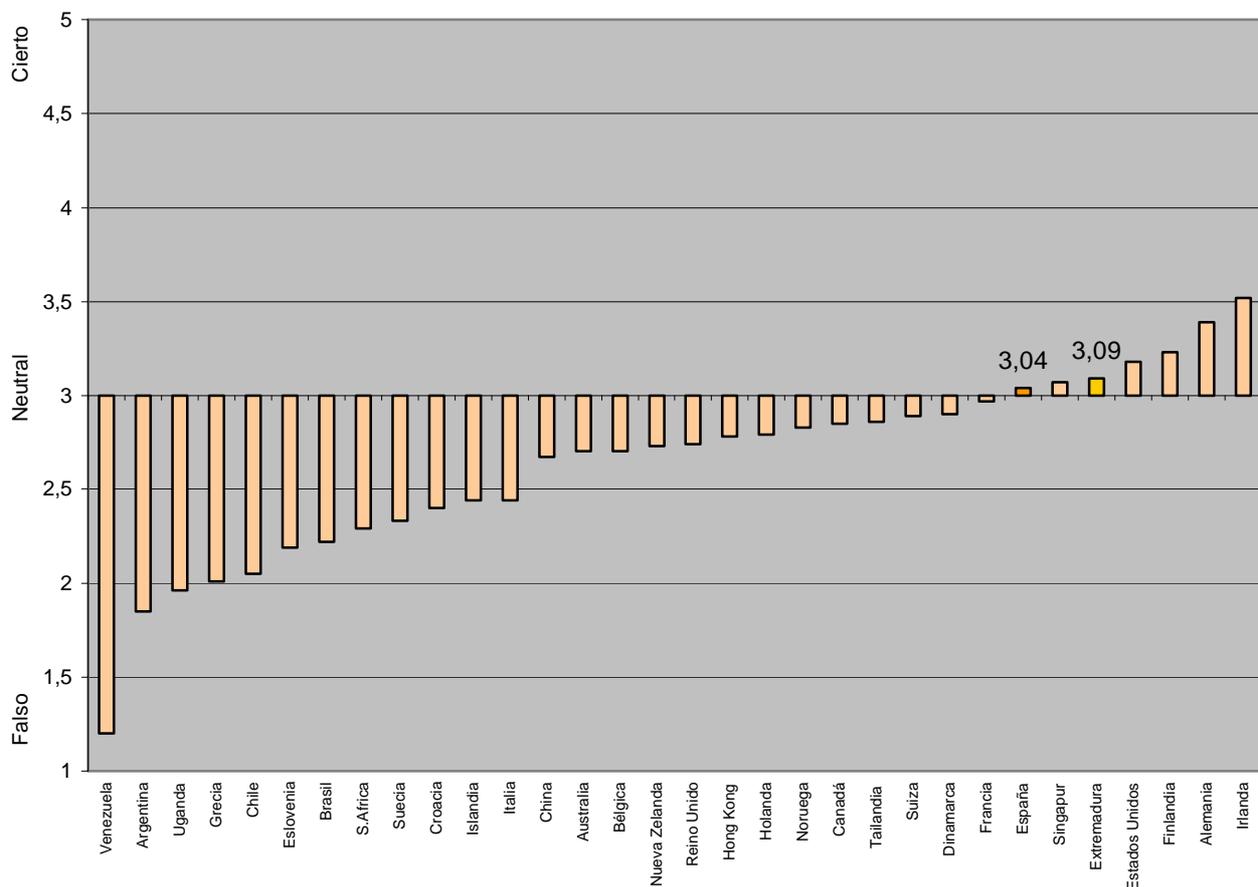


### 7.3. Los programas gubernamentales

Los programas gubernamentales hacen referencia a la presencia de programas directos para asistir a firmas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, regional, provincial, municipal). Al igual que sucede con las políticas gubernamentales, aunque más

aggravada en este caso, la situación entre los 31 países GEM es bastante deficiente, ya que sólo 6 países tienen medias superiores a la mitad de la escala, encontrándose España entre ellos. Por su parte, Extremadura con una media de 3,09, se sitúa en un quinto lugar en la valoración, por encima de la media nacional y de países como Francia, Suiza, Canadá o Reino Unido.

**GRÁFICO 57.** Valoración de los programas gubernamentales para las nuevas empresas y a las que se están desarrollando en los países GEM.



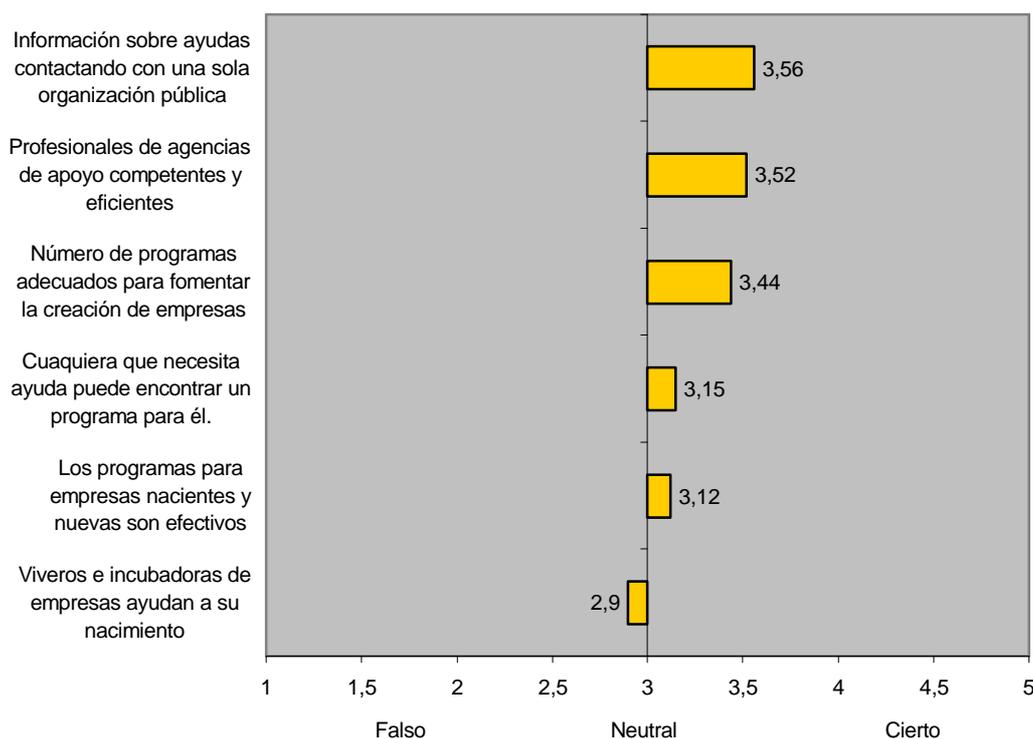
Esta valoración positiva de los programas gubernamentales en Extremadura se refleja en cinco de los seis factores evaluados por los expertos. Así, han valorado suficientemente el que la información sobre ayudas se pueda encontrar contactando con una sola organización

pública, la competencia y eficiencia de los profesionales de las agencias de intermediación, que exista un número de programas adecuados para fomentar la creación de empresas, que cualquiera que necesite ayuda de un programa del gobierno pueda encontrar algo que se ajuste a sus necesidades o la efectividad de los programas gubernamentales.

Como único punto débil, aunque rozando la media, se encuentra el que no exista suficiente

apoyo de viveros, parques científicos o incubadoras hacia las nuevas empresas.

**GRÁFICO 58.** Valoración de los programas gubernamentales para las nuevas empresas y las que se están desarrollando en Extremadura.



Estos resultados pueden venir determinados en parte por la puesta en marcha en el 2002/2003 de diferentes acciones por parte de la Junta de Extremadura, como el “Portal Virtual” Promoredex (Red extremeña de promoción empresarial e industrial de la Consejería de Economía, Industria y Comercio), el programa Nueva Empresa Extremeña (Neex), el programa “Crea tu Empresa” o la creación y coordinación de 400 “Puntos de Orientación Empresarial” (P.O.E.), repartidos por toda Extremadura y entre los que están muchos Ayuntamientos y las Cámaras de Comercio provinciales. Además, como nos muestran estudios recientes (Díaz, 2003), la alta valoración dada por los empresarios potenciales y actuales a los Programas Europeos Proder y Leader

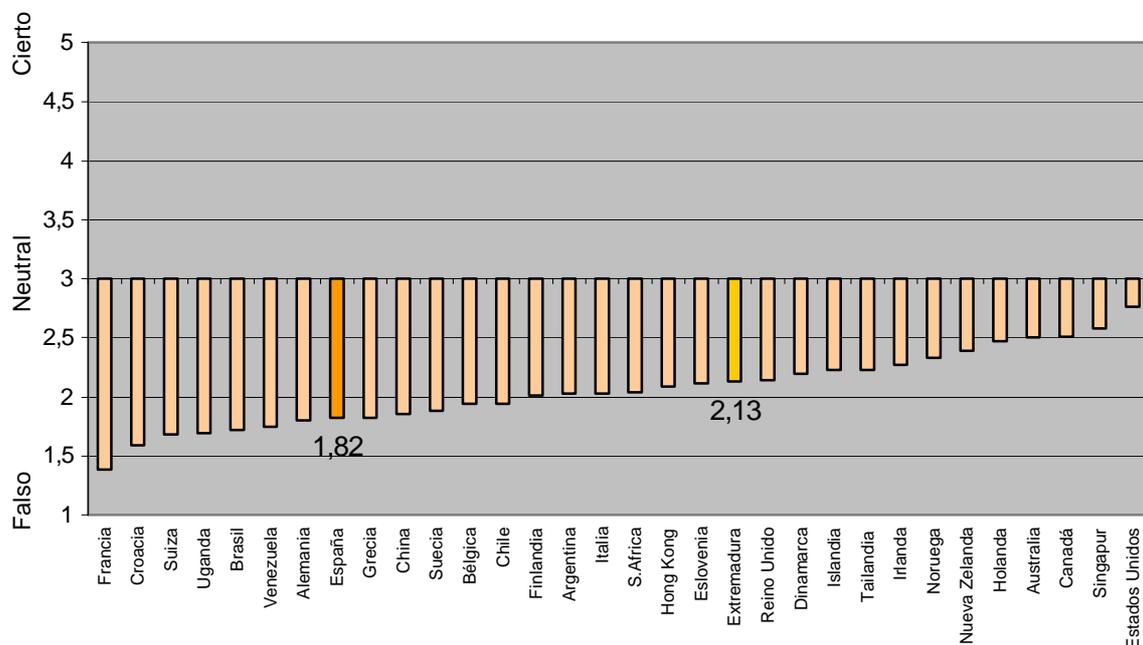
desarrollados en colaboración con los Grupos de Acción Local y entre los que se incluyen acciones a favor de la creación de empresas, han fortalecido durante los últimos años la oferta de programas y/o servicios a favor de la iniciativa emprendedora, ya que, debido a la cercanía para el futuro empresario, a la facilidad de acceso a sus ayudas, a la cuantía de éstas y al ágil proceso de concesión y pago, son muy conocidos y utilizados por los nuevos empresarios. Es de destacar también, que cuando preguntamos a la población extremeña sobre la valoración de los servicios y/o programas para la creación de empresas utilizados, esta los juzgó positivamente.

## 7.4. Educación y formación emprendedora

La educación y formación se refiere a la medida en la que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar en creación y dirección de nuevas empresas.

En general, en todos los países del estudio GEM, los expertos han manifestado una clara opinión con respecto a la situación de los sistemas educativos nacionales: éstos no forman a la población en temas de creación y gestión empresarial adecuadamente, sobre todo en los niveles educativos más inferiores.

**GRÁFICO 59.** Valoración de la educación y formación emprendedora en primaria y secundaria en los países GEM.



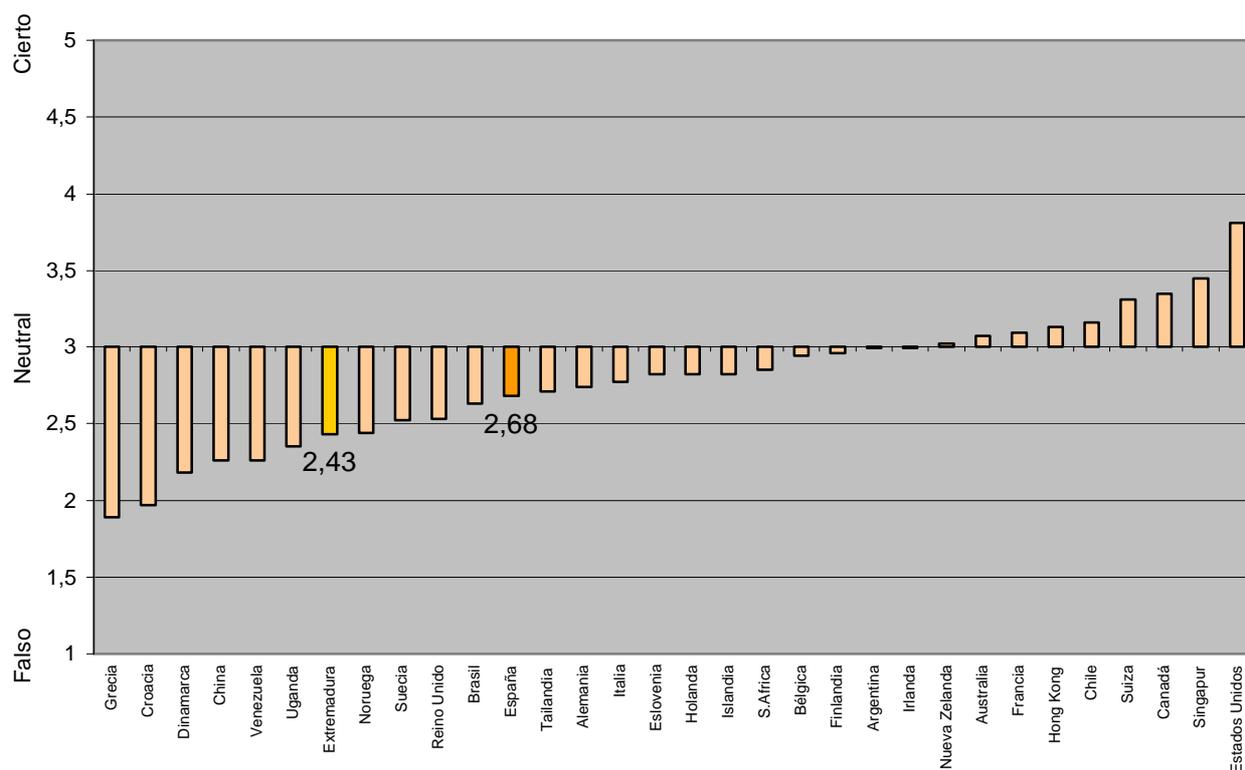
Estados Unidos, Singapur y Canadá, son los que tienen situaciones menos desfavorables en educación primaria y secundaria, fortaleciendo bastante su posición en post-secundaria. En el lado más débil se encuentran Francia y Croacia en educación básica y Grecia y Croacia para niveles posteriores a la educación secundaria. Extremadura muestra una situación mejor que la media española en los niveles inferiores de la educación y en cambio manifiesta unas valoraciones peores en educación superior. Se comprende esta última situación, por la escasez de asignaturas universitarias<sup>23</sup> o

formación de post-grado que existe en Extremadura en temas relacionados con la creación de empresas.

La valoración un tanto diferente de la media española, dada por los expertos en el caso de la educación primaria y secundaria, no lo es tanto cuando tenemos en cuenta sólo aspectos relacionados con estos niveles educativos, como nos muestra el gráfico 59.

La Comunidad Autónoma ha asumido las competencias de educación recientemente y aunque se hubiesen puesto en marcha algunos aspectos relacionados con el espíritu emprendedor en la escuela o institutos de secundaria, estas medidas aún no hubieran tenido el efecto suficiente para que los expertos las pudieran haber valorado.

<sup>23</sup> Hasta el curso 2002/03 existían dos asignaturas de creación de empresas en la Universidad de Extremadura. A partir del curso 2003/04, sólo queda una, aunque hay un nuevo curso de doctorado sobre la materia.

**GRÁFICO 60.** Valoración de la educación y formación emprendedora en post-secundaria en los países GEM.

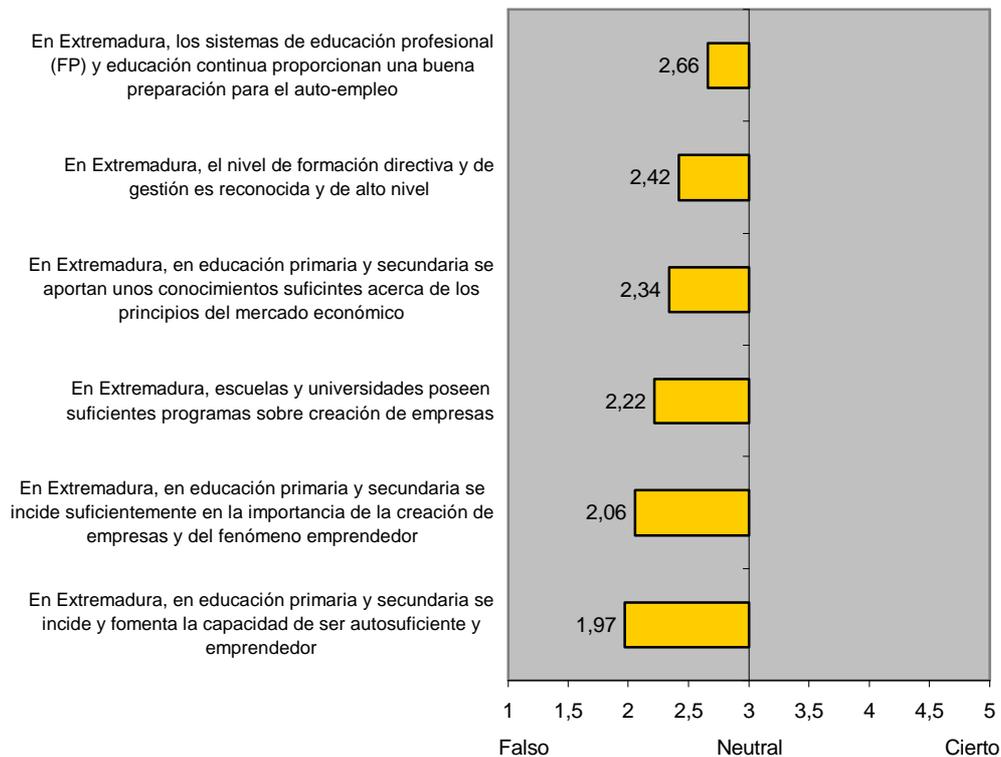
Un análisis más en profundidad de la situación extremeña, como nos muestra el gráfico 61, nos ofrece la oportunidad de comprobar cómo no existe ningún punto fuerte en el sistema educativo relacionado con la creación de empresas.

Lo más cercano a una valoración media lo encontramos en los sistemas de educación profesional y continua, sin duda motivado por alguna asignatura en los ciclos superiores de formación profesional<sup>24</sup> o los diferentes

programas de formación y preparación hacia el auto-empleo llevados a cabo desde diversas instituciones.

Por lo demás, todas son valoraciones son negativas, máxime en las preguntas relacionadas con la educación primaria y secundaria, lo que nos parece más coherente con la situación media española.

<sup>24</sup> Asignatura de "Proyecto Empresarial" en el ciclo formativo superior de Administración y Finanzas.

**GRÁFICO 61.** Valoración de la educación y formación emprendedora en el sistema educativo extremeño.

## 7.5. Transferencia tecnológica e I+D

Con la serie de variables sobre transferencia tecnológica se trata de saber en qué medida la investigación y desarrollo de los países, o de las regiones, conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están o no al alcance de los nuevos empresarios.

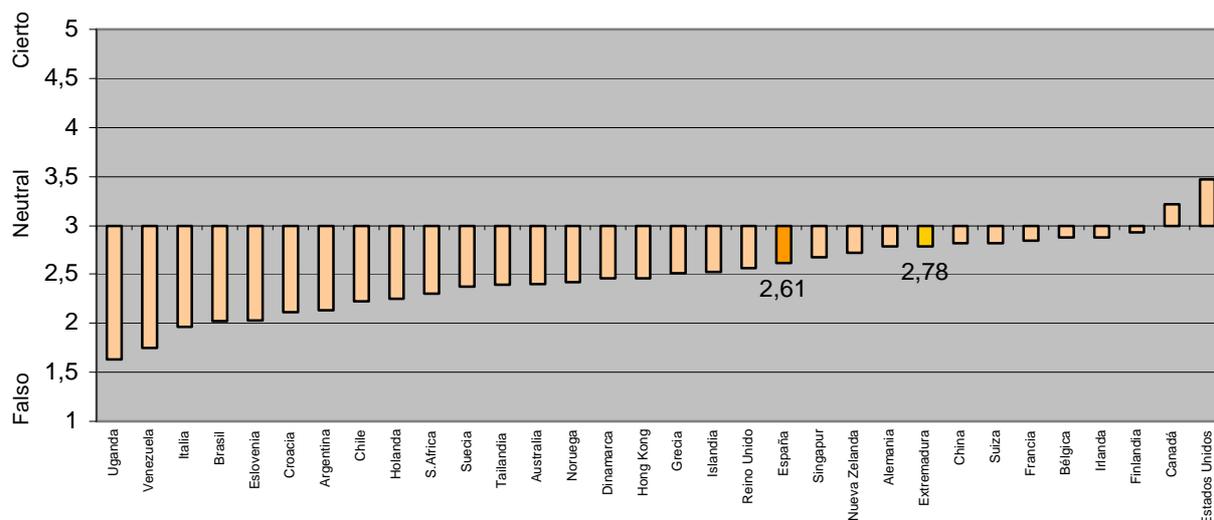
La situación de la mayoría de los países del entorno GEM es desfavorable para la transferencia de tecnología. Sólo Estados Unidos y Canadá obtienen valores positivos en este apartado. Aunque España y Extremadura, no se encuentran en una posición favorable, sí es cierto que están por encima de la media en un nivel similar a Alemania.

El único punto fuerte que encontramos en el análisis extremeño es el referido a la igualdad de

posibilidades de acceder a las nuevas tecnologías que tienen las empresas nacientes con respecto a las ya establecidas.

Por lo demás, en Extremadura los subsidios y ayudas a empresas de nueva creación para adquirir nuevas tecnologías no son suficientes y adecuados, ya que estas empresas no se pueden costear adecuadamente la adquisición de las últimas tecnologías.

La ciencia y tecnología en Extremadura no proporcionan adecuadamente una base eficiente para la creación de negocios basados en nuevas tecnologías que les permitan ser líderes en el mundo al menos en una rama de actividad, por lo que la competitividad a nivel global se resiente.

**GRÁFICO 62.** Valoración de la transferencia tecnológica e I+D en los países GEM.

Tampoco se transfieren de forma eficiente estos conocimientos tecnológicos desde la universidad y centros de investigación a las nuevas empresas o a las que están en crecimiento, no existiendo el apoyo suficiente para que ingenieros y científicos puedan comercializar sus ideas y canalizarlas mediante la creación de nuevos negocios.

### 7.6. Infraestructura comercial y profesional (servicios para empresas)

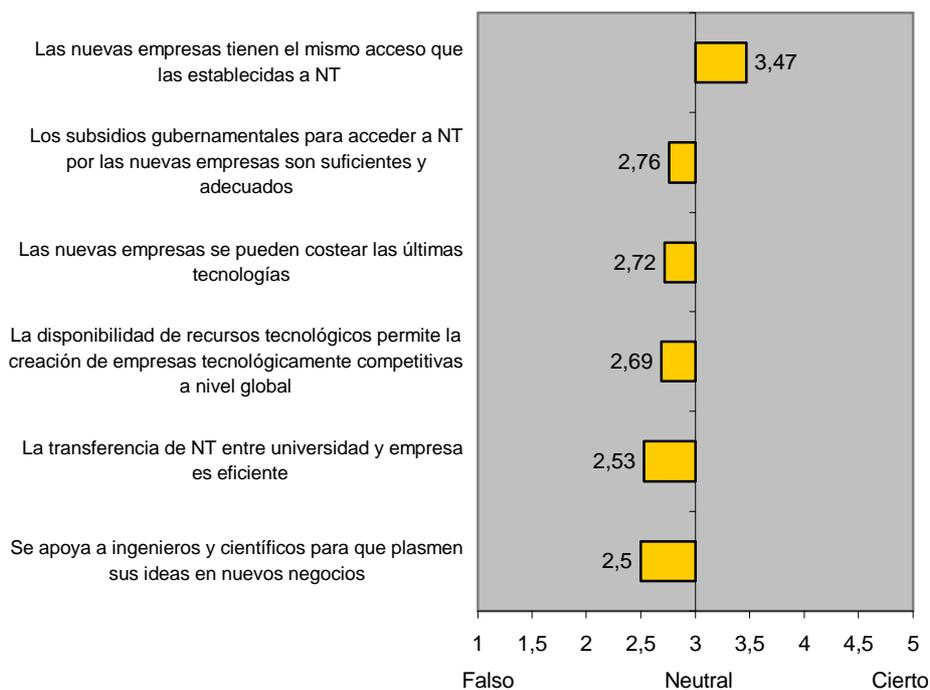
La infraestructura comercial y profesional se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales así como de

instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios.

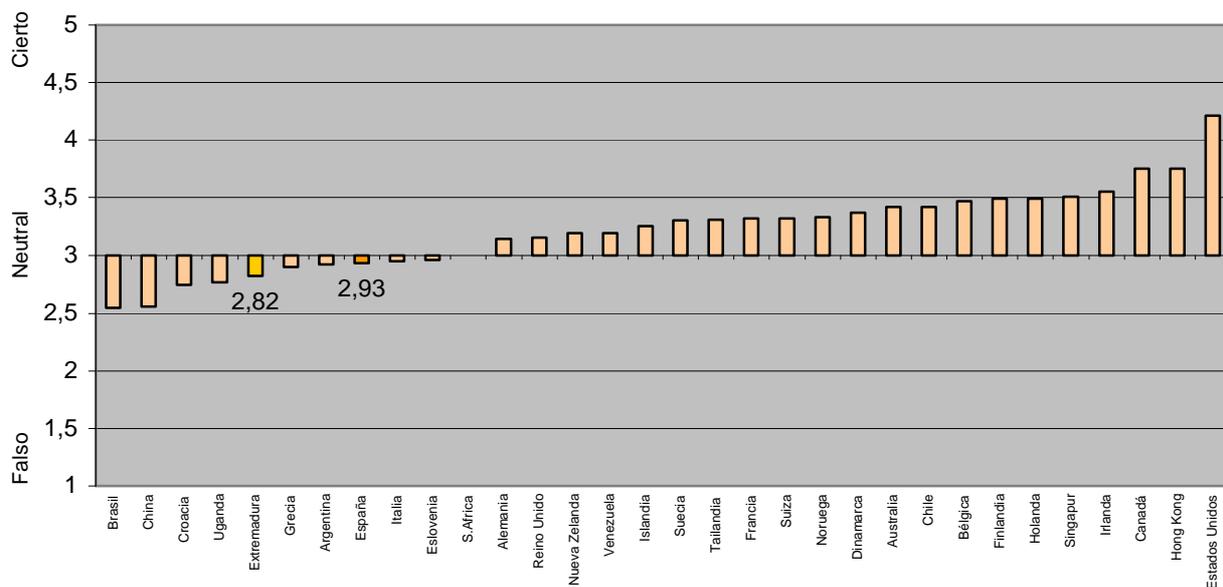
La mayor parte de los países estudiados disfrutan de suficientes servicios comerciales y profesionales de los que pueden disponer las nuevas empresas para el desarrollo de sus actividades.

Tanto España como la región extremeña se encuentran entre las más desfavorecidas en cuanto a dotación de infraestructuras comerciales y profesionales para la creación de empresas, junto a países como Italia, Grecia, Croacia o Uganda.

**GRÁFICO 63.** Valoración de la transferencia tecnológica e I+D para la creación de empresas en Extremadura.



**GRÁFICO 64.** Valoración del acceso a la infraestructura comercial y profesional en los países GEM.

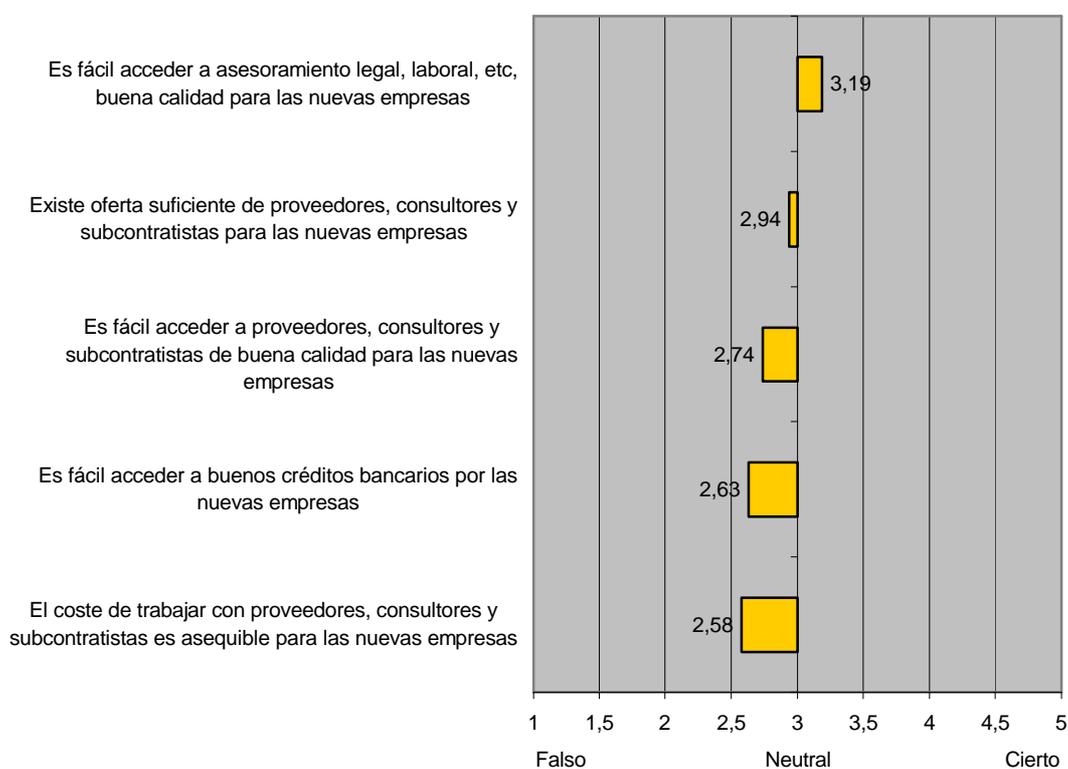


A nivel nacional como en Extremadura, esta situación se debe no tanto a la carencia de servicios de asesoramiento o consultoría, como a la dificultad de acceder a ellos y al coste que tienen que pagar las nuevas empresas para conseguirlos.

Así, en el análisis más detallado de la comunidad extremeña que nos ofrece el gráfico 65, vemos

que es fácil para las empresas que se están creando, acceder a cualquier tipo de asesoramiento de calidad y que existe una oferta casi suficiente de proveedores, consultores o subcontratistas a los que acudir, pero no es fácil poder acceder a ellos o pagar el coste de sus servicios. Tampoco resulta asequible para las nuevas empresas el acceso a créditos bancarios en buenas condiciones.

**GRÁFICO 65.** Valoración del acceso a la infraestructura comercial y profesional en Extremadura.

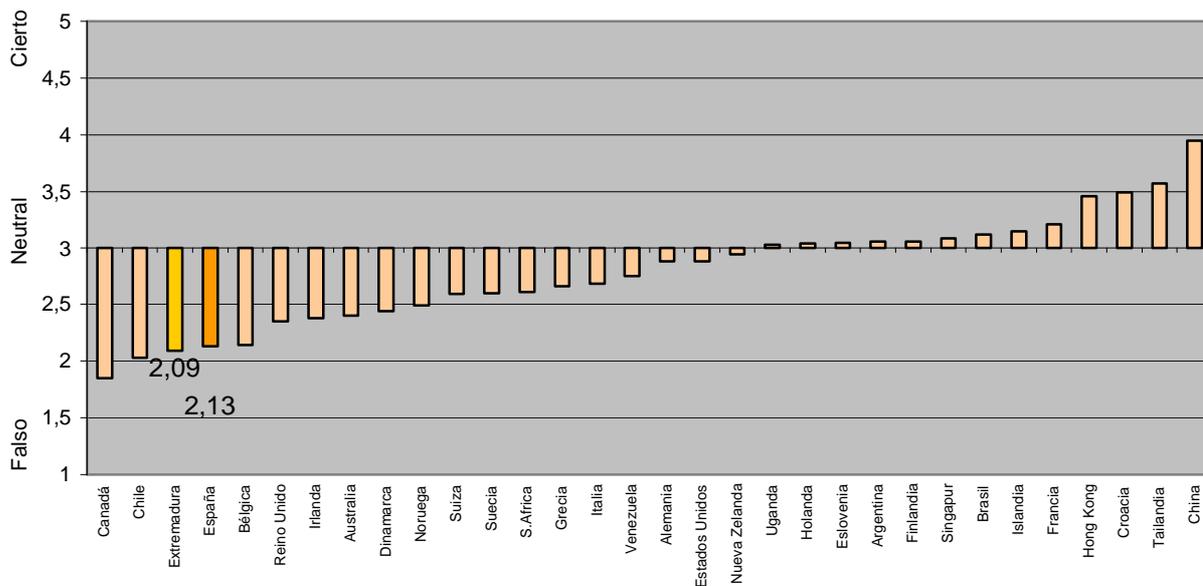


### 7.7. Apertura del mercado interno

La apertura del mercado interno se refiere a la medida en que los acuerdos comerciales no son suficientemente flexibles al cambio constante y reubicación estratégica, impidiendo a las firmas nuevas y en crecimiento competir y reemplazar a los proveedores existentes, subcontratistas y asesores.

El gráfico 66 nos muestra que no existen anualmente grandes cambios en el mercado español. En el extremeño, éstos cambios son aún menores, situándonos en la tercera posición por abajo en cuanto a inflexibilidad de los acuerdos comerciales que perjudican la competitividad de las nuevas empresas y las que están en crecimiento.

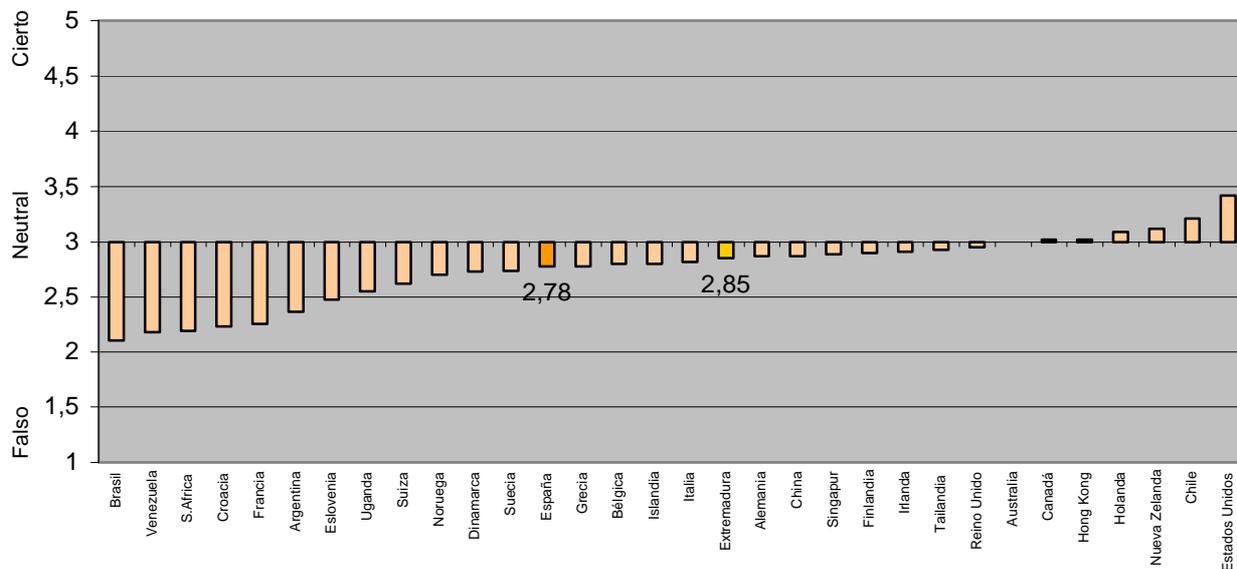
**GRÁFICO 66.** Valoración de la apertura del mercado interno en cuanto a la velocidad de cambios del mercado en los países GEM.



Los expertos han valorado que no existen grandes barreras para que las empresas puedan introducirse en el mercado, tanto en España

como en Extremadura, aunque sí ciertos impedimentos que no facilitan la creación de empresas.

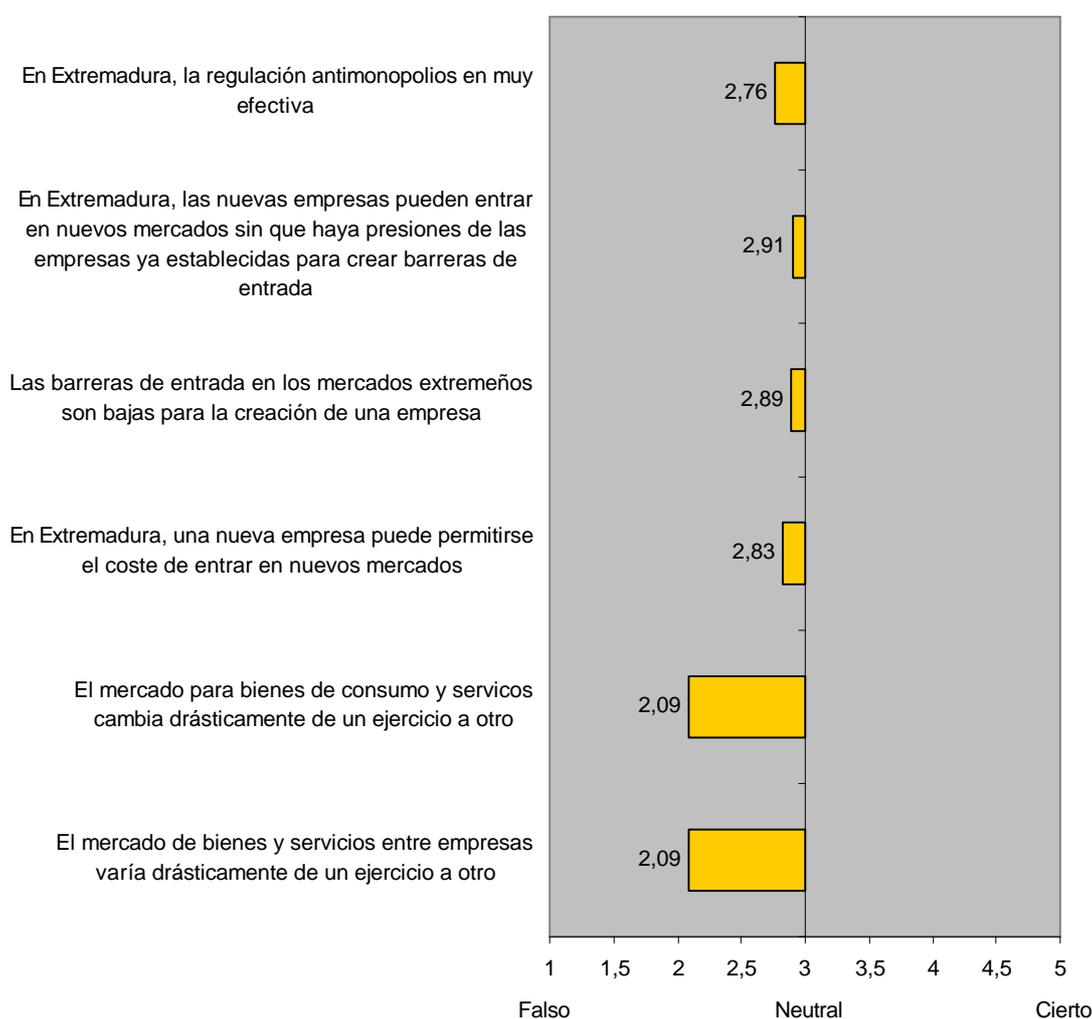
**GRÁFICO 67.** Valoración de la apertura del mercado interno en la existencia de grandes barreras en los países GEM.



Además, en Extremadura el coste de entrar en nuevos mercados no puede ser asumido fácilmente por las nuevas empresas, las ya establecidas les crean obstáculos para que no se instalen en su sector o las regulaciones antimonopolios son poco adecuadas, lo que sin duda supone un desincentivo en cierto tipo de actividad.

Los mercados para los bienes de consumo y servicios y los llamados “business-to-business” (bienes y servicios entre empresas), no cambian drásticamente de un ejercicio a otro, lo que no supone una facilidad para que se produzcan cambios estratégicos en las empresas, que no podrán reemplazar proveedores, subcontratistas o asesores, para mejorar su competitividad.

**GRÁFICO 68.** Valoración de la apertura del mercado interno en Extremadura.



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

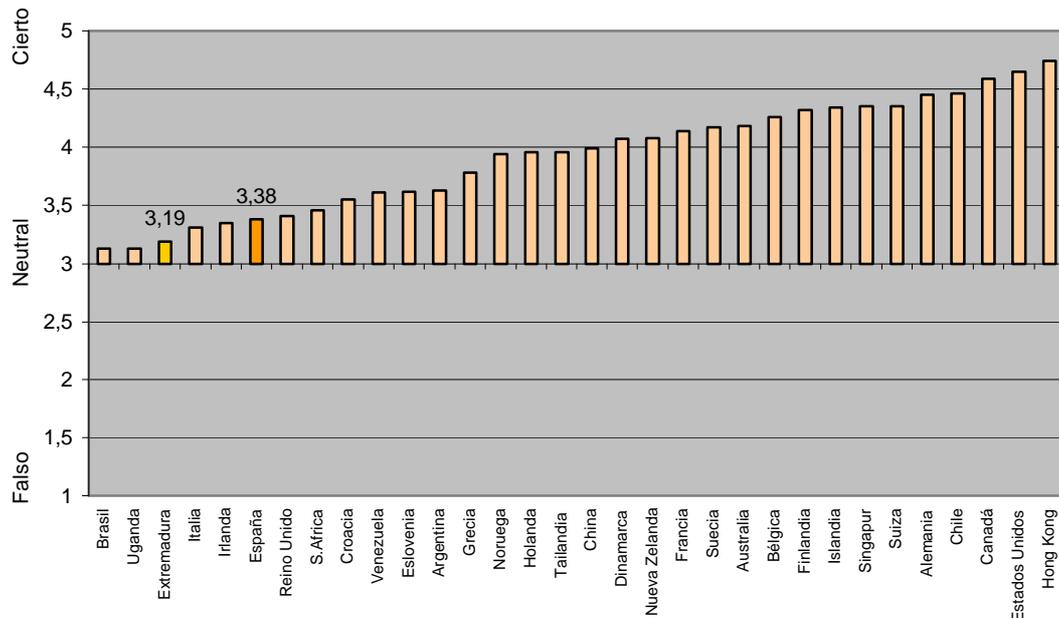
El acceso a la infraestructura física se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes -comunicación, servicios públicos,

transporte, tierra- a un precio que no discrimine a las firmas nuevas, pequeñas, o en crecimiento. En este sentido encontramos una situación muy favorable en el conjunto de países GEM, en

donde todos muestran una situación de accesibilidad a las infraestructuras físicas. España se encuentra en una posición inferior con respecto a la mayoría de los países, pero la

posición de Extremadura es aún peor en la gráfica comparativa, sólo superada en su deficiencia de acceso a los recursos físicos por Brasil y Uganda.

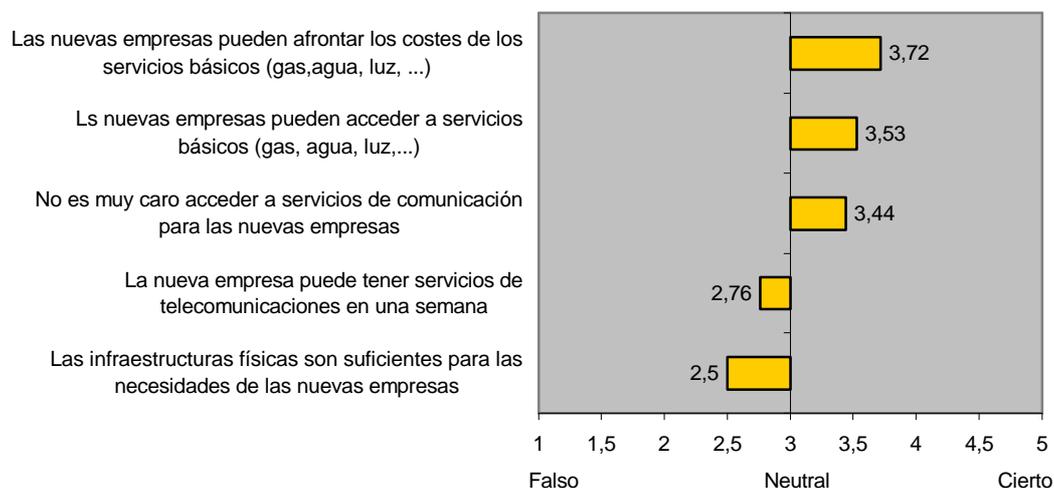
**GRÁFICO 69.** Valoración del acceso a las infraestructuras físicas en los países GEM.



El análisis más detallado de la situación extremeña nos revela los puntos débiles en este apartado: las infraestructuras de carreteras, telecomunicaciones, etc., no son suficientes para cubrir las necesidades de las nuevas empresas, y además, éstas no se pueden proveer de sistemas

de comunicación (teléfono, internet, etc), en una semana, aunque no se considere muy caro el acceder a estos servicios. Por otro lado, es fácil acceder a los servicios básicos de agua, luz, gas, etc., y poder asumir sus costes.

**GRÁFICO 70.** Valoración del acceso a las infraestructuras físicas en Extremadura.



## 7.9. Normas sociales y culturales

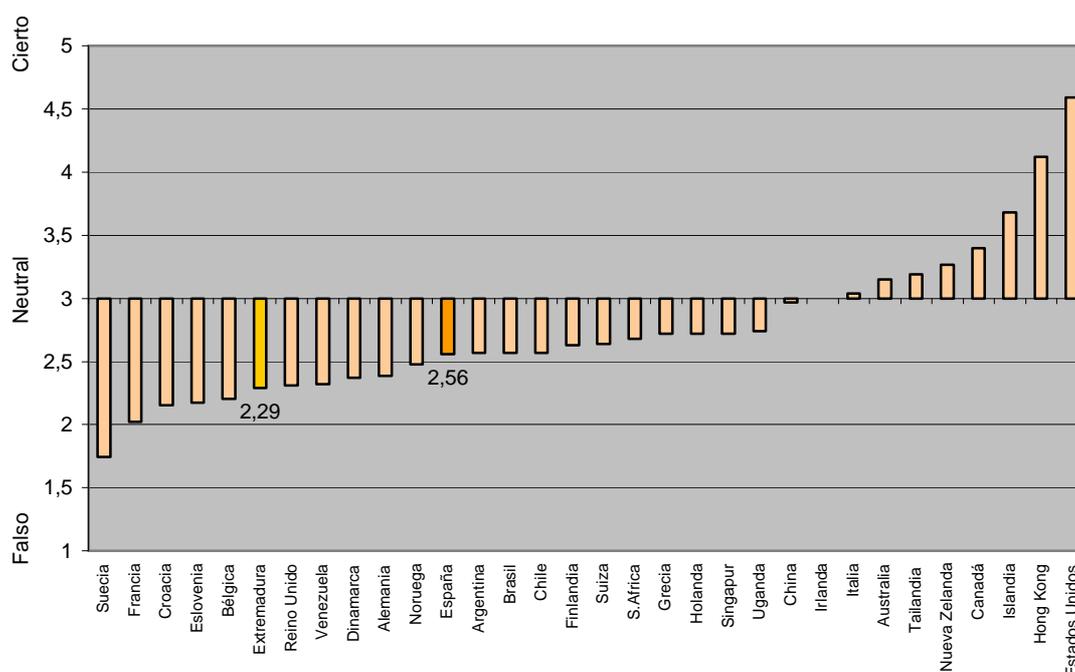
Este apartado se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan, o desalientan acciones individuales que pueden llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

Aunque la imagen del empresario haya mejorado en nuestro país los últimos años, como nos demuestran los estudios de Urbano, (2003) y

Díaz, (2003), desde la perspectiva de los expertos podemos afirmar que ni la sociedad española ni la extremeña apoyan bastante la figura del empresario.

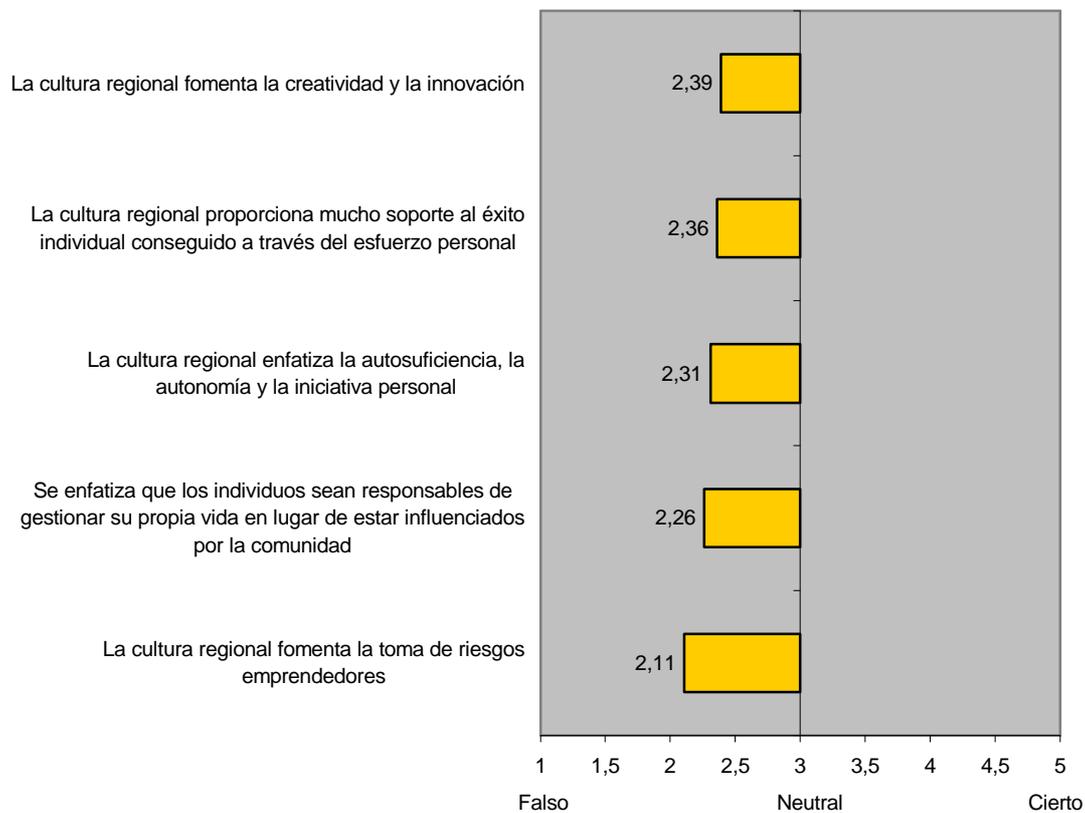
En la comparación internacional, vemos que excepto en un pequeño grupo de países (Estados Unidos, Hong Kong, Islandia, Canadá, Nueva Zelanda, etc.), en el resto las normas sociales y culturales condicionan negativamente la creación de empresas. Extremadura se encuentra en el sexto lugar de estas valoraciones negativas.

**GRÁFICO 71.** Valoración de las normas sociales y culturales en los países GEM.



En el análisis particular de la comunidad extremeña, todos los aspectos relacionados con este epígrafe sobre los que hemos preguntado a los expertos, han salido desfavorables. En diferentes grados, pero no muy distantes, los resultados han sido que la cultura regional no fomenta suficientemente la creatividad, la innovación, la autosuficiencia, la autonomía, la

iniciativa personal o la toma de riesgos emprendedores; no proporcionando mucho soporte al éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal, ni poniendo el suficiente énfasis en que los individuos sean responsables de gestionar su propia vida en lugar de estar influenciados por su entorno cultural.

**GRÁFICO 72.** Valoración de las normas sociales y culturales en Extremadura.

### 7.10. Legislación sobre derechos de propiedad intelectual

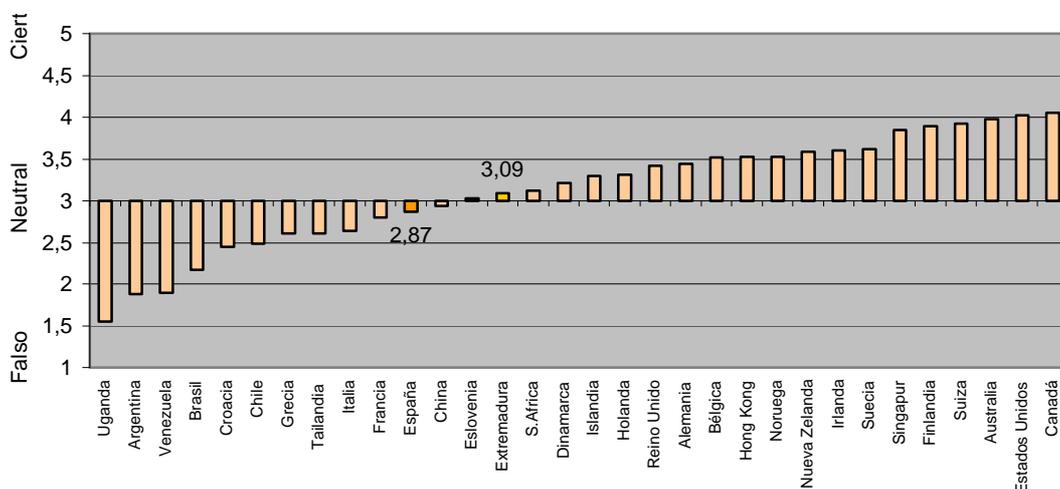
Este apartado hace referencia al tipo de legislación sobre derechos de propiedad intelectual, si es completa y eficaz, o si se respetan adecuadamente los derechos de empresas e individuos sobre marcas, patentes o invenciones.

Como menciona Douglass North (1990), la fuente más importante del subdesarrollo de los países es que no se creen instituciones que sean

capaces de hacer cumplir los derechos de propiedad y los contratos eficientemente.

En este epígrafe de nuestro análisis reflejamos una pequeña parte de estos derechos de propiedad, pero en general, encontramos que la valoración de esta condición del entorno es positiva en los países más desarrollados, mientras que en los que tienen un nivel de desarrollo menor, las puntuaciones medias son más negativas. España, Francia o Italia podrían ser excepciones, pero recordemos que las indicaciones sólo manifiestan tendencias y estos países tienen valoraciones cercanas a 3.

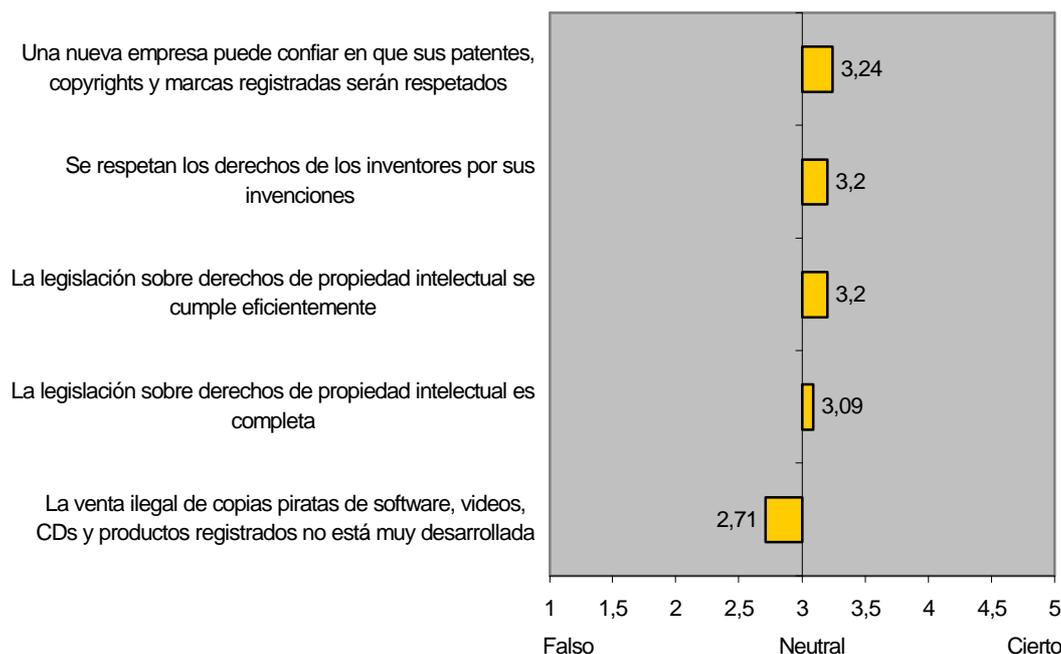
**GRÁFICO 73.** Valoración de la legislación sobre derechos de propiedad intelectual en los países GEM.



Extremadura por su parte, manifiesta para este año 2003, valoraciones positivas en casi todos los aspectos medidos. Así, podemos decir que se respetan suficientemente los derechos de los inventores, de las patentes, copyrights y marcas registradas de las nuevas empresas, ya que la

legislación sobre derechos de propiedad intelectual es completa y se cumple eficientemente, aunque la venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs, y productos registrados no está controlada suficientemente.

**GRÁFICO 74.** Valoración de la legislación sobre derechos de propiedad intelectual en Extremadura.



## 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 8.1. Conclusiones

Este primer informe regional sobre la actividad de la creación de empresas en Extremadura, nos ha aportado una visión bastante amplia del estado actual en el que se encuentra la actividad emprendedora en la Comunidad Autónoma.

Aunque en nuestro Resumen Ejecutivo hemos destacado los principales hallazgos de la investigación, sí nos gustaría mencionar diversos aspectos regionales que consideramos destacables por su importancia en el contexto nacional o internacional.

Así, durante el año 2003 se ha producido una reactivación de la iniciativa emprendedora tanto en el entorno de los países GEM como en España. Las mediciones efectuadas por primera vez en Extremadura, nos han facilitado el conocer unos índices totales de actividad emprendedora (TEA) para la región, que la sitúan en el lugar 13 entre los 31 países analizados, en la tercera posición entre los 17 europeos del estudio, un 13,59% por encima de la media nacional y en el primer lugar de las tres regiones españolas analizadas en esta investigación (Cataluña, Andalucía y Extremadura).

Hemos constatado que una parte importante de esta actividad emprendedora está sustentada fundamentalmente en las empresas creadas que tienen menos de 42 meses de vida, aunque existe un componente importante de necesidad en la motivación que les ha llevado a crear la empresa, lo que por otra parte, hace que tengan mayores expectativas de crecimiento, de creación de empleo y de exportación, que las creadas para poner en marcha una oportunidad de negocio.

También debemos destacar que, en términos de nuevos productos o servicios, las empresas establecidas en Extremadura son más

innovadoras que las de la media nacional o que las de las otras regiones españolas analizadas. Aunque parece que las empresas alcanzan su mayor nivel de innovación en sus primeras fases, cuando están tratando de encontrar un hueco en el mercado, y que, una vez que consolidan su posición, a partir de los 42 meses, este nivel disminuye, las empresas ya establecidas sí son capaces de acceder, por su experiencia o contactos, a tecnologías más novedosas, que utilizarán en sus nuevos productos o servicios.

Otro aspecto muy destacable en el panorama de la creación de empresas en Extremadura es el que nos ofrece el ratio mujer/hombre para el TEA 2003, que nos sitúa en la décima posición entre los países del estudio, por encima de las medias GEM y española, y superando a países europeos y regiones españolas tradicionalmente más avanzadas y desarrolladas que la extremeña.

En Extremadura, aunque encontramos tasas de iniciativa emprendedora mayores para los hombres que para las mujeres, buena parte de los índices de actividad emprendedora se deben a las mujeres, lo que nos indica la importancia y fuerza de la mujer en la creación de empresas en la región con respecto al hombre, tanto en el arranque de nuevos negocios como en la intervención en ellos durante sus primeros años. Esto, nos lo corrobora el que la distinción en la motivación para crear una nueva empresa (oportunidad vs. necesidad) sea menor entre hombres y mujeres que en el resto de España y Europa, el que no existan grandes diferencias de sexo en ninguna de las categorías de edad analizadas, o que el perfil del inversor informal en la región venga representado por la mujer. El apoyo que la mujer emprendedora que desea crear una empresa encuentra en la región (por encima de la media nacional), sin duda colabora a ello.

### 8.2. Recomendaciones

Quienes crean las empresas, las organizaciones, los proyectos innovadores, las instituciones en

definitiva, son los individuos, por tanto, cualquier tipo de política que quiera potenciar la creación de empresas debe incrementar el potencial empresarial de los individuos. En consecuencia, debe facultar a las personas para tener el potencial suficiente para ser empresarios, tanto por medios propios como por lo que Shapero denominó, un entorno “rico en nutrientes”. Entorno<sup>25</sup>, que debe proporcionar motivación suficiente a las personas para emprender, haciéndoles que la creación de una empresa sea algo deseable (apoyo emocional/psicológico), creíble (información creíble, modelos de roles creíbles, ...) y con un valor social importante (deseabilidad social, prestigio, incentivos, ...).

Además, el entorno formal (legislación mercantil, derechos de propiedad, trámites de constitución, ...) junto con el informal (ideas, creencias culturales, actitudes, valores, ...), deben crear los incentivos y oportunidades en las sociedades, para que los individuos, suficientemente capacitados, aprovechen estas oportunidades. El entorno debe proveer de recursos suficientes al potencial empresario. Recursos, que las políticas públicas pueden mejorar a través de sus respectivos entornos empresariales generales (mercados financieros, legislación, infraestructuras, etc.) y específicos (acceso a la financiación, programas públicos, educación y formación, etc.) para que en el momento oportuno, provoquen la suficiente predisposición a actuar en el empresario potencial.

Lo importante no es sólo crear objetivamente un ambiente favorecedor hacia la creación empresarial, sino que se perciba como tal. Las percepciones, como menciona Shapero (1982), son a menudo más importantes que los hechos objetivos, por lo que las sociedades deben prestar más atención a los datos subjetivos para entender

<sup>25</sup> Recordemos aquí los esfuerzos de la Unión Europea para conseguir un entorno favorable a las nuevas empresas, entre otros, a través del documento “Construir una Europa Empresarial. Actividades de la Unión a favor de la Pyme”, de la Comisión de las Comunidades Europeas (Com, 2001/98).

las creencias y actitudes de los empresarios potenciales. Y no sólo éstas, sin también las necesidades del futuro empresario, o de los que ya lo son.

Por todo esto, en base a la investigación realizada, las recomendaciones que desde el equipo investigador se proponen para favorecer la iniciativa emprendedora en la Comunidad Autónoma de Extremadura son:

### **Percepción de oportunidades, motivación y habilidades**

En relación a la percepción de oportunidades, motivación y habilidades necesarias para la creación de una empresa, Extremadura tiene unos índices que, si bien rondan el suficiente dentro de los países GEM, ocupa lugares discretos (entre el 20 y el 25), mientras que España los ocupa puestos entre el 14 y el 23, en las evaluaciones medias hechas por los expertos entrevistados de los diferentes países del GEM, para una serie de preguntas relacionadas con estos tres temas.

Por este motivo, debemos destacar la necesidad de establecer políticas dirigidas hacia las personas, que incidan aún más en su motivación para emprender un negocio y en las habilidades necesarias para llevarlo a cabo. Además, será imprescindible que se creen las condiciones del entorno suficientes para favorecer la existencia de oportunidades y la percepción de éstas por parte de los empresarios potenciales.

Para ello, se puede trabajar en el aumento de la percepción de deseabilidad individual y social. Los premios intrínsecos, modelos de roles muy visibles, la fuerte evidencia de apoyo social, la buena imagen del empresario, mecanismos que refuercen valores y normas favorables al espíritu empresarial y la innovación, etc., pueden apoyar esto. Además, es necesario aumentar la percepción de viabilidad, aumentando la percepción de que poner en marcha una empresa es factible, de que los recursos de todo tipo están disponibles, de que los obstáculos (las normas

sociales, la falta de apoyo financiero, las políticas gubernamentales, la educación y formación, etc., son algunos de los factores o frenos que hemos encontrado en Extremadura) son superables, o bien, fomentando competencias y habilidades específicas o divulgando los éxitos empresariales.

### **Apertura del mercado interno**

En Extremadura, los cambios en el mercado de bienes y servicios entre empresas o a particulares, no se producen drásticamente de un ejercicio a otro, lo que no facilita la competitividad de las empresas, que al tener dificultades para reemplazar proveedores, subcontratistas o asesores, tendrán mayor dificultad para producir cambios estratégicos que los adapten a las circunstancias. Además existen diferentes barreras en el mercado para las nuevas empresas (coste de entrada, obstáculos de la competencia, regulación antimonopolios, etc.). Una actuación sobre estos aspectos del mercado podrá mejorar este problema.

### **Educación y formación**

Es imprescindible y necesario prestar atención prioritaria a todo el Sistema Educativo (primaria, secundaria y universidad), con el fin de fortalecer el ámbito informal (actitudes, valores, creencias culturales, etc.), formando a individuos que se comporten de manera autónoma, favoreciendo la imagen de empresario en la sociedad extremeña, la cultura emprendedora y la adquisición de habilidades necesarias.

### **Normas sociales y culturales**

Las normas sociales y culturales no están favoreciendo la creación de empresas en Extremadura, por lo que se hace imprescindible ir cambiando el espíritu empresarial en la cultura regional. La mejora de la creatividad, la innovación, la autosuficiencia, la autonomía, la iniciativa personal o la toma de riesgos emprendedores; destacando el éxito individual

conseguido a través del esfuerzo y enfatizando en que las personas sean responsables de gestionar su propia vida en lugar de estar influenciados por su entorno cultural, serán aspectos sobre los que habrá que trabajar.

### **Transferencia tecnológica e I+D**

Es necesario incentivar los subsidios y ayudas a empresas de nueva creación para adquirir nuevas tecnologías, ya que éstos no son suficientes y adecuados y las nuevas empresas no se pueden costear adecuadamente la adquisición de las últimas tecnologías.

Tampoco la ciencia y tecnología en Extremadura proporcionan adecuadamente una base eficiente para la creación de negocios basados en nuevas tecnologías que les permitan ser líderes en el mundo, al menos en una rama de actividad, por lo que sería necesario reforzar el sistema de ciencia y tecnología para aumentar la competitividad internacional de las empresas. La transferencia eficiente de conocimientos tecnológicos desde la Universidad y centros de investigación a las nuevas empresas o a las que están en crecimiento, o el apoyo para que ingenieros y científicos puedan comercializar sus ideas convirtiéndolas en negocios, mejoraría el sistema.

### **Apoyo financiero**

Los informes GEM han destacado la gran importancia a escala internacional de la inversión informal (Business Angels). En Extremadura, se refleja una carencia de suficiente financiación privada e inversores particulares para nuevos proyectos empresariales, por lo que sería necesario buscar las formas (políticas de información, apoyo, incentivos fiscales, creación de redes, etc.) de que la inversión privada se potencie en la región.

### **Infraestructura profesional y comercial**

Aunque existe suficiente financiación bancaria para financiar la creación y el desarrollo de

nuevas empresas, no es fácil para éstas tener acceso créditos bancarios en buenas condiciones. La mayor efectividad de los mecanismos creados para este fin en la Comunidad podría paliar esta situación.

Por último, creemos que se debe seguir haciendo hincapié en los factores que más han facilitado la iniciativa emprendedora hasta ahora, como las

políticas y programas gubernamentales, la mejora y accesibilidad a los recursos físicos existentes (comunicaciones, transporte, servicios públicos, suelo industrial, etc.), o la protección de los derechos de propiedad intelectual. Asimismo, se ha de seguir potenciando el apoyo a la mujer emprendedora, para que siga creciendo su nivel de participación en la actividad empresarial.

## BIBLIOGRAFÍA

**Birch, D. (1987).** “The Job Creation in America”. The Free Press. New York.

**Bruno, A. V.; Tyebjee, T. T. (1982):** “The environment for entrepreneurship”. En A. Kent, D. L. Sexton, and K. H. Vesper (Eds.), Encyclopedia of entrepreneurship. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. p. 288-307

**Burch, J.G. (1986):** “Entrepreneurship”. John Wiley and Sons, Inc. New York

**Bygrave, W.D. (2004):** “Conferencia de presentación del GEM 2004. Venture Capital”. London Business School . Londres.

**Coduras, A.; López-García, P.; Justo, R.; De la Vega, I. (2003):** “Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo 2003. España”. Instituto de Empresa. Madrid.

**Díaz, C. (2003):** “La Creación de Empresas en Extremadura. Un Análisis Institucional”. Tesis Doctoral. Universidad de Extremadura.

**Dubini, P. (1988):** “The Influence of Motivators and Environment on Business Start-Up: Some Hints for Public Policies”, Journal of Business Venturing, Vol. 4, N. 1. pp. 11-26.

**Gartner, W. B. (1985):** “A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation”. Academy of Management Review, 10(4), pp. 696-706.

**Gnyawali, R. D.; Fogel, D. S. (1994) :** “Environments for Entrepreneurship Development : Key dimensiones and Research Implications”. Entrepreneurship Theory and Practice. Summer pp. 43-62.

**Kent, C.A. (1984):** “The Environment for Entrepreneurship”. Lexington, MA: Lexington Books.

**North, D. C. (1990):** “Institutions, Institutional Change and Economic Performance”. Cambridge (UK): Cambridge University Press.

**Ragab, M. (1992):** “The Business Environment of the 1990’s: Implications for Entrepreneurship”. Journal of Small Business and Entrepreneurship. Vol.10 n° 1.

**Reynolds, P.; Hay, M.; Camp, R.M. (1999):** “Global Entrepreneurship Monitor. 1999 Executive Report”. Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial Leadership; London School Business (Eds.).

**Reynolds, P.; Hay, M.; Camp, R.M. (2002):** “Global Entrepreneurship Monitor. 2002 Executive Report”. Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial Leadership; London School Business (Eds.).

**Reynolds, P. (2003):** “¿Algunos países del tercer mundo nos están tomando la delantera? Innovación & Transferencia de Tecnología. Vol. 4/03. Julio. Madrid.

**Reynolds, P.; Bygrave, W. D.; Autio E.; et al., (2003):** “Global Entrepreneurship Monitor. 2003 Executive Report”. Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial Leadership; London School Business (Eds.).

**Shane, S. (1994):** “Cultural Values and the Championing Process”. Entrepreneurship Theory and Practice. Winter, pp. 25-41.

**Shapiro, A.; Sokol, L. (1982):** “The Social Dimensions of Entrepreneurship”. Encyclopedia of Entrepreneurship. C.A. Kent, D.L. Sexton y K.H. Vesper Eds. Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall, Inc. pp. 72-90.

**Stevenson, L. A. (2002):** “World Wide Policies for Entrepreneurship Development”. XV Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. Septiembre, Bogotá. Colombia.

**Urbano, D. (2003):** “Factores condicionantes de la creación de empresas en Cataluña: Un enfoque institucional”. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.

**Van de Ven, A.H. (1993):** “The Development of an infrastructure for entrepreneurship”. Journal of Business Venturing, nº 8.p. 211-230.

**Van de Ven, A.H.; Garud, R. (1989):** “A Framework for Understanding the Emergence of New Industries”. En Santos, F. J. (1998): “La Teoría de la Función Empresarial: Una aproximación cualitativa al empresario sevillano”. Tesis Doctoral . Universidad de Sevilla.

**Veciana, J.M. (1996):** “Generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores: <Venture Management> o <Corporate Entrepreneurship>”. Economía Industrial nº. 310 IV.

**Veciana, J.M. (1997):** “Emprendedor o empresario”. Innovando. Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad de ICESI. nº 17

**Veciana, J.M. (2001):** “Mitos y Realidades de la Creación de Empresas”. Seminario de Creación de Empresas: Teoría y Prácticas. Fundación Xavier de Salas. Trujillo (Cáceres). Marzo.

**Westhead, P. ; Birley, S. (1994):** “Enviroments for Business Desregistrations in the United Kingkdom 1987-1990”. Entrepreneurship and Regional Development. Vol. 6, nº1. pp. 29-62.

**Westhead, P. ; Moyes, T. (1992):** “Reflections on Thacher´s Britain: Evidence from New Firm Registratios 1980-1988”. Entrepreneurship and Regional Development. Vol. 4, nº1. pp. 21-56.

**Wilken, P. H. (1979):** “Entrepreneurship. A Comparative and Historical Study”. Ablex Publishing Corporation. New Jersey.

## ANEXO I. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

<b>Universo (1)</b>	639.899 habitantes residentes en Extremadura de 18 a 65 años.
<b>Muestra</b>	1.000 individuos mayores de 18 años y menores de 65 años.
<b>Selección de la muestra</b>	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las 2 provincias extremeñas según 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.
<b>Metodología</b>	Encuesta telefónica.
<b>Error muestral (+/-) (2)</b>	+/- 3,09%
<b>Nivel de confianza</b>	95%
<b>Periodo encuestación</b>	Junio de 2.003
<b>Trabajo de campo</b>	Opinòmetre, SL
<b>Codificación y base de datos</b>	Opinòmetre,SL
<b>Análisis estadístico y tratamiento de datos</b>	Programa estadístico SPSS V.11.5

(1) Fuente INE 2003

(2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas Hipotesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.

**PARA MAS INFORMACIÓN DEL Informe Ejecutivo 2003 Extremadura, CONTACTAR:**

Ricardo Hernández Mogollón  
ricardoh@arrakis.es  
www.fundacionxavierdesalas.com

Juan Carlos Díaz Casero  
cdiaz@unex.es  
www.fundacionxavierdesalas.com

**PARA COPIAS DE ESTE INFORME EJECUTIVO, CONTACTAR:**

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

## PATROCINADORES

### JUNTA DE EXTREMADURA

La Junta de Extremadura, a través de la Consejería de Economía y Trabajo, fomenta la creación de empresas mediante el programa Nueva Empresa Extremeña (NEEX), una guía que ofrece apoyo técnico por internet al emprendedor. Además, la Junta pone a disposición del empresario un amplio paquete de incentivos empresariales, suelo industrial y naves industriales, los Puntos de Orientación, el programa Nexo de cooperación y el portal empresarial [www.promoredex.com](http://www.promoredex.com).

Web: [www.juntaex.es](http://www.juntaex.es)  
Teléfono/Phone: (0034) 901 109 110  
Fax: (0034) 924 005669

Extremadura's Regional Government, through its Department of Finance and Employment promotes new business creation by means of the Scheme Nueva Empresa Extremeña (NEEX), which is a guide that supports businessmen with technical advice on-line. Besides, the Regional Government offers incentives aimed at creating new companies, industrial land and industrial premises, businesses information bureau, the Nexo cooperation program and businesses portal [www.promoredex.com](http://www.promoredex.com).



La Caja de Badajoz es una entidad financiera, de naturaleza fundacional, sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo contribuir al desarrollo económico de Extremadura y a la mejora social de sus ciudadanos. Realizamos una importante labor de promoción de la actividad económica, mediante el establecimiento de líneas de financiación preferentes, favoreciendo la inversión empresarial, a tipos de interés muy bajos, que a su vez son subsidiados por la Junta de Extremadura. Al amparo de estos convenios con la Administración regional, se ha dinamizado considerablemente en Extremadura la generación de empresas, habiendo tenido la economía regional un comportamiento más expansivo que su homóloga nacional, en los últimos años.

Desde la vertiente social, en Caja Badajoz hemos realizado grandes actuaciones a favor de la Universidad de Extremadura, de la mejora en las infraestructuras educativas básicas, contribuyendo a elevar el nivel formativo de los extremeños, y mejorando el capital humano de la región.

Con nuestra participación en el proyecto GEM Extremadura, creemos contribuir, igualmente, a una mayor proyección de la economía extremeña, a nivel nacional y mundial.

Web: [www.cajabadajoz.es](http://www.cajabadajoz.es)  
Teléfono/Phone: (0034) 924.214000

Caja Badajoz is a financial institution, with nature of a foundation, without profit searching, which objective is to contribute to Extremadura's economic development and the social improvement of its citizens.

We realize an important promotion of the economics activities through the establishment of preferred lines of financing, favouring the enterprise investment, with very low interest rates, which are subsidized by the Junta de Extremadura (Regional Administration).

Thanks to these agreements with the regional Administration, the enterprises generation has grown considerably at Extremadura, the regional economy has obtained a more expansive behaviour than the national one, in the last years.

From a social view, we have realized great performances for Extremadura University, improving the basic educational infrastructures, helping to increase the extremeños's educational level, and improving the human capital at the region.

With our participation in the GEM Extremadura project, we believe that we are contributing, equally, to a bigger projection of the extremeña economy, at a national and worldwide level.



## FOMENTO INDUSTRIAL DE EXTREMADURA

Web: [www.sofiex.es](http://www.sofiex.es)

Teléfono/Phone: (0034) 924.319159

La Sociedad de Fomento Industrial de Extremadura, S.A., es una sociedad mercantil pública, con la operativa de capital riesgo, que participa en proyectos empresariales viables, que contribuyan a aumentar el desarrollo económico y social de la región, con la creación de empleo como objetivo prioritario.

Así, somos el principal grupo inversor de Extremadura, con una trayectoria empresarial de más de 15 años, durante los cuales hemos participados en 82 nuevas empresas que han generado inversiones en torno a 700 millones de € y la creación de 7.500 puestos de trabajo.

Además, la Sociedad de Fomento, actúa como dinamizador e impulsor del espíritu empresarial, fomentando la cultura emprendedora entre quienes quieran desarrollar sus proyectos en Extremadura, prestando un apoyo específico a través de Fomento de Emprendedores.

La Sociedad de Fomento Industrial de Extremadura is a public trading company, which operates as venture capital company and takes part in viable business projects which help to increase the economic and social development of the region and with the creation of stable employment as a prior

So, we are the main investment group of Extremadura with a business line of more than 15 years, during this period we have taken part in the creation of 82 new companies which have generated an investment of about 700 million euros and have created 7.500 employments.

La Sociedad de Fomento also acts as revitalizing and promoting the business sector spirit, encouraging the enterprising culture among those who want to develop their projects in Extremadura, giving specific support through Fomento Emprendedores.



## Caja Rural de Extremadura

Web: [www.cajarural.com/extremadura/home2.htm](http://www.cajarural.com/extremadura/home2.htm)

Teléfono/Phone: (0034) 924 200042

Fax: (0034) 924 224742

Caja Rural de Extremadura es una Cooperativa de Crédito, que actúa principalmente en la Región extremeña, aunque su ámbito operativo es nacional, y de hecho tiene presencia en Madrid.

Hace banca universal, con una amplia oferta de productos y servicios financieros, si bien se reconoce como especialista en el sector agroalimentario.

Invierte todos sus recursos en la economía productiva de Extremadura, desempeñando un eficiente papel como motor de desarrollo regional.

Forma parte de la Asociación Española de Cajas Rurales, siendo copropietario, junto con el resto de Cajas Rurales, del Banco Cooperativo Español.

Caja Rural de Extremadura is a Credit Cooperative based in Extremadura, where it has its main business activity; it is also present in Madrid a national company.

It does universal banking, with an extensive offering of products and financial services, though specialist in the sector recognized agrarian.

It invests all its resources in the productive economy of Extremadura, performing an efficient role as motor of the regional development.

It belongs to the Asociación Española de Cajas Rurales, so that is a member of Banco Cooperativo Español together with the rest of the Cajas Rurales.



Web: [www.lossantos.org](http://www.lossantos.org)  
[www.fundacionsantosmaimona.org](http://www.fundacionsantosmaimona.org)  
 Teléfono/Phone: (0034) 924.572128

El objetivo central de **Diego Hidalgo Schnur** al idear y financiar en el año 2000 la creación de la Fundación Los Santos de Maimona, fue establecer un instrumento de desarrollo local integral destinado a promover e innovar la economía y el tejido social en la localidad española de **Los Santos de Maimona**, mediante la provisión de **apoyo** de todo tipo a los proyectos empresariales, culturales, y formativos, y en general a toda clase de **iniciativas innovadoras** que contribuyan a dicho objetivo sobre una base de **sostenibilidad**.

Desde la Fundación Los Santos de Maimona elaboramos **estrategias** para colaborar en la construcción de un proyecto colectivo ejemplar, capaz de configurar un polo dinámico, próspero, socialmente avanzado e incorporado plenamente a los nuevos modelos económicos y culturales. Hemos puesto a disposición de estos fines nuestros **recursos** humanos y financieros, y hemos establecido una rigurosa **metodología** de trabajo, a fin de que la Fundación, de capital totalmente privado, actúe de forma eficaz y eficiente como “**palanca del desarrollo**” en nuestro territorio geográfico. Nuestra apuesta se basa en el compromiso de la Fundación con los verdaderos **protagonistas** del crecimiento y la creación de la riqueza y el empleo en un contexto sostenible: los emprendedores empresariales y los emprendedores sociales.

Tras un primer período de proyectos netamente locales, la Fundación Los Santos de Maimona está abordando una serie de **proyectos colaborativos de incidencia supra-local**, en sectores escasamente desarrollados a nivel regional, promoviendo la transferencia de conocimientos con otras entidades de dentro y fuera del estado español.

The main objective of **Diego Hidalgo Schnur** on creating and financing the Foundation Los Santos de Maimona in 2000, was to establish an instrument for local integral development destined to promote and innovate in the economy and the social fabric of the Spanish town of **Los Santos de Maimona**, by all types of **support** for business, cultural and training projects, and in general all sorts of **innovative initiatives** contributing to this objective and based on **sustainability**.

In the Fundación Los Santos de Maimona, we create **strategies** to collaborate in the construction of an exemplary collective project, able to configure a dynamic, prosperous and socially advanced area, fully incorporating new economic and cultural models. We have placed our human **resources** and finance at the disposal of these objectives, and have established a rigorous work **methodology**, so that the Foundation, completely privately funded, can act in an effective and efficient way as a “**lever for development**” in our geographical area. Our commitment is based on the Foundation’s support for the authentic **promoters** of growth and creation of wealth and employment in a sustainable context: business and social entrepreneurs.

After a preliminary period of local projects, the Fundación Los Santos de Maimona is supporting a series of **supra-local collaboration projects**, in underdeveloped sectors in the region, promoting transfer of knowledge with other organisations inside and outside Spain.



La respuesta a sus proyectos de inversión  
 Sodiex financia la iniciativa empresarial:  
 Entrando en el capital de forma minoritaria y temporal  
 Concediendo préstamos en condiciones ventajosas.

Web: [www.audinex/sodiex](http://www.audinex/sodiex)  
 Teléfono/Phone: (0034) 924.572128

Sodiex ofrece soluciones al inversor:  
 Identificando oportunidades de negocio mediante el análisis de sectores en crecimiento.  
 Contactando con potenciales inversores españoles y extranjeros.





**Ricardo Hernández Mogollón  
Carlos Díaz Casero  
Fundación Xavier de Salas  
Convento de la Coria  
10200 Trujillo (Cáceres). España  
Telf: (0034) 927 321828  
Correo Electrónico: fxdsalas@teleline.es**

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



**FUNDACION XAVIER DE SALAS  
CONVENTO DE LA CORIA  
TRUJILLO CÁCERES**