



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

UNA VISIÓN DE LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA EN EXTREMADURA.



Centro de Cirugía de Mínima
Invasión



LA VOLUNTAD AL SERVICIO DE UNA IDEA

5 AÑOS DE INFORMES GEM (2003-2007)

Autores: Ricardo Hernández Mogollón • Juan Carlos Díaz Casero • María de la Cruz Sánchez Escobedo • María Victoria Postigo Jiménez.



Ricardo Hernández Mogollón, natural de Cáceres, se diplomó en Ciencias Empresariales en la Universidad de Extremadura, en el año 1976. Posteriormente, Obtuvo la licenciatura y el doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Sevilla. Es profesor de la Universidad de Extremadura desde el año 1984. Desde el año 1999 es Catedrático de Universidad. Imparte las asignaturas Dirección Estratégica, Creación de Empresas y Gestión de la Innovación. Ha desempeñado diversas actividades de gestión, entre ellas, Director-Gerente de una Pyme y Vicerrector de Coordinación y Relaciones Institucionales, en la legislatura 1995-1999, siendo rector César Chaparro Gómez. Áreas de investigación: Función Empresarial, Gestión de Innovación y Gestión del Conocimiento. Dirige el programa Economía, Empresa y Futuro en la Fundación Xavier de Salas. Coordinador de la red española de equipos regionales GEM, y director del proyecto GEM en Extremadura.



Juan Carlos Díaz Casero es Dr. en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Extremadura con Premio Extraordinario de Doctorado en Ciencias Sociales. Con una dilatada experiencia profesional, ha trabajado en la Administración Pública, como asesor y consultor de empresas en el Ayuntamiento de Cáceres o como Jefe de los Servicios Económicos en la Asamblea de Extremadura, y desarrollado una amplia trayectoria profesional en el mundo de la empresa privada como directivo y empresario de diferentes empresas relacionadas con el sector de la automoción, la distribución, el comercio y la formación y consultoría de empresas. Desde 1999 es profesor en la Facultad de Estudios Empresariales y Turismo de la Universidad de Extremadura y actualmente es Director Técnico del equipo de Extremadura que realiza el Proyecto GEM.

**UNA VISIÓN DE LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA EN EXTREMADURA.
5 AÑOS DE INFORMES
GEM EXTREMADURA (2003-2007).**

Ricardo Hernández Mogollón

Juan Carlos Díaz Casero

M^a de la Cruz Sánchez Escobedo

M^a Victoria Postigo Jiménez

Títulos de Crédito

Una visión de la actividad emprendedora en Extremadura. Cinco Años de Informes GEM (2003-2007)

©Ricardo Hernández Mogollón, Juan Carlos Díaz Casero, María de la Cruz Sánchez Escobedo y María Victoria Postigo Jiménez.

Diseño de portada realizado por: Julia Anaya y María Pérez.

Edita: Junta de Extremadura. Vicepresidencia 2ª y Consejería de Economía, Comercio e Innovación.

Depósito Legal: CC-688-09

ISBN: 978-84-613-3569-5

Impresión: Gráficas Hache. Cáceres

Teléfono: 927-269965

e-mail: imprensa@imprentah.com

Cáceres, 2009.

ÍNDICE

PRÓLOGOS AL LIBRO	7
Prólogo Excmo. Sr. D. Guillermo Fernández Vara, Presidente de la Junta de Extremadura.....	7
Prólogo del Excmo. Sr. D. Francisco Duque Carrillo, Rector de la Universidad de Extremadura.....	10
Prólogo del Dr. Jaime de Salas Ortueta, Presidente de la Fundación Xavier de Salas.....	13
Prólogo de Ignacio de la Vega García Pastor, Director del Proyecto GEM España.....	17
INTRODUCCIÓN	21
Introducción del Dr. Ricardo Hernández, Director del Proyecto GEM Extremadura.....	21
Contribuciones-prólogos de los Informes GEM Extremadura:	
▪ Juan Carlos Rodríguez Ibarra, Informe GEM Extremadura 2005.....	24
▪ Carlos Güell de Sentmenat, Informe GEM Extremadura 2006.....	27
▪ Dr. Ramón Tamames Gómez, Prólogo Informe GEM Extremadura 2007.....	30
El Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor).....	35
Panorámica del Proyecto GEM-Mundial.....	35
▪ Origen y finalidad.	
▪ Modelo, metodología, definiciones.	
▪ El proceso emprendedor.	
▪ Fuentes de datos.	
Panorámica del Proyecto GEM-España.....	41
▪ El Instituto de Empresa B.S.	
▪ Estructura del equipo GEM España.	
▪ Características de la red de equipos regionales GEM España.	
Panorámica del Proyecto GEM-Extremadura.....	44
▪ Origen, estrategia, objetivos, internacionalización.	
▪ Estructura: composición y principios.	
▪ El Consejo GEM Extremadura.	
VISIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EXTREMEÑA	53
¿QUÉ?	53
▪ Valores y actitud emprendedora. Dr. César Chaparro Gómez.	
▪ Catedrático y Ex-Rector de la Universidad de Extremadura.....	55
▪ Extremadura se mueve. Dr. Antonio Sáenz de Miera. Alto directivo del Tercer Sector.....	58
▪ ¿Qué actividad emprendedora se ha desarrollado en Extremadura? Análisis y desglose de la actividad emprendedora en Extremadura (2003-2007).....	62
¿QUIÉN?	77
▪ ¿Quién? Dr. Eustaquio Sánchez Salor. Catedrático.....	79
▪ La mujer emprendedora en el mundo del vino y en Extremadura. María Isabel Mijares y García-Pelayo. Enóloga.....	82
▪ ¿Quién ha desarrollado la actividad emprendedora? Análisis del perfil del Emprendedor en Extremadura (2003-2007).....	85
¿CÓMO?	95
▪ Investigadores científicos públicos y empresarios emprendedores extremeños: necesidad de conocerse. Dr. José Pastor Villegas, profesor e investigador.....	97
▪ Consejos a los actores. Dr. José Manuel Azpeitia Montero, Dr. Ingeniero Industrial.....	100
▪ ¿Cómo se ha llevado a cabo la actividad emprendedora? Análisis del perfil de las empresas creadas, su financiación y el empleo creado en Extremadura (2003-2007).....	107

¿POR QUÉ?	131
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La literatura en Extremadura hoy. Santos Domínguez Ramos, Crítico y poeta.133 ▪ Todavía tenemos que creémoslo más. Dr. Antonio Ventura Díaz Díaz, Director de la Fundación Academia Europea de Yuste.135 ▪ ¿Por qué se ha emprendido en Extremadura? Análisis de las motivaciones de crear una empresa en Extremadura (2003-2007)..... 139 	
¿DÓNDE?	157
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Otro modo de ver el nivel de emprendedores en Extremadura. José Julián Barriga Bravo, periodista.159 ▪ Emprender desde Extremadura. Carlos Arce Pardo. Ingeniero T. Industrial y Empresario.162 ▪ ¿Dónde se ha desarrollado la actividad emprendedora? Análisis de Dónde se centran los emprendedores en Extremadura (2003-2007) 165 	
¿HACIA DÓNDE?	187
<ul style="list-style-type: none"> Emprender desde Extremadura. ¿Hacia dónde? María Dolores Serrano González. Vicepresidenta del Grupo Katry.189 ▪ El Futuro Emprendedor de Extremadura. Vicente Sánchez-Cano. Economista y Empresario192 ▪ Hacia adelante. José Marcelo Muriel Fernández. Ingeniero y Alto Directivo.196 ▪ El Futuro de Extremadura: ¿Hacia dónde? Diego Hidalgo Schnur. Empresario y Emprendedor Social.199 ▪ ¿Hacia dónde se encamina la actividad emprendedora en Extremadura? Análisis de tendencias y aproximación de escenarios futuros203 	
A MODO DE EPÍLOGO	208
GLOSARIO DE TÉRMINOS	209
ÍNDICE DE GRÁFICOS, FIGURAS, TABLAS.	211
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	213
Bibliografía	
Fuentes electrónicas	

PRÓLOGOS AL LIBRO



Excmo. Sr. D. Guillermo Fernández Vara

Presidente de la Junta de Extremadura.

Guillermo Fernández Vara nació en Olivenza (Badajoz) el 6 de octubre de 1958. Está casado y es padre de una niña y un niño. El actual presidente de la Junta de Extremadura se licenció en Medicina y Cirugía por la Universidad de Córdoba en 1983. Tres años más tarde, en 1986 ingresó por oposición en el Cuerpo Nacional de Médicos Forenses. En 1989, obtuvo el Grado mediante tesina de licenciatura con la calificación de sobresaliente en la Universidad de Extremadura. Además, fue el número uno de la X Promoción de Médicos Forenses del Centro de Estudios Judiciales. Ha recibido la cruz distinguida de la Orden de San Raimundo de Peñafort que concede el Ministerio de Justicia.

En el desarrollo de su profesión, ha sido director de la Clínica Médico-Forense de Badajoz y profesor colaborador de Medicina Legal en la Universidad de Valencia en los años 1986 y 1987. También ha sido profesor de la Escuela de Prácticas Jurídicas del Colegio de Abogados y Medicina de la Escuela Territorial de Extremadura de Fútbol. Finalmente, durante dos años (entre 1988 y 1990), fue presidente de la Asociación Estatal de Médicos Forenses.

Su trayectoria como cargo público comenzó en agosto de 1995 cuando fue nombrado director general de Salud Pública y Consumo de la Consejería de Bienestar Social de la Junta de Extremadura. En 1996, abandonó ese cargo cuando el entonces presidente regional, Juan Carlos Rodríguez Ibarra, le llamó para formar parte de su Consejo de Gobierno como consejero de Bienestar Social. Tres años después, en 1999 pasó a ocupar el cargo de consejero de Sanidad y Consumo de la Junta de Extremadura. Tras ocho años al frente de esa consejería, el pasado 27 de mayo, Guillermo Fernández Vara ganó las elecciones autonómicas en Extremadura con mayoría absoluta y pasó a convertirse en el nuevo presidente de la Junta de Extremadura tras tomar posesión el pasado 29 de junio.

“Prólogo”

Mérida, junio de 2009.

Dicen que una de las obsesiones de los responsables políticos es lograr el aumento del Producto Interior Bruto (PIB), que se registren tasas cada vez más altas de crecimiento económico. Pero utilizar el PIB para medir el crecimiento de nuestras economías sólo nos proporciona una visión sesgada de lo que en realidad está creciendo y de cómo nos afecta. El bienestar de los ciudadanos tiene que ver no sólo con lo que se puede mensurar monetariamente sino con cosas como la seguridad o la satisfacción personal o espiritual, la felicidad y otros parámetros que no se computa en el PIB. Yo soy de los que he tenido siempre muy claro que ese crecimiento es siempre ficticio, porque no refleja los costes que, aunque no son monetarios, están claramente asociados a la actividad económica. Tampoco nos explica cómo se reparte lo que está creciendo. La economía puede marchar bien pero, en realidad, sólo les va bien o mucho mejor a unos pocos, como ha ocurrido en los últimos tiempos, pero eso también ha llevado aparejado un gran incremento de desigualdades.

Hemos vivido un espejismo que se ha desmoronado porque la mayoría de las sociedades desarrolladas han experimentado en sus cimientos básicos la perversión de que ese crecimiento estaba basado en actividades tan desordenadas e irracionales como la construcción y el urbanismo que predominaron durante mucho tiempo y que han demostrado con su derrumbe que eran actividades depredadoras y negativas para modelos de desarrollo sostenible y armónicos con nuestro ecosistema.

Las finanzas desreguladas destruyen la sociedad. Lo han hecho silenciosamente y a diario, cuando los accionistas han exprimido a sus empresas, es decir, a los asalariados, para extraer de ellos más y más rentabilidad. Todo es cíclico y sólo basta repasar las dos últimas décadas llenas de una serie interminable de crisis: 1990, crisis inmobiliaria en Estados Unidos, Europa y Japón; 1994, crack obligatorio norteamericano; 1997 y 1998, crisis financiera internacional; 2000 a 2002, crack de Internet; y a partir del 2008 la crisis financiera global. Una crisis aguda en la que brutalmente se revelan los inverosímiles excesos de la codicia especulativa y su impacto en la actividad y el empleo. Paro, precarización, acentuación de las desigualdades: los asalariados y la gente más pobre y desprotegida son los que siempre tienen que cargar con el coste de la especulación, o con el perjuicio del crack consiguiente.

¿Por qué esa repetición? Porque todas las trabas y controles a la circulación de capitales y a la innovación financiera fueron abolidas. Al final los que permitieron que la burbuja engordara hasta límites insospechados obligan a los Estados a abalanzarse a socorrer a los bancos y fondos especulativos que se han quedado sin liquidez.

Pero el lector de esta obra compilatoria del Proyecto GEM, sus cinco años analizando la realidad del crecimiento y de las peculiaridades del modelo económico extremeño, será fácil comprobar que las sinergias eran peculiares,

los esfuerzos tenían un sesgo determinado, pero inevitablemente en un mundo globalizado la crisis nos alcanza de lleno, pero no cuarteada el verdadero eje troncal de la senda trazada porque aquí se apostó por la innovación, el riesgo, la inteligencia, la creatividad y a pesar de las endémicas insuficiencias, éstas se han visto superadas por la voluntad firme de una sociedad que apostó antes que otras, teóricamente más desarrolladas, por modelos que han hecho primar la imaginación, tejer redes de complicidad con la sociedad a través de todos sus elementos: empresa, universidad, sociedad civil, organizaciones sindicales, administraciones públicas, invertir en el talento y en la capacidad de arriesgar, en haber mantenido un desarrollo sostenido y sostenible, etc.

El lector no saldrá defraudado porque el Proyecto GEM Extremadura analiza en profundidad e intenta dar respuesta a las seis cuestiones claves de la actividad emprendedora de nuestra Comunidad Autónoma: “¿qué actividad?, ¿quién la ha llevado a cabo?, ¿cómo?, ¿por qué?, ¿dónde? y ¿hacia dónde?”. Es un vademecum de propuestas que suman a las alternativas que esta Comunidad Autónoma necesita, que serán positivas para sumar a esa voluntad que es necesario articular y que yo como el responsable de afrontar ese reto, porque asumí ese gran honor por la decisión libre y soberana de los ciudadanos de esta Comunidad Autónoma, estoy dispuesto a pilotar con la complicidad de todos, con su cooperación, con sus aportaciones, pero asumiendo que el modelo tiene olor, color y sabor, porque nace de un compromiso ideológico, se sustenta en una sociedad que cree en su futuro, y donde todos son necesarios, sólo los que se autoexcluyan serán responsables ante la ciudadanía de su error, porque para esa ilusionante andadura de enfrentar la crisis con sólidas ideas, basamentos recios y con las cartas de navegar bien marcadas todos están convocados. Los extremeños no nos quedaremos de brazos cruzados esperando la próxima crisis financiera, y estamos comprometidos a no soportar nunca más las desigualdades que las finanzas del mercado ha hecho prosperar, ni los peligros que ellas nos ha hecho correr a todos nosotros. Por eso, ¿para qué sirven los llamamientos a la transparencia o a la moralización? ¿Cómo podrían cambiar ni un ápice la situación a la que nos han llevado, y por lo tanto impedir que las mismas causas, de nuevo, puedan producir en el futuro los mismos efectos? Poner fin a ello significa intervenir en el corazón mismo del “juego”. Es decir cambiar radicalmente las estructuras porque entendemos que la libertad no es la que han tenido hasta ahora los poderes dominantes, personificados hasta ahora por las finanzas, para someter a la sociedad. Preferimos otra: la de los pueblos que quieren vivir y construir su futuro sin servidumbre a la rentabilidad financiera.



Excmo. Dr. Juan Francisco Duque Carrillo.

Rector de la Universidad de Extremadura.

Licenciado en Ciencias Físicas (Electrónica) por la Universidad de Sevilla y doctor por la UEx (1984), Duque está vinculado a la institución académica desde 1986 cuando ingresó en el cuerpo de Profesores Titulares. Desde 1994 es Catedrático de Universidad, actividad que compagina desde 1998 con la dirección del Departamento de Electrónica e Ingeniería Electromecánica. Desde el año 2002 es miembro del Consejo de Gobierno. Duque ha realizado varias estancias postdoctorales en Texas y Pennsylvania (EEUU), centrándose su línea de investigación en el diseño de circuitos integrados, electrónica para aplicaciones industriales, y procesamiento de imágenes, entre otros temas. Hasta la fecha este catedrático ha recibido numerosas distinciones: Premio de Doctorado (1986), Outstanding Author Award del Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE) (Atlanta, 1996), Premio de Investigación de Caja de Extremadura (1998) y Premio "Chip de Oro" de Onda Cero (2000). Además ha disfrutado de becas del Programa Científico de la OTAN (1986, 1987, 1995), entre otras. Actualmente es miembro de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora y Miembro Senior del IEEE, donde es editor de una de sus revistas: Transactions on Circuits and Systems.

"Prólogo"

Badajoz, noviembre de 2008.

La tenacidad y la constancia del profesor Ricardo Hernández Mogollón, Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Extremadura, así como el trabajo de los miembros de su equipo han conseguido que el Proyecto GEM Extremadura cumpla su primer lustro. Durante estos cinco años se le ha tomado el pulso a la economía extremeña y a la actividad emprendedora en nuestra región utilizando los mismos parámetros que en el resto de España, de Europa y del mundo. Por lo tanto, disponemos de información precisa y comparable que nos permite enfocar nuestra realidad y poder obtener las conclusiones necesarias para proyectar nuestro futuro.

La Universidad de Extremadura no podía permanecer ajena a esta iniciativa y participó desde el primer momento en el proyecto, implicándose tanto a nivel científico como institucional.

Atrás queda el Consejo Europeo de Lisboa del año 2000 en el que se fija el objetivo de hacer de Europa la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de generar un crecimiento económico sostenible, que ofrezca más y mejores puestos de trabajo y una mayor cohesión social. Como sostiene el profesor Tamames en el prólogo del Informe Ejecutivo GEM Extremadura 2007, ese objetivo se trazó para la década 2000/2010, concretándolo en un “programa plurianual de la empresa y el espíritu empresarial”. Visto el desafío en el espejo retrovisor, con la perspectiva de ocho años, podemos inferir que no se aprovecharon los años de bonanza económica que sucedieron a esa declaración de intenciones.

Todavía en el año 2006 la economía mundial había presentado un balance muy favorable que llegó a todas las áreas geográficas, registrándose un crecimiento medio superior al 5%. En la zona euro el crecimiento alcanzó a lo largo de este año el crecimiento más importante desde el año 2000, un 2,8%. Este hecho se debió a la creciente demanda interna que aportó 2,4 puntos. Curiosamente, en ese contexto el Fondo Monetario Internacional pronosticó un aumento del Producto Interior Bruto del 2,3% tanto para el año 2007 y 2008. La economía española no sólo no era ajena a esa bonanza sino que saldaba el ejercicio de 2006 con un crecimiento del PIB del 3,9%. Este crecimiento superior al registrado por el resto de los países de la Unión Europea nos permitía una convergencia real con aquellos socios europeos más desarrollados. Extremadura crecía ese año en un 3,5%.

Pocos podían pensar el cambio de escenario que se produciría unos meses después. Un cúmulo de acontecimientos que comienzan con la debacle de las hipotecas “subprime” en Estados Unidos, la quiebra de varios de las principales instituciones financieras de ese país, algunas con 150 años de historia y solvencia, casi tan antiguas como el propio país y símbolos del sueño americano, origina un efecto en cascada que acaba minando los cimientos del sistema económico mundial. La falta de liquidez, la crisis de confianza, la bajada de la demanda interna (motor del crecimiento en los últimos años en los países occidentales) diseñan un nuevo y desconocido escenario. La cumbre del G-20 celebrada recientemente en Washington, G-22 de hecho con la incorporación de España y Holanda, supone el inicio de un proceso de recuperación tan complicado como necesario.

En estos nuevos tiempos, que han llegado como la primavera de Machado, resulta más urgente y necesario que en aquellos años de bonanza del año 2000 apostar por la sociedad del conocimiento y la innovación. A nuevos tiempos nuevos remedios. Poner en valor algo —el conocimiento— que se ha ido acumulando durante años resulta ahora imprescindible. Si tenemos en cuenta que la mayoría de la investigación básica y una gran parte de la aplicada se hace en las universidades podremos entender el papel que las mismas están llamadas a jugar como motores del crecimiento y el desarrollo.

Esta proporción alcanza cotas mayores en nuestro país y rango casi de exclusividad en nuestra región.

La Universidad de Extremadura, consciente de su papel, ha apostado durante los últimos años por la estructuración del sistema de I+DT+I, la dinamización de estas actividades, la potenciación de la transferencia de los resultados de la investigación y el aumento de la visibilidad de la investigación que se lleva a cabo en nuestra institución. Para conseguir estos objetivos se han puesto en marcha la transformación de la antigua OTRI en el actual SGTRI, la catalogación de los grupos de investigación, la potenciación del Servicio de Apoyo a la Investigación y el Desarrollo Tecnológicos, la elaboración de Normativas sobre la protección de resultados de la investigación y sobre la creación de empresas de spin-off, entre otras muchas acciones. Consecuencia de estas medidas son el aumento de la capacidad competitiva de los grupos, que captan más recursos tanto de proyectos competitivos como de actividades realizadas a través de contratos con particulares, empresas públicas y privadas. Es digno de resaltar el espectacular incremento de los fondos captados mediante contratos de prestación de servicios, claro exponente del compromiso social de la UEx y de su implicación con la realidad en la que se encuentra inmersa.

De poco serviría ese esfuerzo si no se inculcase en los universitarios el espíritu emprendedor. Han sido muchos siglos despegados de la realidad económica y cambiar las mentalidades es el verdadero reto de cualquier avance. La Cátedras de Patrocinio permiten desarrollar un sinfín de actividades antes inexistentes, la realización de los Cursos de Valor Añadido que pretenden dotar a los estudiantes de habilidades otrora no consideradas son dos claros ejemplos del cambio de mentalidad y actitud que se está produciendo en la UEx. Estamos convencidos de que este es el mejor camino para contribuir al desarrollo de la sociedad extremeña y los resultados no se harán esperar.

En fin, felicito al Proyecto GEM Extremadura por su primer lustro consciente de lo necesario de la continuidad de su labor. Si el conocimiento y la cultura sirven para derribar tópicos y racionalizar la realidad, el trabajo y las conclusiones del GEM nos muestran que un escenario mejor no sólo es posible en nuestra región sino que además es deseable.



Dr. Jaime de Salas Ortueta.

Presidente de la Fundación Xavier de Salas.

Jaime de Salas nació y curso sus primeros estudios en Londres. Su bachillerato superior y sus estudios universitarios los realizó en Madrid, licenciándose en Filosofía y Ciencias Políticas. Preparó su tesis doctoral en París y a partir de 1974 está vinculado con la Facultad de Filosofía de la Universidad Complutense de Madrid. También ha sido becario del Consejo Superior de Investigaciones Científicas y ganó la oposición a Colaborador Científico en 1980. En 1981 consiguió la plaza de profesor titular de Metafísica y posteriormente en 1993 ganó la cátedra de filosofía en la misma universidad. Además de los dos años en París, ha trabajado en el Max Planck Instituto de historia de Göttingen. Fue colaborador de la Fundación José Ortega y Gasset, donde dirigió desde 1988 hasta 1995 un Seminario de estudios orteguianos así como la redacción del Boletín Orteguiano. Asimismo desde 1986 hasta el 2001 perteneció al Consejo de Redacción de la Revista de Occidente. Ha sido asesor de la Volkswagen Stiftung, de la Comisión Nacional para la Evaluación de la Actividad Investigadora, y del Plan Nacional de Investigación y Desarrollo. Asimismo ha representado España en 1995, 1996 y 1997 en la comisión evaluadora de los proyectos, del programa Kaledoscopio convocado por la Comunidad Europea. Ha publicado libros, traducciones y artículos en revistas especializadas sobre o de Leibniz, y Hume, además de trabajos sobre Spinoza, Bodino, Renan, Hegel, Pascal, Bergson, Proust, Simmel, Nietzsche, Sartre, Habermas, Rorty y Ortega. Asimismo escribe regularmente en las páginas culturales de ABC. Desde 1984 está vinculado con la Fundación Xavier de Salas de la que fue secretario y hoy es presidente. Dicha fundación situada en Trujillo (Cáceres) mantiene el Convento de la Coria, apoya varios programas académicos propios, colabora con otras instituciones académicas y culturales, y mantiene una biblioteca y un museo didáctico. (Para más información se puede consultar la página Web: www.fundacionxavierdesalas.com). Asimismo es miembro de los patronatos de la Fundación Gregorio Marañón y de la Fundación Hispanobritánica.

“Prólogo”

Trujillo, agosto de 2008.

Desde el principio la Fundación Xavier de Salas ha valorado mucho el contar con programas de investigación. En una primera etapa el proyecto De palabra y obra en el nuevo mundo que tuvo el apoyo de la Junta de Extremadura, fue una iniciativa por la que nuestra región se unió a la celebración del quinto aniversario del descubrimiento de América. Para nosotros, fue la definición de una orientación académica hacia Iberoamérica que nunca hemos abandonado. Además de mantener este programa aunque ahora con muchos menos recursos, contamos con un museo donde se relata la relación de Extremadura y América, con otro programa Músicas para el encuentro de dos mundos y actualmente estamos colaborando en un tercer programa con la fundación Aideca para el fomento de la artesanía en esa región.

Una segunda etapa comienza en 1999, el día que D. Ricardo Hernández Mogollón aceptó trabajar con la Fundación. Nos conocíamos de su tiempo como vicerrector de relaciones institucionales de la Universidad de Extremadura y habíamos siempre encontrado en él un apoyo firme para nuestra iniciativa de acercar las universidades con las que colaboramos más: la de Extremadura y las estadounidenses de Charleston y Nuevo Méjico. El programa que se inició entonces se denomina: Economía, Empresa y Futuro y dentro de esta actividad se encuadra el proyecto GEM que ahora cumple 5 años.

Quiero empezar con mis propias impresiones. Como profesor de filosofía, la experiencia académica del programa GEM ha constituido una experiencia absolutamente nueva. En el ámbito de las letras existen por supuesto equipos de investigación pero en realidad gran parte de la investigación se realiza sólo. Nos evalúan por sexenios de investigación a título individual. Los equipos se sobrepone a una carrera que se realiza fundamentalmente en la soledad del despacho. Ciertamente un buen seminario de investigación aporta a siempre mucho a quienes participan en él pero es por sobre añadidura a la tarea de formación individual.

En el caso del programa GEM lo fundamental es la voluntad de aplicar la misma metodología en regiones y en países distintos. Es un gran trabajo de colaboración que enmarca a más de 40 sociedades y que refleja a su manera la realidad de una economía globalizada. Dicha globalización ya no es la de los flujos comerciales y financieros sino concierne la forma de entender el trabajo. Aunque aparezcan diferencias entre regiones y estados, estas diferencias son cuantificables, permiten comparaciones y pueden dar lugar a experiencias válidas para todos.

Por ello la comunicación de los distintos equipos es fundamental. Son muy importantes las reuniones anuales a nivel nacional y también a nivel internacional. La coordinación del Instituto Empresa se añade a las reuniones internacionales. A ello se debe añadir la formidable flexibilidad de un colectivo que puede corregirse o introducir innovaciones en su metodología según exijan las circunstancias.

GEM en su corta trayectoria nos recuerda que la ciencia nunca llega a su fin sino que constantemente tiene la oportunidad de mejorar sus métodos e incluso, de revisar sus mismos supuestos. La facilidad con que esto se realiza contrasta con el ritmo anquilosado de las instituciones académicas y de la burocracia estatal. Desde el punto de vista de la organización del trabajo, el proyecto GEM constituye algo realmente extraordinario.

Pero también debemos recalcar la importancia de las aportaciones del Consejo GEM de Extremadura. Están integrados en él veinte instituciones que con sus aportaciones y con su consejo aseguran la continuidad del trabajo año a año. No es un programa que depende de una sola institución como ocurre en otras partes, sino refleja la voluntad de una comunidad empresarial de integrarse en un proyecto de este calibre. Dentro del Consejo merece especial agradecimiento quien fue su primer presidente D. Carlos Arce de cuyo consejo generoso nos hemos beneficiado.

Para entender esto, tenemos que pensar que la distinción entre humanidades y ciencias no es suficiente. Hay disciplinas que no encuadran en dichas categorías: La medicina, las ingenierías, el derecho, y la economía. Destacan por el hecho de que la aplicación del saber es fundamental. Por supuesto, buscan la transmisión de conocimientos, o la preparación de docentes e investigadores pero, lo fundamental es la acción regulada sobre la realidad.

Dentro de este grupo, se puede observar diferencias. Las ingenierías y la medicina propenden a las ciencias y a los laboratorios mientras que el derecho y la economía se encuentran más cercanas a las humanidades. En estos últimos, se puede también observar en el caso de la economía, y sobre todo de la economía de empresa, la existencia de un interlocutor especial, la clase empresarial para la cual la calidad de la formación es importantísima.

Por ello, el Consejo GEM es un caso de relación directa entre la comunidad académica y las empresas. La decisión de apoyar el programa GEM refleja no sólo el crédito con el que D. Ricardo Hernández Mogollón mercedamente cuenta, sino una profunda necesidad de elevar el nivel de información y de formación con que cuentan las empresas.

En la colaboración que permite el proyecto GEM hay una idea de fondo que compartimos todos. No es bastante que las instituciones culturales y académicas extremeñas estudien y ayuden a conservar el pasado histórico y cultural. Extremadura, por supuesto, necesita esa aportación pero por sí sola es insuficiente. Además, dentro de nuestras posibilidades, hemos de contribuir a la modernización de la sociedad extremeña. La conservación del pasado requiere cultura, es decir, formación y medios. El turismo ha hecho una

contribución importante porque además de ingresos, significa un reconocimiento de nuestra región. Pero no es bastante. Además es importante que Extremadura se convierta en interlocutor económico, desarrolle de su PIB, y en última instancia, destaque por la productividad y la calidad de sus empresas.

Sólo en el contexto una sociedad moderna con el tejido económico correspondiente, es factible dilatar la memoria de los hombres y llevar a cabo políticas que son, de suyo, costosísimas. Y para lograr este nivel económico hace falta una cultura empresarial efectiva en la práctica cotidiana. Se trata de una cultura que practica las siguientes virtudes: el amor la obra bien hecha, la formación renovada, el legítimo orgullo por lo logrado, la esperanza de que la empresa familiar se mantenga a lo largo de generaciones, la responsabilidad en la asunción de cometidos, la voluntad de aprender, la atención a la eficacia, la disposición a tomar riesgos calculados, la palabra en los tratos, y el hábito del trabajo día a día. Esos son los valores que implica la actividad empresarial y si no se tiene esa cultura se está viviendo de prestado.

Hace una generación la práctica de estas virtudes sólo salvo casos excepcionales, eran un ideal. Hoy es factible con la consolidación del gobierno regional, el desarrollo de los centros urbanos, la creación de una clase media, y la gran aportación que la Universidad de Extremadura hace a la región formando cada año cerca de 5 mil licenciados. Pero todavía hay demasiado poco de esta cultura. Las personas piensan más en la seguridad que comporta encontrar empleo con el estado. Ha avanzado más el nivel de vida que la cultura real, cuando ninguna región puede permitirse no apoyar a una cultura empresarial.

Estos valores inspiran el conjunto de las actividades del programa Economía, Empresa y Futuro, y por tanto del proyecto GEM. Nos han orientado en una empresa que D. Ricardo ha sabido idear y llevar a cabo a través de un sinnúmero de gestiones. Justifican la implicación de la Universidad de Extremadura, la Fundación Xavier de Salas y las empresas e instituciones que componen el Consejo GEM de Extremadura. Por mi parte, recuerdo los kilómetros que he recorrido para firmar convenios con alrededor de 25 instituciones y que me hicieron ver nuestra región de otra manera. No fueron más que una fracción del tiempo y esfuerzo que el director del programa ha empleado en conseguir un resultado brillante, incluso dentro de la misma experiencia internacional del Proyecto GEM.

El programa GEM implica la colaboración de la Universidad de Extremadura con la Fundación Xavier de Salas; la de la comunidad empresarial y otras instituciones de primer rango regional con la comunidad académica; la integración del conjunto en un esfuerzo nacional coordinado por el Instituto Empresa; y éste no es sino parte de un movimiento internacional de primer orden. Para eso está el Convento de la Coria. Con orgullo y agradecimiento celebramos a D. Ricardo Hernández Mogollón y a su equipo en el quinto aniversario del Proyecto GEM Extremadura.



D. Ignacio de la Vega García Pastor.

Director del Proyecto GEM España.

Formación Académica

Master en Relaciones Internacionales, The Fletcher School of Law and Diplomacy, USA. Licenciado en Derecho, Premio Extraordinario, Universidad Complutense de Madrid, España. EECPCCL, Harvard Business School, Harvard University, USA. Programme of Instruction for Lawyers, Harvard Law School, USA. International Teachers Programme, Harvard Business School. Corporate Entrepreneurship Programme, Babson College, USA.

Experiencia Académica

Profesor de Creación de Empresas y Dirección Estratégica, Instituto de Empresa, 1989 –actualmente. Profesor visitante en universidades y Escuelas de Negocios en Europa, Asia y América Latina. Director de Desarrollo Estratégico, Instituto de Empresa, 1998 –actualmente. Director y Fundador, Director del Centro Internacional de Creación de Empresas, Instituto de Empresa, 1998 –actualmente. Director, Área de Creación de Empresas, 1998-2003. Director de Desarrollo Internacional y Profesor de Creación de Empresas y Estrategia, Instituto de Empresa, 1989-1994. Asistente de Investigación, Universidad Complutense de Madrid, España, 1982-1985.

Experiencia Corporativa

Empresario e Inversor. Consultor y Consejero Independiente. Director y CEO, Instituto Madrileño de Desarrollo, Madrid, España, 1998. Gerente, Instituto Madrileño de Desarrollo, Madrid, España, 1995. Director de Nuevos Productos, Departamento de Nuevos Proyectos y Desarrollo, Grupo SIGLA, SA, Madrid, España, 1987-1989. Director General de Comercio, Consumo y Promoción exterior, Consejería de Economía y Empleo, Comunidad Autónoma de Madrid, España, 1996-1998. Abogado en Prácticas, División Legal y de Personal, Banco Central, Madrid, España, 1985-1986. Investigador, Departamento Legal de la Subsidiaria de Vulkan Española, Madrid, España, 1983.

“Prólogo”

Madrid, noviembre de 2008.

Querido lector, como Director del Proyecto GEM España (Global Entrepreneurship Monitor) y Director del Centro Internacional de Gestión Emprendedora del IE Business School, es para mí un placer ofrecer estas líneas como modesto homenaje al Equipo GEM de Extremadura, quien en esta obra, y bajo la dirección de mi amigo y Catedrático Ricardo Hernández, celebran sus 5 años de pertenencia a este ambicioso proyecto de investigación y fomento de la actividad emprendedora en Extremadura y en España por extensión. Mi felicitación, por supuesto se debe hacer extensiva al gran equipo de la Universidad de Extremadura que ha acompañado en este recorrido al Dr. Hernández, Dr. Juan Carlos Díaz Casero, María de la Cruz Sánchez y María Victoria Postigo y por supuesto al enorme elenco de empresas e instituciones colaboradoras del equipo extremeño y cuyo número hacen inviable que pueda aquí recoger a todas ellas como sin duda se merecen. Finalmente, en el capítulo de reconocimientos, uno importante para la Junta de Extremadura, cuyos Presidentes se han involucrado de manera sucesiva en el proyecto, han participado con entusiasmo en las presentaciones extremeñas, han utilizado los datos GEM en la estadística oficial y han entendido la extraordinaria importancia del fomento de la creación de empresas desde el ámbito de lo público para equilibrar e impulsar las economías regionales.

El Informe GEM, (Global Entrepreneurship Monitor) ve la luz a nivel España por primera vez el año 2000, elaborado por un magnífico equipo de investigadores y colaboradores que tengo el honor de dirigir desde el IE Business School. De esta manera, GEM España pasa a formar parte de un Proyecto Global iniciado en el año 1999 y al que se han asociado ya más de 60 equipos representando a ese número de países en toda la geografía mundial. Esta diversidad geográfica, la permanencia continua en el proyecto de tanto países, y la utilización de una exacta metodología de análisis es uno de los principales méritos del informe GEM y nos permite un profundo análisis del fenómeno emprendedor, una comparación en los distintos escenarios en los que se mide la misma y gradualmente contar con una profunda base histórica que nos permite comprender la respuesta del emprendimiento a diferentes entornos macroeconómicos.

El IE Business School, una de las principales Escuelas de Negocios a nivel mundial, con un acusado enfoque estratégico en el impulso y la observación del fenómeno emprendedor en sus aulas, y en la comunidad de negocios internacional, comprendió desde el momento inicial la importancia y el potencial de la metodología GEM para certificar algo que los estudiosos del fenómeno comprendíamos de una manera menos empírica: la relación directa entre actividad emprendedora y potencial de crecimiento en nuestras sociedades, esto es lo que está en el corazón de la Total Entrepreneurial Activity (TEA), uno de los principales indicadores que mide el GEM. Con estos mimbres vio la luz en el año 2000 el primer Informe GEM España bajo la elaboración y dirección del

IE Business School. Los años 2000, 2001 y 2002 vivieron una progresiva asimilación de la metodología GEM por parte de sus autores, una mejora continua del proceso estadístico, una creciente comunicación del proyecto a sus diferentes stakeholders a nivel nacional, y de manera muy meditada, una preparación de un Manual de Operaciones para preparar las bases del crecimiento del proyecto a nivel nacional bajo un lema que desde siempre ha impregnado nuestra forma de entender la comunidad académica: sumar y compartir.

En el año 2003, el equipo GEM España. Hasta entonces únicamente constituido por el IE Business School, en colaboración a nivel global con otras Escuelas de Negocios líderes en el campo del Entrepreneurship como la London Business School en el Reino Unido, o Babson College en Estados Unidos, estaba listo para crecer. Nuestra base muestral y de entrevistas a expertos, fuentes metodológicas principales y no únicas del Informe habían crecido y nuestro Manual de Operaciones estaba listo. GEM España siguió el modelo GEM Global para el crecimiento en nuestro país, sobre la base de que el fenómeno emprendedor en nuestro territorio tenía muchas características comunes, pero también muchos hechos diferenciales en función del territorio.

En el año 2003 se creó el Proyecto REM (Regional Entrepreneurship Monitor) para extender nuestro modelo a las Comunidades Autónomas (más tarde a las ciudades) españolas. Fueron tres las regiones seleccionadas para empezar a rodar el modelo regional, Extremadura, Cataluña y Andalucía, tres Comunidades con evidentes diferencias regionales y modelos de desarrollo para comenzar, tres equipos regionales que desde su incorporación han hecho posible la extensión total del modelo regional y el crecimiento cualitativo y cuantitativo del GEM España que nos ha posicionado como uno de los países líderes en la Comunidad GEM internacional. Además de felicitar al equipo extremeño, como he hecho al principio de este testimonio, aprovecho para expresar mi felicitación y agradecimiento a los otros dos pioneros, Cataluña y Andalucía.

Para terminar éste breve recorrido histórico, a partir del año 2003, GEM España ha ido añadiendo otros socios en el territorio nacional lo que nos ha permitido cerrar el mapa y ampliar hasta casi 40.000 la muestra anual del Informe GEM, además de multiplicar los expertos consultados cada año, generando un trabajo de difícil réplica en cuanto a su profundidad, calidad muestral y rigor académico. En este proyecto de crecimiento, ha sido imprescindible la labor del Director del GEM extremeño, Ricardo Hernandez en su labor de coordinador regional del proyecto, aunando los intereses de tanta y tantas Universidades, Administraciones y Empresas colaboradoras representadas hoy en número superior a la centena en el mapa GEM y configurados en 18 equipos regionales y metropolitanos.

Como antes señalaba y para ir finalizando, el alcance global del Observatorio GEM nos ha permitido gracias a su permanencia en el tiempo, además de la comparación entre diferentes modelos y sistemas económicos, obtener datos de una serie histórica que nos va permitiendo predecir el comportamiento de la actividad emprendedora en diferentes ciclos de actividad

económica y del entorno en general, algo sin duda especialmente valioso en momentos como los actuales en los que el cambio de ciclo económico es ya más una desgraciada certeza que una posibilidad. Permítanme que desde estas páginas reitere a los responsables de la gestión de lo público la importancia estratégica que tiene el invertir en el conocimiento del fenómeno emprendedor y en el crecimiento de la PYME española, auténticos viveros de empleo, innovación y riqueza colectiva. Máxime en entornos macro caracterizados por la incertidumbre, la restricción de instrumentos financieros, la destrucción de empleo y falta de confianza en los mercados. Es el momento más crítico en las últimas décadas para definitivamente diseñar políticas serias y comprometidas con el impulso de la actividad de esos varios millones de potenciales emprendedores con los que cuenta nuestra sociedad. Desde el GEM ofrecemos una plataforma única de conocimiento y análisis de esta actividad que debería ser destinataria de un auténtico “rescate social”, desde la academia, la administración, los medios de comunicación, las entidades financieras y la sociedad en su conjunto.

Para terminar me gustaría recordar a nuestro amable lector que el Proyecto GEM celebra también en 2008 diez años de vida. Diez años en los que GEM se ha convertido en referente indiscutible a la hora de analizar el comportamiento emprendedor y su impacto en el crecimiento económico en su más amplia acepción.

Finalizo como comencé, gracias GEM Extremadura, enhorabuena por el magnífico trabajo al Dr. Hernández, gracias Fundación Xavier de Salas por creer en el proyecto desde el inicio y Feliz Lustró GEM!!

INTRODUCCIÓN

Introducción del Dr. Ricardo Hernández, Director del Proyecto GEM Extremadura

Este libro es un proyecto colaborativo y abierto, pues estamos convencidos de que el impulso de la actividad emprendedora necesita el esfuerzo y el consenso de todos,...personas, de dentro y de fuera de la región, y, sobretudo, desde diferentes ámbitos: la literatura, la poesía, la universidad, el mundo clásico, el periodismo, la geografía, el mundo fundacional, el derecho, la empresa, la industria, la consultoría, la enología, etc. Sin duda contribuciones que aportan valor a este libro y a este proyecto. A todos ellos, vaya por delante nuestro agradecimiento.

Como dice el crítico y poeta, Santos Domínguez, más que los fríos datos estadísticos o los gráficos explícitos, la actividad cultural de una región o un país constituye un indicador elocuente del tejido social, el reflejo de la realidad en la que se produce y del entorno al que se dirige. Y la historia, y el periodismo, y la ciencia, y los clásicos, y los empresarios, y la política, y la sociedad civil, y los directivos tienen mucho que ver con esto. Por eso hemos acudido a personas relevantes de estos campos, pidiendo su visión sobre la Actividad Emprendedora, alrededor de algunas preguntas que nos hemos hecho y que constituyen el eje de este libro.

El objetivo principal del Proyecto GEM es simple: generar conocimiento de la realidad emprendedora para ayudar a transformar esa realidad. Para ello, emplea una metodología científica y una base comparativa y anual de la actividad emprendedora de países, regiones y ciudades. Otro objetivo es trabajar para el reconocimiento de los empresarios por parte de la sociedad. El clima general de la sociedad debería persuadir a las personas a considerar atractiva la opción de crear su propia empresa y a reconocer que las PYME contribuyen sustancialmente a la creación de empleo y a la prosperidad económica. En esto, existe plena coincidencia entre GEM y la SBA (Small Business Act) de la Comisión Europea. Por tanto, como contribución clave para disponer de un marco favorable a las PYME, deberá cambiar la percepción del papel de los empresarios y de la asunción de riesgos: los líderes políticos y los medios de comunicación deberán aplaudir el espíritu empresarial y la voluntad asociada de asumir riesgos, y las administraciones deberán prestarles su apoyo. GEM coadyuva en esta dirección.

En Extremadura, empezamos en el año 2001¹, generando el primer Informe GEM Extremadura en el año 2004, referido al año 2003. En el año 2008, presentamos el Informe GEM 2007. Cinco años de investigación en el Contexto GEM, sobre el fenómeno emprendedor en Extremadura, y casi nueve desde el inicio de las primeras gestiones para pertenecer al Equipo GEM², bien merecían una reflexión sobre el camino recorrido y sobre las medidas realizadas, así como una observación de las tendencias que se constatan a lo

¹ Como se detalla en el apartado "Panorámica del Proyecto GEM-Extremadura".

² Se cumplen 10 años desde el inicio del Informe GEM mundial.

largo de este período. Para ello, hemos contado con expertos en diversos campos, que nos acompañan en este libro.

Como en toda la actividad que realizamos en el Proyecto GEM Extremadura, lo que pretendemos con este volumen es ser útil a toda la sociedad extremeña, en pos de un futuro más próspero y mejor.

Sin embargo, hemos querido dejar claro el porqué surge el proyecto, sus objetivos y contenidos, para facilitar al lector interesado en estos temas, un conocimiento del mismo, aportando citas que puedan enriquecer su curiosidad científica.

Seis preguntas, que nos hemos hecho y que intentamos contestar, a lo largo de las siguientes páginas:

- 1.- *¿Qué* actividad emprendedora se ha desarrollado en Extremadura durante estos últimos cinco años? ¿Ha sido similar a la del resto de España, de Europa, o de los países que han participado en el estudio?
- 2.- *¿Quién* ha llevado a cabo la actividad emprendedora? ¿Quiénes han sido los empresarios, los innovadores, los extremeños emprendedores? ¿Han sido hombres o mujeres?, ¿Qué niveles de formación o de ingresos tenían en el momento de iniciar su empresa? ¿Se han concentrado más en unas zonas que en otras? ¿Son inmigrantes? ...
3. *¿Cómo* se ha llevado adelante la actividad emprendedora? En solitario o con socios, la financiación, el sector económico, la innovación y la exportación, la creación de puestos de trabajo.
4. *¿Por qué* se crean las empresas? ¿Cómo superan los miedos los emprendedores? ¿Con qué formación acometen la puesta en marcha de sus nuevas empresas?
5. *¿Dónde?* En qué contexto, se crean las empresas.
6. *¿Hacia dónde* va la actividad emprendedora en Extremadura?

Sabemos que las preguntas que nos formulamos son muchas, variadas y complejas. La investigación científica se va acercando a algunas de las repuestas, pero no a todas.

Números e ideas. Lo primero las personas, siempre. Las respuestas que aportamos en este libro no vienen sólo desde el análisis de los datos, transformados en información, de los cinco años estudiados de la actividad emprendedora en Extremadura (2003-2007). Estas respuestas tienen diferentes autores, de diversos campos del conocimiento: desde la poesía hasta la industria, desde estudiosos de los clásicos hasta el periodismo.

Así, hemos contactado con personas relevantes a los que se les pidió su colaboración, sugiriendo la pregunta a la que debían orientar su escrito, nada más.

Extremeños que viven en Extremadura (Santos Domínguez, Antonio Ventura Díaz, Carlos Arce, César Chaparro, José Julián Barriga, Eustaquio Sánchez Salor,...), o que viven fuera de Extremadura (Juan José Barriga, Antonio Sáez de Miera, Vicente Sánchez-Cano, Isabel Mijares,...). También, contamos con personas no nacidas en Extremadura pero que ejercen de extremeños por todo el mundo (Diego Hidalgo, Dolores Serrano).

Una nota en común subyace en todas las personas y empresas u organizaciones que aparecen en este libro: su decidido compromiso con Extremadura.

Sin entrar en análisis de cifras, como haremos más adelante, sí podemos destacar algunas cuestiones, unas de carácter positivo y otras no tanto:

- La TEA media entre 2003 y 2007 de Extremadura es la más alta de las comunidades autónomas españolas estudiadas (diez), por encima de zonas tradicionalmente emprendedoras como Cataluña, Madrid o la Comunidad Valenciana.
- Es más emprendedora la Extremadura rural que la urbana.
- Las nuevas iniciativas empresariales crean poco empleo y esperan crear poco en los próximos años.
- Pocas iniciativas de alto potencial de crecimiento (empresas gacela).

Contribuciones-prólogos de los Informes GEM Extremadura

D. Juan Carlos Rodríguez Ibarra.

Ex –Presidente Junta de Extremadura.

Presidente de la Junta de Extremadura, Diputado de la Asamblea Autonómica por Badajoz, Secretario General del PSOE de Extremadura y Profesor Universitario, nació en Mérida (Badajoz) el 19 de enero de 1948. Está casado y tiene una hija. Tras estudiar el Bachillerato en los Salesianos de Mérida, cursó los estudios de Magisterio en Badajoz, y en 1969 ganó las oposiciones para maestro nacional, pidiendo la excedencia para estudiar en Sevilla. Estudió la carrera de Filosofía y Letras en la Universidad de Sevilla, en la que se licenció en Filología Moderna. Posteriormente, durante un año, fue lector de español en el Lycée Clémenceau, de Nantes, Francia. Es profesor titular de Escuela Universitaria de la Facultad de Educación de la Universidad de Extremadura. El 20 de diciembre de 1982 fue elegido Presidente de la Junta Regional de Extremadura aprobándose bajo su mandato el 25 de febrero de 1983 el Estatuto de Autonomía para Extremadura. El 26 de mayo de 1983 dimitió de su escaño del Congreso de los Diputados. Días antes, el 8 de mayo, concurrió como candidato por la provincia de Badajoz al Primer Parlamento Autónomo de Extremadura, en el que el partido socialista consiguió mayoría absoluta, siendo elegido primer Presidente de la Junta de Extremadura el 8 de junio del mismo año. Rodríguez Ibarra ha realizado en muchas ocasiones manifestaciones en las que reivindica una mayor solidaridad entre las distintas Comunidades Autónomas que conforman España, de manera que se financie más a quien menos tiene, como es el caso extremeño. El 3 de julio de 1992 en la Asamblea General de las Regiones de Europa, celebrada en Santiago, fue elegido miembro del Buró de dicha Asamblea. El 9 de mayo de 1998, la Asamblea de Socios de la Unión Extremeña de Sant Boi de Llobregat decidió, por unanimidad, otorgarle el galardón "Buena Gente", como reconocimiento a su esfuerzo y tesón por hacer progresar a la Comunidad Autónoma de Extremadura. El 22 de octubre de 2001 recibe la máxima distinción de la Asociación de Jueces y Magistrados "Francisco de Vitoria", en el transcurso de la VXI Asamblea Nacional de dicha asociación celebrada en Cáceres. Durante la visita del Presidente de la República Portuguesa, Dr. Jorge Sampaio, a Extremadura, realizada el 5 de noviembre de 2002, fue condecorado con la Gran Cruz de la Orden del Infante D. Henrique, máxima distinción que Portugal concede a personalidades extranjeras. El 23 de junio de 2003 es investido por sexta vez como Presidente de la Junta de Extremadura, tras los resultados de las Elecciones Autonómicas del 25 de mayo. El 16 de septiembre de 2003 la Universidad Nacional de

Córdoba de la República de Argentina le otorga el Título de Doctor Honoris Causa. El 29 de junio de 2007 abandona la Presidencia de la Junta de Extremadura tras 24 años de gobierno, al haber renunciado a presentarse como candidato a las elecciones autonómicas. En julio de 2007 solicita su incorporación a las labores docentes de la Universidad de Extremadura, de donde procedía, en el Área de Lengua Española, del Departamento de Filología Hispánica y Lingüística General, impartiendo sus clases en la Facultad de Educación de la UEX en Badajoz, en la asignatura de libre elección "Análisis del Discurso Periodístico". En Marzo de 2008 fue nombrado Académico de la Academia Europea de Yuste, tomando posesión ante sus Majestades los Reyes de España en el acto celebrado en el Monasterio de Yuste el día 18 de junio de 2008, ocupando el Sillón "Manuel Godoy". Fue galardonado con la máxima distinción concedida por la Comunidad Autónoma extremeña con la Medalla de Extremadura por Decreto 82/2008, de 9 de mayo, en base a sus méritos y servicios prestados a la Región. El 18 de julio de 2008 anuncia su decisión de no presentarse a la reelección como Secretario General Regional del PSOE de Extremadura en el seno del 10º. Congreso Regional celebrado en Badajoz. El 22 de enero de 2009, fue designado para co-presidir la Comisión de la puesta en marcha de las Celebraciones, que se desarrollarán en el año 2010, con motivo del XXV Aniversario de la entrada de España y Portugal en la Comunidad Económica Europea, por acuerdo de la XXIV. Cumbre de los gobiernos de España y Portugal, celebrada en Zamora.

"Prólogo Informe GEM Extremadura 2005"

Mérida, julio de 2006.

La economía y el empleo han funcionado bien en Extremadura durante 2005. Son muchos los indicadores que acreditan tanto lo sostenido de nuestra tendencia a la convergencia con España y la UE en producción y renta, como la capacidad del mercado laboral regional, no ya para generar empleo, sino para disminuir el paro. Así, durante el año pasado la renta extremeña por habitante se acercó más de 5 puntos a la media de la UE (excluidos los países de la última ampliación), alcanzando el 81,5% de la misma, situándose por encima de la de Murcia (74%) y Andalucía (73%) y acercándose a la de Asturias (82%) y Galicia (86%), a las que recortó 4 y 3 puntos respectivamente. A su vez, el PIB de Extremadura creció un 3,8% en 2005, una tasa de crecimiento cuatro décimas superior a la registrada por España, que sitúa a nuestra región en el segundo lugar en el ranking de crecimiento por Comunidades Autónomas.

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

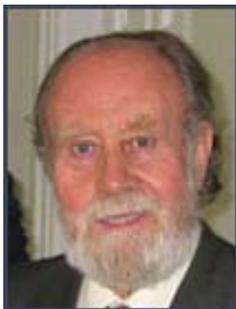
contabilizaron 11.582 afiliados más a la Seguridad Social. Son varias las razones que pueden aducirse para explicar estas cifras, pero entre ellas hay una que ningún análisis serio de la evolución de nuestra economía debe desatender: la creciente idoneidad de Extremadura como lugar para el surgimiento y el éxito de nuevos proyectos empresariales. En este sentido apuntan los diversos indicadores que, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo, toman el pulso a la actividad empresarial. El primero es el incremento del número de empresas: En el último quinquenio se han creado cerca de 14.000 nuevas empresas en Extremadura —unas 2.800 empresas al año, por término medio—, habiendo crecido el número de empresas en nuestra región en estos cinco años un 28%, frente al 18% de la media nacional. Y si fijamos la vista en el año pasado, vemos que Extremadura ha incrementado en 6.330 su número de empresas respecto al 2004, lo que representa un crecimiento del 11% frente al 4% experimentado en el conjunto de España.

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

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

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

Pocas ocasiones son tan adecuadas para destacar la labor de los emprendedores que, año tras año, vienen haciendo posibles estos brillantes resultados, como la que me brindan estas palabras preliminares a la última edición de un estudio dedicado a medir esta eclosión de la capacidad emprendedora en nuestra región, a describir los perfiles de sus protagonistas, a investigar las causas que la impulsan u obstaculizan y a sugerir medidas que ayuden a todos los agentes implicados a mejorar el entorno en que se gestan las nuevas iniciativas empresariales. Un espacio en el que no puede faltar el reconocimiento a los responsables del Proyecto GEM Extremadura por el rigor de un trabajo cuya conclusión más importante —el liderazgo emprendedor de nuestra región— ayuda a dibujar una imagen más justa de la Extremadura de hoy, y refuerza la confianza de quienes nunca hemos dudado de su potencial.

**D. Carlos Güell de Sentmenat.*****Presidente de AEDME.***

El año 1986 participa muy activamente en la constitución de la Fundación Círculo de Economía, de la que es su primer Presidente. Desde la Fundación respalda muy activamente la constitución de la primera Universidad privada de Cataluña, la Universidad Ramón Llull. Es miembro de la del Orden de Mérito Constitucional desde diciembre de 1988. Es el principal promotor del proceso de modernización del Círculo Ecuéstre de Barcelona del cual fue Presidente desde marzo de 1991 a diciembre de 2002. Actualmente es Presidente de Honor.

También, en el año 1990, fue nombrado Presidente de la Fundación Güell. En mayo de 1994 le fue concedida la "Creu de Sant Jordi de la Generalitat de Catalunya". Vicepresidente de Asland, S.A. de 1994 a 2000 y desde 2001 es Vicepresidente de Honor de Lafarge Asland, S.A. Desde 1995, es Presidente de la Asociación Española para el Desarrollo del Mecenazgo Empresarial (AEDME). Desde el año 1995 es miembro Honorífico de la Real Academia de Bellas Artes de Sant Jordi. En marzo de 1996 es elegido Presidente del Consejo de Usuarios del Transporte Marítimo de Cataluña y miembro del Consejo de Administración de la Autoridad Portuaria de Barcelona desde 1997. Presidente del Consejo Español de Usuarios del Transporte Marítimo de 1997 a 2006. Le fue entregado el galardón "La Llave de Barcelona" en noviembre de 1999. Actualmente es Presidente y fundador de las compañías M&A. Fusiones y Adquisiciones y de Güell-Alberich. Fundador y Administrador de la Sociedad Montcel, propietaria y explotadora del restaurante de Barcelona "La Balsa". Miembro del Patronato del Museo Marítimo de Barcelona. 2005. Vicepresidente del Puerto de Barcelona. 2006.

“Prólogo Informe GEM Extremadura 2006”

Barcelona, mayo de 2007.

Mi relación con la Fundación Xavier de Salas es reciente, pero llena de encuentros positivos y de coincidencias inesperadas.

La Asociación Española para el Desarrollo del Mecenazgo Empresarial (AEDME), entidad con sede en Barcelona, que presido desde su fundación, otorga anualmente, después de una rigurosa selección y análisis, premios en diversas categorías.

En esta ocasión, año 2006, se trataba de los “XVI Premios al Patrocinio y Mecenazgo Empresarial en el marco de la Responsabilidad social corporativa”. En su categoría de Cultura el ganador fue la Fundación Xavier de Salas en competencia con otros finalistas de gran nivel. El Jurado quedó altamente impresionado de la labor desarrollada por la Fundación en sus diversas actividades y muy especialmente en la defensa, revalorización y difusión del patrimonio cultural de Trujillo.

El día de la entrega de Premios, el doce de Diciembre del 2006, en el solemne “Salón Dorado” de la Llotja, Sede de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona, conocí al presidente de la Fundación, Jaime de Salas y a su director Ricardo Hernández. La emotividad de las circunstancias y la sintonía personal que se estableció desde el primer momento hizo que pronto se crease un clima de mutua confianza y simpatía. A partir de ahí, tuvieron la deferencia de invitarme a participar, como conferenciante, en el “V Consejo GEM de Extremadura” que se celebró el 12 de Abril del 2007 en el Convento de la Coria, sede de la Fundación Xavier de Salas, en Trujillo. El título de la conferencia fue “El mecenazgo empresarial, una experiencia personal”.

El encuentro fue para mí extraordinariamente grato e interesante. Se produjo sin duda, una profunda coincidencia de planteamientos e ideas. Me sentí desde el primer momento como en casa. El coloquio posterior sobre temas diversos, ahondó aún más la mutua comprensión.

Me piden hoy que redacte unas líneas como “Prólogo” del “Informe GEM Extremadura 2006”, petición que acepto gustosamente por considerarlo un inmerecido honor.

A lo largo de mi vida, en las distintas asociaciones de las que he formado parte, he defendido siempre con plena convicción algunas ideas básicas que a mi juicio son fundamentales para la creación de riqueza y en consecuencia para el progreso y el bienestar de los ciudadanos.

- La economía social de mercado, como sistema que defiende la libertad, estimula la iniciativa privada y consigue una máxima eficacia y competitividad.
- El importante papel del Estado y sus diversas Administraciones, creando las condiciones más favorables para el impulso de la iniciativa empresarial y la igualdad de oportunidades.
- La decisiva importancia del sistema educativo desde la 1ª Enseñanza en la formación de personas capaces de desarrollar todas sus potencialidades.

- El estrecho contacto y colaboración entre Universidad y Empresa.
- La extensión del prestigio e importancia de la función empresarial como motor de la economía y del bienestar.

A lo largo de todo el Informe GEM Extremadura 2006, que he leído con sumo interés, he podido constatar una gran identificación con estas ideas fundamentales.

Considero extraordinariamente importante para el futuro de Extremadura, la proliferación de núcleos de opinión que defiendan, impulsen y estimulen la creación empresarial. Estoy seguro que los resultados serán óptimos.

La capacidad de crecimiento de Extremadura es enorme, las condiciones objetivas existen, la situación geográfica es idónea, es cuestión de persistir en la tarea y conseguir que acabe calando definitivamente en el conjunto de la sociedad. He podido comprobar que el grupo promotor del Informe está en ello con decisión, compromiso de continuidad y los mejores apoyos y colaboraciones.

En el análisis que se hace sobre la motivación para crear empresas yo añadiría la vocación. Ello requiere un ambiente adecuado, que empiece en la familia y continúa en las distintas fases de la formación educativa. Requiere también una apuesta por el esfuerzo y el riesgo, es decir una formación humana y técnica para la dura tarea empresarial.

En el mundo de la empresa, no siempre las buenas ideas alcanzan el éxito esperado, es necesario además, trabajo, tenacidad y la inteligente búsqueda de colaboradores y complicidades adecuadas.

En todo caso Informes como el GEM Extremadura 2006 y su continuidad suponen una firme y comprometida base para la prosperidad de Extremadura.



Dr. Ramón Tamames Gómez.

Catedrático de Estructura Económica.

Nació en Madrid, el 1 de noviembre de 1933. Los estudios secundarios los hizo en el Liceo Francés de Madrid, y los universitarios los cursó en las Facultades de Derecho, y de Ciencias Económicas, de la Universidad de Madrid, ampliando sus conocimientos en el Instituto de Estudios Políticos y en la *London School of Economics*. Técnico Comercial y Economista del Estado desde 1957, por oposición (en excedencia voluntaria desde 1969), es Catedrático de Estructura Económica desde 1968; primero en la Facultad de Málaga, y desde 1975 de la Universidad Autónoma de Madrid. En marzo de 1992 fue designado Catedrático Jean Monnet por la Comunidad Europea. Autor de libros de Economía, Ecología, Historia y Política, cabe citar entre los de mayor difusión: "Estructura Económica de España", ya con veinticuatro ediciones; "Estructura Económica Internacional", ampliamente difundido en los países hispanohablantes de América; "La República. La Era de Franco", volumen VII de la Historia de España dirigida por Miguel Artola; "Ecología y Desarrollo Sostenible. La polémica sobre los límites al crecimiento". En 1988 publicó un "Diccionario de Economía", reconvertido en 1994 a "Diccionario de Economía y Finanzas" (coautor, Santiago Gallego), ya en 11ª edición revisada y ampliada. En 1993 recibió el X Premio Espasa de Ensayo por su libro "La España Alternativa". Las publicaciones más recientes son: "Los transgénicos. Conózcalos a fondo" (2002), "Globalización y Ecoparadigma" (2003) y "El siglo de China. De Mao a primera potencia mundial" (2007, ya en su tercera edición). De esas obras y otras, hay diversidad de traducciones al inglés, francés, alemán, portugués, italiano, catalán, japonés y chino. RAMON TAMAMES, fue diputado a las Cortes Constituyentes de 1977, y es firmante de la Constitución Española de 1978. Ha sido consultor económico del Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD) y del Instituto para la Integración de América Latina (INTAL) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Desde 1992 es miembro del Club de Roma. Ha desempeñado la Cátedra de Economía Española en la Sorbona de París, y dictado conferencias en Harvard, Bruselas, London School of Economics, Berlín, Caracas, Argel, Manila, Papeete, México, Buenos Aires, Universidad de Oxford, etc. Desde 1997 es Profesor Visitante de la Universidad de Macao (China), y desde 2002 de la *Malaya University* de Kuala Lumpur. El Prof. TAMAMES fue colaborador de las revistas *Triunfo* y *Cuadernos para el diálogo*, fundador y también frecuente articulista en el diario *El País*, y asimismo, publicó en los rotativos *Madrid*, *Diario 16*, *ABC*, *El Mundo* y otros. En 1982 pasó a ser director del primer Anuario de la prensa española, del periódico *El País*; y

en 1993, del *Anuario El Mundo*. Durante años, hasta 1998, fue colaborador de Antonio Herrero en la radio, primero en Antena 3, y luego en la cadena COPE, y con frecuencia es entrevistado por José Cavero en sus programas de Radio Intereconomía. Es colaborador habitual de *Punto Radio* (programa “Protagonistas”, que dirige Luis del Olmo), del diario electrónico *estrelladigital.es*, de las revistas *La Clave* y *Leer*; fue analista de *Diario de la Noche* de Telemadrid con Germán Yanke; y es profesor del *Master de Periodismo* de *El Mundo*. En julio de 1997, obtuvo el Premio Rey Jaime I de Economía 1997 de un Jurado en el que participaron tres Premios Nobel (L. Klein, J.A. Mierless, y R. Selten). En febrero de 1998 recibió el nombramiento de *Ingeniero de Montes de Honor* por la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Montes de Madrid con ocasión del CL aniversario de su fundación. En marzo del mismo año se le otorgó el *Premio de Conservación de la Naturaleza* de la Junta de Castilla y León. En abril de 2001 fue investido como Doctor Honoris Causa por la Universidad de Buenos Aires (ya lo era desde 1994 de la Universidad Mariano Galvez, de Guatemala). En septiembre de 2003 se le hizo entrega del *Premio Nacional de Economía y Medio Ambiente Lucas Mallada*. En agosto de 2004 fue nombrado Profesor *Ad Honorem* por la Universidad de Lima.

“Prólogo Informe GEM 2007”

Madrid, mayo de 2008.

Le tengo leído al Prof. Ricardo Hernández, de anteriores trabajos suyos, que aún en los comienzos del siglo XXI, la economía, la función empresarial, la dirección de empresas, y en ésta especialmente, la dirección estratégica, dependen cada vez más de lo que se avance en términos de sociedad del conocimiento. Para lo cual son precisas transformaciones económicas a lo largo de toda una serie de procesos de creación de valor; basados en recursos, actividades y activos intangibles, un contexto, en el cual, “la sociedad del conocimiento puede definirse como la fase ulterior a la sociedad post-industrial. Sería la *quinta ola*, en terminología de Alvin Toffler: era del conocimiento, de la sabiduría”.

Tras esas apreciaciones, el Director del “Proyecto GEM sobre la situación de la actividad emprendedora en Extremadura”, planteaba cómo la Universidad ha de abordar el futuro siguiendo el modelo de una triple hélice de la innovación, frente al sistema lineal de casi siempre. Relacionando estrechamente el sistema gobierno/universidad/em-presa, para que en vez de trabajar por separado, lo hagan de forma conjunta, en una interrelación continua.

Desde los tres indicados enfoques, debe prestarse toda la atención a la entrada de nuevos empresarios en el escenario económico, siguiendo una cierta metodología, entre ellas la más precisa, seguramente, la que proporciona el proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Y en ese sentido, en el presente Informe GEM sobre 2007, que tengo el honor de prologar, se dice que en Extremadura, durante el pasado año, hubo una tasa de actividad emprendedora (TEA) del 8,12 por 100; lo que supone 0,21 puntos menos respecto al 2006, con un decremento del 2,52 por 100.

Esa ligera disminución emprendedora durante 2007, se ha debido, como se explica razonablemente en el Informe, a la caída de nuevas actividades en las áreas rurales en la provincia de Badajoz. Lo cual parece bastante lógico, teniendo en cuenta el decremento continuado de la población activa del campo, que sigue en el caso de Extremadura, como en cualquier otro lugar, la llamada Ley Petty-Clark, en el sentido de que el progreso económico (que decía el economista australiano Collin Clark del siglo XX), se mide por la transferencia progresiva de población trabajadora del sector primario al secundario, y de éste al terciario; proceso que fue primeramente detectado por el economista inglés William Petty en el siglo XVII.

El espíritu de empresa sigue siendo decisivo cuando hablamos de crecimiento, y yo traté de ponerlo de relieve en mi libro Estructura Económica de España (ahora en la 25 edición), desde 1960. Cuando esquemáticamente traté de explicar el retraso en la industrialización española durante el largo período de finales del siglo XVIII y los dos primeros tercios del XIX. A partir de la dotación de cinco factores fundamentales: espíritu de empresa, estado de la técnica, existencia capital real (conjunto de recursos productivos y energéticos), disponibilidad de capital financiero (necesarios para movilizar los recursos reales y cubrir el fallo de algunos de los restantes factores) y nivel de demanda en función de las circunstancias demográficas y de volumen de renta per cápita.

Y si traigo a colación ese esquema, es en función del primero de los factores mencionados, el «espíritu de empresa», en definitiva, el principal de los impulsos que se miden en el proyecto GEM. Por ser el indicador lead, premonitorio, de lo que podrá seguir después. Ya que los emprendedores son los que verdaderamente promueven el crecimiento. Como pudo apreciarse, desde finales del siglo XVIII en naciones como Inglaterra y Holanda y los nacientes EE.UU., con su espíritu un tanto puritano, al que ulteriormente Max Weber dio tan grande importancia en el más célebre de sus ensayos sobre el espíritu del capitalismo.

Y si esas naciones progresaban rápidamente, en España, por mucho que Richard Herr se haya referido a “la revolución española de la segunda mitad del siglo XVIII”, estábamos en una fase de declive del emprendimiento. Tras una fuerte actividad en tiempos anteriores, no tanto en cuestiones económicas en sentido estricto, como en la descubierta, conquista, y evangelización del Imperio. Una actividad a la que tanto Henry Kame como Hugh Thomas han dado una importancia extraordinaria en la explicación del predominio español durante el siglo XVI y parte del XVII.

Insistimos en que en aquellas épocas, el genio español se manifestó sobre todo en actividades militares, de explotación de recursos primarios como los metales preciosos, y en difusión de la religión de la cruz. Pero mucho menos en empresas económicas, siempre con gran penuria, en el espacio territorial propiamente español de hombres como Ibáñez, marqués de Sargadelos, constructor del primer horno alto para producción de hierro; o José Bonaplata, introductor del vapor en la industria textil; o el marqués de Salamanca, promotor de empresas ferroviarias y de todo tipo. «Esa escasez de aventuras económicas —dice J. E. Casariego— se debió a la incomprensión y la hostilidad con que tuvieron que luchar los emprendedores: ambiente de rutina y, sobre todo, de esa tremenda indiferencia de la masa española ante el movimiento intelectual europeo-científico y técnico de los siglos XVII y XVIII.»; muy frenado, agregaríamos por nuestra cuenta, por la Inquisición, que incluso llegó a inducir el miedo a pensar e imaginar por cuenta propia.

Pasados los siglos, todavía hoy nos encontramos en esa situación, lejos de cumplir lo previsto por la UE en el Consejo Europeo de Lisboa del año 2000, cuando se planteó: “Hacer de Europa la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de generar un crecimiento económico sostenible, que ofrezca más y mejores puestos de trabajo y una mayor cohesión social”.

Ese objetivo se trazó para la década 2001/2010, concretándolo en un «programa plurianual de la empresa y el espíritu empresarial», que fue considerado, en aquel momento, como una auténtica revolución, destinada a reexaminar nuestra actitud ante los riesgos, sus recompensas y fracasos, alentando las iniciativas asumidas en la aventura de creación de empresas. Pero lamentablemente, esas expectativas no se han cumplido, como se ha demostrado por dos informes sucesivos, el Sapir, y el Kok, encargados, ambos, por la Comisión en una especie de auditoría de lo sucedido: muchas cosas no han funcionado, y el espíritu de empresa europeo no resplandece como en EE.UU., y actualmente tampoco por comparación con China, India y otros países emergentes.

En definitiva, hay que seguir reflexionando sobre estos temas, y el proyecto GEM, es indudablemente, una fuente de inspiración a seguir teniendo en cuenta.

El Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

Panorámica del Proyecto GEM-Mundial

Origen y finalidad

El proyecto GEM se crea en septiembre del año 1997 como una investigación conjunta entre el Babson College de Estados Unidos y la London Business School del Reino Unido, siendo su propósito fundamental 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 de conocimiento de la iniciativa emprendedora³.

A estas prestigiosas escuelas de negocios, se unieron otras entidades de Alemania, Francia, Italia, Finlandia, Dinamarca, Israel, Canadá y Japón, para proceder a la prueba piloto de la metodología que debía sustentar el proyecto. En el año 1999 vio la luz el primer Informe GEM, con 10 países. Reuniendo más de 60 equipos de investigación GEM creados en otras tantas naciones y con una participación regular de más de 40 en los últimos años, GEM es pionero a nivel mundial y un ejemplo a seguir en otros muchos campos de investigación en que se puede construir una estructura similar y avanzar rápidamente en el conocimiento, mediante el establecimiento de una metodología común y una plataforma técnica compuesta por personas de distinta nacionalidad y cultura, que han sabido trabajar conjuntamente superando todos los obstáculos (De la Vega et al., 2009).

El Proyecto GEM constituye uno de los avances más significativos en el estudio del proceso de creación de empresas, como argumenta Hindle (2005), citado por de Castro et Alt (2008): “Antes de la aparición del Proyecto GEM, la mayoría de los estudios sobre desarrollo económico se concentraban en el análisis de empresas establecidas (el sector de más estatus en la economía). El valor de las empresas emergentes no se incluía en la mayoría de los intentos de contabilizar el rendimiento económico. El GEM permite analizar factores que afectan específicamente al sector de empresas de nueva creación.”

La contribución al conocimiento y la comprensión del proceso emprendedor⁴ que hace el GEM es única, ya que, no existe ninguna fuente de datos que pueda aportar información consistente a través de los países y medidas armonizadas de la actividad emprendedora en un contexto global.

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

El beneficio de los resultados generados por el Proyecto GEM son una serie de indicadores directos de los procesos de actividad emprendedora, tanto

³ Previamente, el Dr. Michael Hay (LBS), realizó un estudio, originario del GEM, en el mes de junio de 1997 y se lo presentó al Dr. William Bygrave (Babson College).

⁴ 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.

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.

De hecho, una de las principales aportaciones de este proyecto es dotar al análisis del proceso de creación de empresas, de una base teórica sólida y métodos de investigación rigurosos y contrastados (de Castro et al. 2008).

El Proyecto GEM contribuye a potenciar la figura de las personas emprendedoras en la sociedad. Trata de contribuir a mejorar las condiciones en que se desenvuelven éstas, y de influir en los “empresarios políticos” (Douglas North), en orden a diseñar e implementar mejores políticas y programas públicos a favor de la actividad emprendedora.

Además, aporta visibilidad a un país o región, al participar en los rankings de indicadores que se generan en cada informe. El hecho de ser un proyecto en red, de escala mundial, y, en los casos de Alemania, Reino Unido, Chile, Puerto Rico y España, a nivel internacional (región, lander, provincia o comunidad autónoma), complica las tareas, pero ofrece un panorama de la actividad emprendedora único en el mundo y una herramienta útil a los decisores en este campo.

El Proyecto GEM tiene dos audiencias objetivo:

- La académica, a través de la investigación, ponencias, artículos, seminarios, libros, tesis doctorales, enseñanza, etc.
- La de los responsables de las decisiones en el campo de la creación de empresas, públicos y privados: políticos, gestores, agentes, educadores: El vehículo fundamental es el Informe GEM, en sus diversos niveles: mundial, nacional, regional, y de ciudades.

Modelo, metodología, definiciones.

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

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

El Proyecto GEM está basado en una muestra muy amplia de individuos adultos, a los que se les presentan tres preguntas exploratorias centrales (de Castro et al. 2008), para identificar si están en el proceso de crear una nueva empresa:

- Si el individuo está actualmente involucrado en la creación de una nueva empresa (indicación de ser empresario emergente).
- Si su trabajo actual incluye a puesta en marcha de una nueva empresa (intrapreneur⁵, o emprendedor corporativo).
- Si el individuo es el propietario/gerente de un nuevo negocio (propietario-gerente).

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.

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

El modelo GEM considera que el crecimiento económico nacional es el resultado de dos conjuntos de actividades interrelacionadas. Aquellas asociadas con las “empresas ya establecidas” (como muestra la parte superior de la figura 1), y aquellas otras relacionadas directamente con el proceso emprendedor (como muestra la parte inferior de la figura 1). Para las grandes empresas, la habilidad para influir en el crecimiento de la economía nacional está a su vez influenciada por las condiciones generales empresariales (condiciones generales del entorno nacional), que son específicas para cada país. Estas grandes compañías influyen el crecimiento económico, a través de la creación de nuevos establecimientos, que se convierten en oportunidades para crear empleo. Además, cuando un antiguo negocio es reemplazado, las nuevas tecnologías empleadas provocan un incremento de la productividad. Las nuevas empresas, que afectan positivamente a la economía nacional de esta manera, pueden ser creadas por empresas de ámbito nacional o por empresas multinacionales (Acs y Armington, 2004).

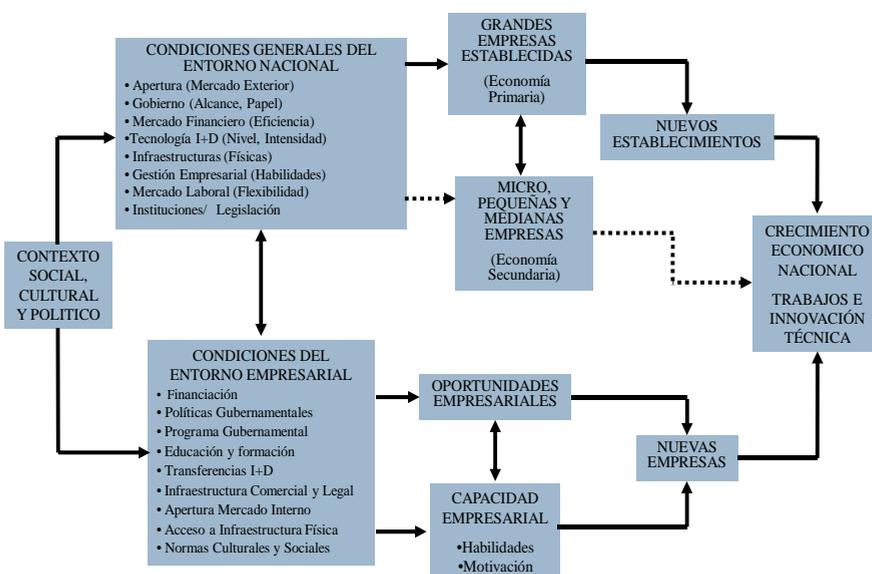
Desde su inicio el proyecto GEM se fundamenta en un modelo teórico que presentamos en la figura 1.

Para los empresarios potenciales, la decisión de poner en marcha una empresa está influenciada por las características adicionales dentro del entorno empresarial existente (condiciones del entorno empresarial, en la figura 1). Todas estas condiciones determinan la capacidad nacional para crear empresas y, combinada con las habilidades y motivación de los empresarios que deseen poner en marcha su propio negocio, influyen el proceso empresarial. Cuando la combinación tiene éxito, estas condiciones llevarán a negocios derivados (economías de escala, negocios indirectos), que incrementarán la innovación y las competencias dentro del mercado en que se

⁵ Emprendedor dentro de una empresa u organización existente.

muevan. El resultado final es una influencia positiva en el crecimiento económico nacional. Estas dinámicas, descritas en la parte más baja de la figura 1, son el corazón del Proyecto GEM. Será esta conexión entre el crecimiento económico del país y “la dinámica interrelacionada de empresas ya consolidadas y empresas nuevas” lo que le da un carácter diferente e integrador al modelo GEM, permitiéndole a su vez comprender de forma más clara porqué el “entrepreneurship”⁶ es vital para la economía global.

Figura 1. Modelo conceptual original del Proyecto GEM.



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor, 2004

La actividad emprendedora es calculada por el Proyecto GEM a partir de diversos indicadores, el principal es el TEA o “Total Entrepreneurial Activity Index”. Basándose en éste, GEM estima el nivel de actividad empresarial en su estado inicial (early-stage) de los diferentes países y regiones que participan en el proyecto, a través de la suma de los empresarios nacientes y de los nuevos empresarios (propietarios-gerentes de nuevos negocios). Los empresarios nacientes se definen como aquellos individuos entre 18 y 64 años que han iniciado alguna acción para crear un nuevo negocio durante el último año, que son propietarios de, al menos, una parte de la empresa que están poniendo en marcha y aún no han pagado salarios (menos de 3 meses de vida). Los nuevos empresarios son aquellos propietarios que están involucrados en la dirección

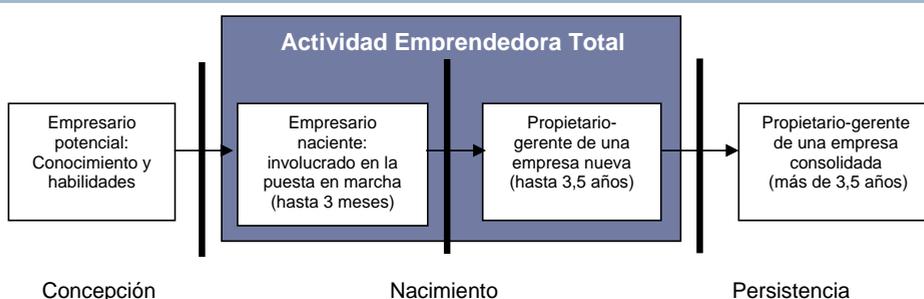
⁶ El término “entrepreneurship”, de difícil traducción al español, engloba los aspectos de la investigación referidos al empresario, la función empresarial y la creación de empresas y por razones de brevedad, podemos denominar simplemente “creación de empresas” (Veciana, 1999). En el año 2009, la acepción emprendimiento ha sido reconocida por el Diccionario de la RAEL como traducción de entrepreneurship, aunque aún no figura en la edición actual.

de la empresa y que han pagado salarios durante más de 3 meses y menos de 42. El Proyecto GEM utiliza estos dos conceptos para calcular el TEA.

La suma de estos dos tipos de empresarios, permite calcular el nivel de actividad empresarial o emprendedora, en su estado inicial, en un país o una región específica. Así pues el TEA nos muestra el porcentaje de personas de la población activa de un país o región que están involucradas en procesos de creación de empresas nacientes o de empresas nuevas.

El Proceso emprendedor

Figura 2. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del Proyecto GEM



Fuente: Reynolds et al. (2005:209)⁷

Los porcentajes que obtiene GEM en cada apartado (De la Vega et al., 2009), elevados a la población de referencia⁸ proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. Los Informes GEM siguen un camino complementario, pero diferente al del registro oficial (DIRCE en el caso de España) Los resultados GEM muestran el grado de actividad emprendedora y su evolución, comparándola entre los países, regiones y ciudades participantes gracias al uso de una metodología común, y en ello reside uno de los factores de mayor relevancia de este observatorio anual.

Fuentes de datos

El contenido que proporciona un Informe GEM cubre el espectro de los componentes básicos de este modelo persiguiendo una serie de objetivos y sustentándose en tres fuentes de información (De la Vega et al., 2009):

⁷ Paul Reynolds, Niels Bosma, Erkko Autio, Steve Hunt, Natalie de Bono, Isabel Servais, Paloma López-García y Nancy Chin. Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. Small Business Economics, Volumen 24, N° 3, Abril de 2005. ISSN 0921-898X CODEN SBECEX.

⁸ GEM 2008 utiliza como única fuente de datos poblacionales el US Census para los países e INE para las regiones españolas.

- 1) Variables secundarias: recopiladas en los organismos más reconocidos mundialmente en temas relacionados con la demografía, el desarrollo económico, la educación, la competitividad, la innovación, la transferencia de I+D y otros temas considerados relevantes en relación al análisis de la actividad emprendedora. FMI, OCDE, ONU, Eurostat, INE, WYB, etc. Son los principales proveedores.
- 2) Encuesta a la población de 18-64 años: conocida como Adult Population Survey o APS, contiene una amplia batería de preguntas diseñadas por GEM.

Figura 3. Sistema operacional en la confección de los Informes GEM

FUENTE	CONCEPTO	OBJETIVO PRINCIPAL
Variables secundarias	Contexto social, cultural, político	Relacionar este contexto con el entorno general y con el que enfrentan los emprendedores.
Variables secundarias	Entorno general nacional	Relacionar el estado actual de la economía, las políticas públicas y otros aspectos generales con la actividad emprendedora.
Variables secundarias. Encuesta a expertos	Entorno general para emprender	Establecer el diagnóstico actual sobre el estado de las condiciones de entorno que influyen en el desarrollo de la actividad emprendedora: financiación, políticas y programas públicos, educación, acceso al mercado y otros.
Variables secundarias	Economía primaria y secundaria. Nuevos desarrollos	Estudiar los indicadores referentes a estos apartados en el territorio analizado y disponer de información complementaria que ayude en la explicación de los resultados proporcionales por GEM.
Encuesta GEM a la población de 18-64 años. Encuesta a expertos.	Oportunidades para emprender, capacidad y habilidad para emprender.	Medir directamente en la población su percepción de oportunidades para emprender su grado de disposición de capacidad y habilidades naturales en esta materia recabar la opinión de los expertos sobre el mismo tema y comparar con la anterior.
Encuesta GEM a la población de 18-64 años	Nuevas iniciativas empresariales	Medir y caracterizar la actividad emprendedora del territorio.
Variables secundarias	Crecimiento económico	Relacionar los resultados sobre actividad emprendedora con el desarrollo.

- 3) Encuesta a expertos de 9 condiciones de entorno: conocida como Nacional Expert Survey o NES, obtiene la valoración de una muestra representativa de especialistas en financiación, políticas y programas públicos, educación, apertura del mercado interno, transferencia de I+D, acceso a infraestructura física, comercial y de servicios, normas sociales y culturales y otros aspectos que configuran el entorno al que se enfrentan los emprendedores del territorio analizado.

Uniendo los ingredientes anteriores, se obtiene la descripción del sistema operacional reflejado en la figura 3, que se sigue anualmente, en cuanto a la confección de los Informes GEM (De la Vega et al., 2009).

Panorámica del Proyecto GEM-España

El Instituto de Empresa B.S.

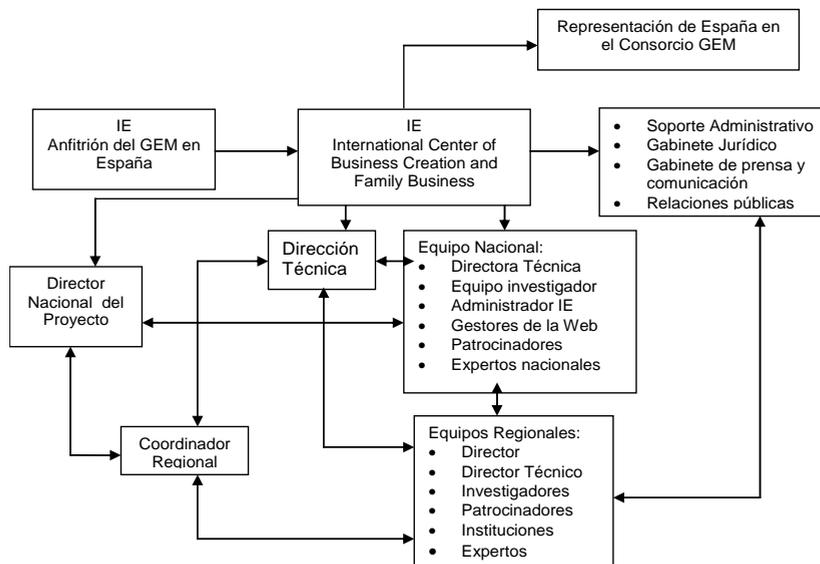
El Instituto de Empresa Business School⁹ entra a formar parte del Consorcio GEM en el año 2000, y, desde entonces, produce el Informe GEM España anualmente, y es el representante de España en la estructura directiva mundial del Proyecto GEM. El director del proyecto GEM España y del Informe GEM España es Ignacio de la Vega García Pastor, presidente del Gera Board desde febrero de 2009, y la directora técnica, la Dra. Alicia Coduras, que facilita el soporte técnico a toda la red de equipos regionales GEM España y es asimismo, miembro del Research Committee de la dirección del proyecto a nivel mundial y responsable del NES¹⁰ en esta ámbito.

Estructura del equipo GEM España

La estructura del equipo GEM España, liderada por el Instituto de Empresa más la red de equipos regionales GEM sigue un modelo descentralizado, con control central. Se puede visualizar en el siguiente diagrama:

⁹ El IE Business School (Instituto de Empresa) es una escuela de negocios independiente e internacional fundada en el año 1973, continuamente posicionada entre las 20 primeras escuelas de negocios por medios de comunicación tales como Business Week, Financial Times, The Wall Street Journal y The Economist, que consideran los programas del MBA del IE entre los mejores del mundo. El IE fundó la alianza SUMAQ, una red que aglutina a las escuelas líderes en España y Latinoamérica, y que está centrada en la oferta de programas educativos presenciales y on-line. Además, el IE forma parte de otras alianzas y acuerdos con instituciones como la Northwestern School of Law, el Massachusetts Institute of Technology, la Fletcher School de la Tufts University, o la University of Chicago Graduate School of Business, con la cual desarrolla el Global Senior Management Program (GSMP), dirigido a altos directivos y emprendedores que están interesados en los objetivos marcados por la actual globalización del mundo de los negocios. El IE es una institución ampliamente reconocida por las tres agencias líderes en la esfera de la educación relacionada con los negocios: AACSB, EQUIS y AMBA. Asimismo, el IE Business School ha sido la primera institución europea en formar parte de la Beta Gamma Sigma Honor Society, una organización que reconoce a los estudiantes más destacados de programas de negocios acreditados por AACSB International.

¹⁰ NES es el acrónimo de National Experts Survey, o investigación basada en la opinión de expertos.

Figura 4. Estructura organizativa y de funcionamiento del Equipo GEM España.

El nivel regional del Informe GEM se hace, además de en España, en Reino Unido¹¹, Alemania¹², y, recientemente, en Chile y en Puerto Rico.

Debido a que la estructura política y administrativa de esos países es diferente, el modelo operacional para abordar el estudio regional que se ha implementado en cada uno de esos 5 países, también es distinto (de la Vega, et al. 2007).

España es la única nación del GEM que hace un Informe Regional separado para cada de sus 17 regiones o comunidades autónomas (excepto Baleares y Rioja¹³), y Ceuta y Melilla, tratadas como si fuesen países. También, el Informe Nacional Español incluye un capítulo en el cual las regiones se comparan con los resultados nacionales.

Desde la primera experiencia piloto, año 2003, constituida por los equipos de Cataluña, Andalucía y Extremadura, la red regional ha crecido constantemente¹⁴ y, en la edición 2009 son 17 los equipos regionales operativos en las siguientes regiones, a los que hay que añadir el equipo nacional del Instituto de Empresa:

¹¹ El Reino Unido analiza 12 regiones: East Midlands, este de Inglaterra, Londres, Noreste, Noroeste, Irlanda del Norte, Escocia, Sureste, Suroeste, País de Gales, Oeste de Midlands y Yorkshire & Humberside. Los resultados de estos análisis se presentan de forma comparativa en el Informe Nacional. Sólo Escocia, País de Gales, y Suroeste tienen estructuras propias. El resto de los informes los hace el equipo nacional.

¹² Alemania utiliza las 97 zonas trazadas en su planeamiento como unidades del análisis, haciendo diversos tipos de estudios sobre diversas áreas regionales que agrupan varias zonas pequeñas. Esos análisis se presentan como "workingpapers", muy interesantes, separados del informe alemán. En su Informe Nacional, se incluyen algunos resultados acerca de cinco grandes regiones que contienen conjuntos de las 97 zonas originales.

¹³ Pendientes de integrarse en el equipo GEM España a la fecha de terminación de este libro, mayo 2009.

¹⁴ La red española tiene un coordinador. En su inicio, año 2003, fue el Dr. José María Veciana, siendo sustituido por el Dr. Ricardo Hernández el 1 de enero de 2004.

1. Andalucía: Universidad de Cádiz.
2. Aragón: Universidad de Zaragoza.
3. Asturias: Universidad de Oviedo.
4. Canarias: Universidades de Las Palmas de Gran Canaria y de La Laguna.
5. Cantabria: Universidad de Cantabria.
6. Castilla y León: Universidad de León.
7. Castilla la Mancha: Universidad de Castilla la Mancha.
8. Cataluña: Universitat Autònoma de Barcelona, Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.
9. Ceuta: Universidad de Granada, Escuela de Negocios de Andalucía.
10. Comunidad Valenciana: Universidad Miguel Hernández de Elche.
11. Extremadura: Universidad de Extremadura- Fundación Xavier de Salas.
12. Galicia: Universidad de Santiago de Compostela, CEG, BIC Galicia, Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela.
13. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
14. Melilla: Universidad de Granada, Escuela de Negocios de Andalucía.
15. Murcia: Universidad de Murcia.
16. Navarra: Centro Europeo de Innovación de Navarra-Universidad Pública de Navarra.
17. País Vasco: Universidad de Deusto y Universidad del País Vasco.

El potencial investigador de este conjunto de equipos representa el esfuerzo de más de 80 investigadores trabajando en el proyecto desde cada Comunidad y Ciudad Autónoma, el conocimiento cercano de la realidad regional que aportan los expertos regionales, y los contactos locales del equipo investigador, todo ello para ofrecer información de la mayor calidad y utilidad para la sociedad, pero sobre todo, al servicio de los agentes de los cuales depende que el impulso de la actividad emprendedora sea cada vez más acertado y eficaz: instituciones gubernamentales, educativas, financieras, asociaciones empresariales, cámaras de comercio, parques tecnológicos, medios de comunicación, sindicatos, los propios empresarios y muchos más.

Los estudios GEM españoles desarrollados en el ámbito regional tienen importantes implicaciones en la esfera de las políticas públicas, pues

constituyen una detallada y especializada fuente de información que destaca, anualmente, los puntos fuertes y débiles de cada territorio, orientando a los diseñadores y agentes relacionados con la creación empresarial frente a la elección de las prioridades y necesidades más urgentes.

Además, los datos obtenidos por cada equipo regional, que sirven de base a su informe regional correspondiente, se agregan en el informe nacional, con lo que éste ha alcanzado unas cifras muestrales importantes: 30.879 encuestas a la población adulta y 642 entrevistas a expertos, en el Informe Nacional 2009.

El control del trabajo de campo es muy riguroso porque la empresa que hace el trabajo de campo¹⁵ y los equipos nacional y regionales, colaboran estrechamente y de forma continua desde el principio hasta el final del proceso.

Características de la red de equipos regionales GEM España.

Un análisis de los 6 años de actividad de esta red, desde su creación, y, fruto de su crecimiento y operación, nos muestra algunos elementos esenciales de esta red:

- Estabilidad.
- Compromiso de sus miembros con el campo de la creación de empresas, tanto en la vertiente académica como no académica.
- Descentralizada.
- Presupuesto propio.
- De composición mixta: universidades privadas (la mayoría), privadas, agencias gubernamentales.
- Modelo de financiación diverso.
- Cada equipo regional tiene sus redes de contacto, concretadas en los 36 expertos que participan cada año en la fase NES del informe anual.

Panorámica del Proyecto GEM-Extremadura

Origen, estrategia, objetivos, internacionalización

Casi desde la existencia del primer informe GEM mundial, Extremadura, a través de sus profesores Ricardo Hernández y Juan Carlos Díaz, tuvo conocimiento del tema, entonces en su fase inicial. Ya desde el año 1992 había abierta una línea de investigación sobre este tema¹⁶ en la Universidad de

¹⁵ Opinómetro, es el proveedor de los datos APS desde el inicio del proyecto en España, año 2000, estando certificado por la oficina central del proyecto en la London Business School.

¹⁶ *La innovación, los emprendedores y la excelencia empresarial. dimensiones claves de la competitividad. El Caso Extremeño*, dirigida por el Dr. Ricardo Hernández Mogollón.

Extremadura, a la que se añade otra en el año 2004¹⁷, con el diseño y puesta en práctica de asignaturas sobre Creación de Empresas impartidas en la Universidad de Extremadura¹⁸, proyectos de investigación, Cátedra de Creación de Empresas Urvicasa-UEx y otras actividades realizadas en este campo¹⁹, incluyendo la actividad de la Fundación Xavier de Salas.

Los objetivos del GEM eran coincidentes con este núcleo investigador de la Universidad de Extremadura, por lo que se iniciaron los contactos, recién entrada España en el consorcio GEM, a través del Instituto de Empresa. Así, los primeros contactos se realizan a primeros del mes de abril del año 2001 con el Instituto de Empresa y a primeros del mes de junio del año 2001²⁰ con los líderes del proyecto a nivel mundial, con la idea básica de que era un proyecto bueno para Extremadura, y que podría impulsar el desarrollo económico y social de la región. Así se le transmitió al, entonces, Presidente de la Junta de Extremadura, D. Juan Carlos Rodríguez Ibarra²¹.

Simultáneamente con la gestión de patrocinadores, la negociación del convenio con el Instituto de Empresa²², y otras gestiones, se iniciaron las tareas para la realización del primer Informe GEM Extremadura, durante el año 2003, el cual fue presentado a finales de julio de 2004.

¹⁷ Dirigida por el Dr. Juan Carlos Díaz con el título *Creación de empresas, Teoría Institucional, Empresario, Desarrollo Local*.

¹⁸ En la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Badajoz) y en la Facultad de Estudios Empresariales y Turismo (Cáceres).

¹⁹ Programa Economía, Empresa y Futuro, en la Fundación Xavier de Salas, creado en el año 1999, Seminarios sobre Creación de Empresas, tesis doctorales, trabajos de investigación, cursos de doctorado, ponencias presentadas en congresos tanto nacionales como internacionales, cursos de verano, elaboración de casos, varias publicaciones, etc.

²⁰ El Dr. Juan Carlos Díaz, entonces en proceso de realización de su tesis doctoral (*La creación de empresas en Extremadura. Un análisis institucional*, leída el 23 de octubre de 2003, premio extraordinario de doctorado, Universidad de Extremadura), durante su participación en el Doctoral Consortium del Babson Conference, desarrollado en Suecia, en junio de 2001, entregó una carta del Dr. Ricardo Hernández al Dr. William Bygrave, manifestándole su interés en realizar el estudio a nivel regional en España. Seguidamente, se realiza el primer contacto con el Instituto de Empresa (Dr. Joan Amat). Ya en el año 2002 se continúan las gestiones con el IE, y 2 investigadoras del proyecto GEM España, la Dra. Alicia Coduras (responsable técnica del proyecto en España desde su inicio) y la Dra. Rachida Justo exponen el proyecto GEM en el Seminario de Creación de Empresas, de la Fundación Xavier de Salas, en el mes de octubre del 2002. Simultáneamente, se realizan contactos con investigadores de la Universidad Autónoma de Barcelona, Dr. José María Veciana y de la Universidad de Cádiz, Dr. José Ruiz Navarro, para la creación de una red de equipos regionales GEM, España.

²¹ Entrevista concedida el 30 de octubre de 2003 a los profesores Ricardo Hernández y Juan Carlos Díaz.

²² Firmado en mayo del 2003.

En la estrategia básica del proyecto GEM en Extremadura hay que situar la difusión²³ del mismo, uno de los requisitos que impone la dirección del proyecto a nivel mundial. En este sentido, la dirección del proyecto en Extremadura valoró de manera muy importante las posibilidades de visibilidad que podría aportar a Extremadura el proyecto, sobretodo, a nivel internacional, dado que se trata de un proyecto que se extiende por los cinco continentes. Fruto de esta política de comunicación, son tres noticias recogidas en el Newsletter de GEM, que se presentan a continuación:

Issue 35
Page 10



Ricardo Hernández (GEM Extremadura)-Carmen Heras (Mayor of Cáceres)-President Junta de Extremadura- Guillermo Fernández-Francisco Duque (Presidente University of Extremadura)-Jaime de Salas (Prin. Fundación Xavier de Salas)-Ignacio de la Vega (Instituto de Empresa, General Manager GEM España)

GEM EXTREMADURA REPORT

DIAGNOSING ENTREPRENEURSHIP IN THE REGION

From: Ricardo Hernández

The presentation of the GEM Report on Extremadura 2006 was held at the office of the President of the University of Extremadura in Cáceres on July 19, 2006. At this presentation, the recently elected President of the regional government of Extremadura, Guillermo Fernández Vara, said, "as a doctor, when I have a patient in front of me, I ask for information and analysis in order to give a correct diagnosis. Once I have this information, I know what should be done. The GEM Report on Extremadura is an excellent diagnosis regarding entrepreneurship in Extremadura. As the leader of the regional government, we know what we have to do."

Several other authorities attended along with the president of the regional government. These included the president of the University of Extremadura, Francisco Duque; the president of the Fundación Xavier de Salas, Jaime de Salas; the mayor of the city of Cáceres, Carmen Heras; the director of GEM in Spain, Ignacio de la Vega and the director of GEM in Extremadura and coordinator of the regional networks in Spain, Ricardo Hernández.

Along with other authorities, also present were the vice-president of the Junta de Extremadura (the regional government) and the regional leader of the Department of Economy, Commerce and Innovation, María Dolores Aguilar; the technical director of GEM in Spain, Alicia Coduras; the technical director of the GEM team in Extremadura Juan Carlos Díaz; the president of the Faculty of Business and Tourism, José Anto-

rio Pérez, and approximately 100 other participants.

For the last four years, Extremadura has been one of the autonomous communities with the highest levels of entrepreneurial activity, in Spain. It ranked number one for the three preceding years.

The GEM team in Extremadura has developed a panel of 84 experts from which 36 have responded to questionnaires every year.

A GEM Council in Extremadura has also been created and managed: it is made up of 20 institutions, companies, unions, newspapers, foundations, and business organizations, which give financial support, contribute ideas and comments, and distribute the GEM Report. They meet twice a year, in spring and autumn, at the Fundación Xavier de Salas.

Created in 2002, this team was the one of the first to contribute to the regional development of GEM around Spain, along with Andalucía y Extremadura.

In 2006, the team grew when two researchers joined the team, María de la Cruz Sánchez and María Victoria Postigo. They are both students in the doctoral program at the Faculty of Business and Tourism.

Ricardo Hernández
Director of the Project GEM in Extremadura

<http://www.fundacionxavierdesalas.com>

GEM Newsletter Inside GEM nº 16. Octubre 2007

²³ El Informe GEM Extremadura se aloja en las webs de los 18 equipos españoles, en la web oficial del GEM Consortium, gestionada en la London Business School y en el Babson College, y en las webs de todos los miembros del Consejo GEM Extremadura. La media anual de impactos en los medios de comunicación extremeños es de 240.

Issue 23 Page 5

SPANISH REGIONS ROUNDUP — EXTREMADURA



GEM EXTREMADURA LEAD INTERNATIONAL SUMMER COURSE IN YUSTE

The Royal Monastery of Yuste, in the northern part of Extremadura (Spain), founded 600 years ago by a group called the “padres jesuitas,” was an incomparably superb setting for the **International Summer Course: Entrepreneurship- research & applications**, from 7 –9 July. Led by Professors of the University of Extremadura, Ricardo Hernández (director) and María de la Cruz Sánchez (secretary), the course was organized by University of Extremadura (<http://www.unex.es>) and the European Academic Foundation of Yuste (<http://www.fundacionyuste.org>).

The topics discussed were:

1. Timeline for entrepreneurship research
2. Programs for promoting entrepreneurship
3. Chairs of entrepreneurship
4. Women and entrepreneurship

Thirty experts, including professors, businessmen and women, policy makers and practitioners, from Germany, the United Kingdom, Portugal, Sweden, and Spain participated. The GEM members who attended were: Rolf Sternberg (Germany), Jonathan Levie (UK), Ignacio de la Vega, Alicia Coduras, José María Gómez Gras, Mariano Nieto, Rosa Mª Batista and David Urbano (Spain). The members of the team from GEM Extremadura, EGE, Ricardo Hernández, Juan Carlos Díaz, María de la Cruz Sánchez and María Victoria Postigo, were also present.



Jonathan Levie (GEM UK)



**Visiting Experts included
Rolf Sternberg (GEM Germany)**



David Storey

The closing speech was given by Dona María Dolores Aguilar, Vicepresident and Director of Economic Affairs, Commerce and Innovation of the Junta de Extremadura (regional government).







Presentation of the GEM Extremadura Report 2007

From: Ricardo Hernández

The vice-president of the Junta de Extremadura (regional government), María Dolores Aguilar; the vice-president of coordination and institutional relations of the Extremadura University, Mr. Segundo Piriz; and the president of the Foundation Xavier de Salas, Jaime de Salas, presented the GEM Extremadura Report 2007 along with Ricardo Hernández (director of GEM Extremadura).



Alfonso Búrdalo-Diputación de Cáceres, María Dolores Aguilar- Junta de Extremadura and Segundo Piriz from the University of Extremadura

This is the fifth annual study carried out by the GEM team from Extremadura and many attendees and media were present at the event held at the University of Extremadura.

The level of entrepreneurial activity for Extremadura was 8.12% in 2007 and 8.33% in 2006. Even though the level of entrepreneurial activity in Extremadura was similar to the previous year, 2006, it is below that of seven other Spanish autonomous communities that have increased their levels considerably. These communities include the Canary Islands, Rioja,



Alicia Coduras and Jaime de Salas

Baleares, Castilla la Mancha, La Comunidad Valenciana, Catalunya and Navarra. This has led to the decline of Extremadura from the 4th position to the 8th out of 19 (17 communities and 2 autonomous cities). In her speech, the vice-president of the regional government discussed the importance of the GEM Report in making decisions.

She also discussed how the report and regional policies have become indispensable in increasing the level of entrepreneurial activity, highlighting the main policies of the Junta de Extremadura in this area:

- Agreement between social agents:
 - businessmen/women and unions
- Increasing the size of businesses, most of which are SME
- Improve the quality of business management
- Reduce the amount of bureaucracy for businesses

In summary, she asked for everyone's assistance to overcome the difficulties to make Extremadura a prosperous and competitive region on an international level.

Europe to introduce more rights for Female Entrepreneurs

Millions of women throughout Europe will be entitled to longer and better maternity leave under proposals unveiled recently by the European Commission. The proposal on self-employed women will provide equivalent access to maternity leave as for employees, but on a voluntary basis. At the same time, spouses and life partners (recognised as such in national law) who work on an informal basis in small family businesses such as a farm or a local doctor's practice (so-called 'assisting spouses') will have access, at their request, to social security coverage on at least an

Estructura: composición y principios.

En cuanto a la estructura del proyecto GEM Extremadura, cuenta con los siguientes elementos y principios:

Composición:

- Equipo investigador de la Universidad de Extremadura:
 - Director del Proyecto: Dr. Ricardo Hernández Mogollón
 - Director técnico: Dr. Juan Carlos Díaz Casero
 - Investigadoras²⁴ : D^a María de la Cruz Sánchez Escobedo
D^a María Victoria Postigo Jiménez
- Instituciones básicas:
 - Universidad de Extremadura
 - Fundación Xavier de Salas
- El Consejo GEM Extremadura: formado por instituciones, empresas, periódicos, fundaciones, asociaciones empresariales y sindicatos, todos comprometidos en trabajar en la promoción del espíritu emprendedor en Extremadura, tarea que se ha de realizar a largo plazo, en un esfuerzo, conjunto y sostenido y de calidad.
- Equipo de Expertos GEM Extremadura, formado por 100 expertos, empresarios y profesionales procedentes de las 9 condiciones del entorno que define el proyecto GEM: Apoyo financiero, Políticas gubernamentales, Programas gubernamentales, Educación y formación, Transferencia de I+D, Infraestructura profesional y comercial, Apertura del mercado, Acceso a infraestructura física, Normas sociales y culturales.

Principios del Equipo GEM Extremadura (E.G.E.):

- Mejora continua
- Innovación permanente²⁵

²⁴ Ambas, estudiantes del programa de doctorado Empresa-Finanzas-Seguros y Turismo, entran a formar parte del Equipo GEM Extremadura (EGE) en el ciclo 2006.

²⁵ Sucesivas mejoras e innovaciones se pueden constatar en los Informes GEM Extremadura, tanto en el fondo como en la forma (se puede acceder a todos los informes en la web <http://www.fundacionxavierdesalas.com>). El Consejo GEM Extremadura, es una innovación organizativa, a nivel de todo el consorcio GEM Mundial. En el mes de septiembre del año 2006, el EGE organizó el 1^{er} *Workshop de Investigación Basada en el GEM*, en la Fundación Xavier de Salas, a los que han seguido, el de San Sebastián (julio 2007, organizado por el equipo GEM País Vasco), y el de Las Palmas (organizado por el equipo GEM Canarias), siendo el siguiente el de Cádiz (organizado, en julio de 2009 por el equipo GEM Andalucía). En el mes de julio de 2008 se desarrolló un *International Summer Course: Entrepreneurship: research and applications*, en el Real Monasterio de Yuste, con participación de investigadores del proyecto GEM, tanto españoles como extranjeros.

- Calidad, rigor.
- Organización de tareas: basada en procesos y procedimientos, dirección por objetivos.
- Crecimiento sostenido, consolidando primero. Fomentando la investigación y las vocaciones investigadoras en el proyecto GEM, a través de los cursos de doctorado, de seminarios, etc.
- Combinación actividad de generación del informe con actividad investigadora.
- Utilización intensiva de las TIC.
- Trabajo en red, conectando redes y desarrollando redes.

En cuanto a la operación, el equipo GEM Extremadura trabaja en el proyecto a lo largo de todo el año, solapándose en algunos meses las tareas de finalización del informe del año anterior con la obtención de datos del año en curso. Todos los proveedores del proyecto en Extremadura son de la región excepto en los casos en que es imposible el llevar esto a cabo. El equipo GEM Extremadura elabora el Informe GEM Extremadura cada año, participa activamente en las reuniones del equipo GEM, en el workshop de investigación basada en el GEM, en la sección de Creación de Empresas de ACEDE²⁶, en congresos nacionales e internacionales, en los seminarios de Creación de Empresas de la Fundación Xavier de Salas, y en cuantos eventos su presencia es solicitada, tanto dentro como fuera de Extremadura.

El Consejo GEM Extremadura,

Es un órgano estable del proyecto GEM Extremadura, que constituye, no sólo una novedad desde el punto de vista de la financiación del mismo, sino una fuente de información, de conocimiento, de creación de sinergias y de generación de ideas, de gran importancia en el proyecto, que le permite planificarse a medio y largo plazo, y que no existe en todo el Consorcio GEM a nivel mundial, pudiendo ser calificado de innovación organizacional.

Misión: Se crea en el año 2004, con el fin de impulsar y establecer de manera permanente las actividades del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Extremadura. Es un órgano colegiado que asesora y facilita las líneas de actuación del Proyecto GEM Extremadura. Se constituye en el seno de la Fundación Xavier de Salas sin personalidad jurídica propia y de modo inseparable de la misma.

Visión: se trata de contar, dentro del Proyecto GEM, con un grupo selecto y representativo de la realidad socioeconómica de Extremadura, que, aporten valor al proyecto, y, sobretodo, un conocimiento real de la actividad emprendedora y empresarial de la región.

²⁶ Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas, cuya sección de Creación de Empresas ha servido de base para el desarrollo de la red de equipos regionales GEM España.

Estructura: Está formado por empresas, instituciones y organizaciones que tienen su ámbito de actuación en Extremadura y están representadas por miembros de la Alta Dirección. Su estructura es simple: un presidente, elegido cada tres años, por todos los miembros, un director y un secretario.

Operación: Aunque el contacto es permanente a lo largo de todo el año, el Consejo GEM Extremadura se reúne dos veces al año, en primavera y en otoño, teniendo las sesiones un contenido similar: información del director del proyecto sobre la marcha del mismo, un conferenciante invitado, y, sobretodo, un intenso debate entre todos los miembros.

Existe un reglamento que regula el funcionamiento del mismo, y la entrada en el consejo se formaliza a través de un convenio con una duración de tres años.

Relación de Miembros del Consejo GEM, año 2008:

Junta de Extremadura, Universidad de Extremadura, Central Nuclear de Almaraz, Federación Empresarial Cacereña, Sodiex, Sofiex, Arram Consultores, CCOO U.R. Extremadura, Urvicasa, Caja Rural de Extremadura, Palicrisa, Fundación Academia Europea de Yuste, Grupo Alfonso Gallardo, Infostock Europa de Extremadura S.A., Cámara de Comercio de Badajoz, Cámara de Comercio de Cáceres, UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, García Plata y Asociados, Quesería Pérez Andrada, Fomento de Emprendedores.

Los Conferenciantes invitados y títulos de sus conferencias han sido los siguientes:

1^{er} Consejo GEM Extremadura (Julio 2005). El Dr. Francisco Solé Parellada, Catedrático Universidad Politécnica de Cataluña, director del Programa Innova: Spin Off Universitarios y el Desarrollo.

2^o Consejo GEM Extremadura (Noviembre 2005). El Dr. Rafael Periañez Cristóbal, Profesor Titular, Universidad de Sevilla, director de La Cátedra de Emprendedores y Nueva Economía de la Universidad de Sevilla: "Investigación Pública al Servicio de la Sociedad: Universidad y Creación de Empresas.

3er Consejo GEM Extremadura (Mayo 2006). El Excmo. Sr. D. Manuel Amigo Mateos, Consejero de Economía y Trabajo de la Junta de Extremadura: "Extremadura: factores de progreso".

4^o Consejo GEM Extremadura (Noviembre 2006). D. Antonio García de Castro, Director General del Instituto Internacional San Telmo y de la Fundación San Telmo: "¿Qué podemos aprender del desarrollo del Sur de España de los últimos 25 años?".

5^o Consejo GEM Extremadura (Abril 2007). D. Carlos Güell de Sentmenat, Presidente de M & A, Fusiones y Adquisiciones y Güell-Almerich, Fundador del Círculo de Economía, Presidente de AEDME: "El Mecenazgo Empresarial: una experiencia personal".

6º Consejo GEM Extremadura- (Diciembre 2007). Dr. Ramón Tamames Gómez, Catedrático de Estructura Económica, Premio Rey Jaime I de Economía 1997, miembro del Club de Roma: “Algunas cuestiones sobre organización y financiación de las PYMEs en un mundo globalizado”.

7º Consejo GEM Extremadura (Abril 2008): Dr. Juan Manuel Sánchez Vicerrector de investigación, innovación e infraestructura científica de la Universidad de Extremadura.

Catedrático de Biología: “De la investigación a la innovación. Reto de la Universidad de Extremadura”.

8º Consejo GEM Extremadura (Octubre 2008): D. Juan Carmona, presidente de Inquiba y Tecnoquímica: “Visión y experiencia de un empresario extremeño”.

Todas las reuniones se desarrollan en un ambiente de intercambio de ideas, y con amplia participación de todos los asistentes.



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

UNA VISIÓN DE LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA EN EXTREMADURA.



¿QUÉ?

*“La mente que se abre a una nueva idea,
jamás volverá a su tamaño original”.*

Albert Einstein (1879-1955)

*“Yo contra el mundo y
el mundo no tiene suficiente vitalidad como
para quitar a una persona el deseo de progresar”.*

Sócrates (470 a. C.-399 a. C.)

5 AÑOS DE INFORMES GEM (2003-2007)



Dr. César Chaparro Gómez.

Catedrático y Ex-Rector

de la Universidad de Extremadura.

César Chaparro Gómez es Catedrático de Filología Latina y Director del Departamento de Ciencias de la Antigüedad de la Universidad de Extremadura. Cursó sus estudios de Licenciatura y Doctorado en la Universidad de Salamanca, obteniendo en ambos Premio Extraordinario. Amplió estudios en Munich y Paris (La Sorbona). Es autor de aproximadamente un centenar de publicaciones entre libros y artículos, que versan preferentemente sobre literatura visigótica, Humanismo renacentista (con especial hincapié en autores como El Brocense, Arias Montano y Erasmo de Rotterdam) y, últimamente, sobre la recepción de las artes y letras en el Nuevo Mundo. Ha sido Secretario General, Decano de la Facultad de Filosofía y Letras y Rector de la Universidad de Extremadura.

“Valores y actitud emprendedora”

Cáceres, noviembre de 2008.

Me ha tocado en la vida académica –desde el Rectorado de la Universidad de Extremadura- tratar con muchas personas de diferente ideología y posición social. En el trato más o menos cercano he procurado adivinar en ellas sus ilusiones, inquietudes y proyectos. Más allá de los encuentros protocolarios y diplomáticos he podido atisbar igualmente las bases en las que se asentaban sus ideas y valores. Esa experiencia diaria me ha enseñado a discernir dos maneras de entender los valores: una, a la americana como algo *self-made*, que cada cual se crea a su gusto y capricho, para jerarquizarlo luego según los propios intereses (eso, más que valores, son utilidades); y otra, según una concepción humanista del ser, conformado por la búsqueda de la verdad que hace libres y por otros valores, como la justicia, la libertad o la fidelidad, un todo indivisible, fruto de una raíz vital. Para quienes entienden la vida en clave de “utilidad” más que de valores, una misma cosa hoy vale y mañana no, hoy se tiene en cuenta esto y mañana lo contrario: el resultado es la incoherente doble moral de la conveniencia más antihumana. Hay valores indiscutibles en el desarrollo de cualquier acción humana. Me voy a fijar en un par de ellos, que en mi opinión deben acompañar a cualquiera que *emprenda* algo en su vida, de

manera colectiva o individual. Me refiero a la responsabilidad y a la laboriosidad.

Ser responsables es tomar las riendas de nuestra vida y responder de la marcha de la misma, de su sentido, de sus logros y de sus fallos. El que quiera ser responsable tiene que tomar distancia de lo que le viene impuesto del exterior (modas, prejuicios, opinión pública deformada, etc.). El hombre responsable no actúa en virtud de criterios externos y ajenos, a modo de marioneta. No se deja manipular. Responsabilidad implica compromiso, participación activa en la realización de valores, no sumisión a fuerzas coactivas que arrastran pero no atraen. Suele decirse que el hombre se va haciendo responsable a medida que adquiere responsabilidades: cargos que desempeñar, cometidos que cumplir. Nada más cierto, a condición de que descubra los valores que entrañan tales tareas. Ser responsable no se reduce, por otra parte, a cumplir los deberes. Es una actitud de constante disposición a responder positivamente a la apelación de los valores. Esa prontitud es tanto más necesaria cuanto más elevada es la posición social de uno y más cargada se halla de responsabilidades.

La responsabilidad es cosa de todos. La persona verdaderamente responsable no se embosca en la colectividad para rehuir sus obligaciones; responde a la llamada de la obligación sin esperar a que otro se le adelante en la realización de la tarea. Lo indica de forma sugerente el siguiente trabalenguas que me gustaba recitar de vez en cuando en los actos oficiales de nuestra Universidad:

“Este es un cuento sobre Gente llamados Todos, Alguien, Cualquiera y Nadie. Había que hacer un trabajo importante y Todos estaban seguros de que Alguien lo iba a hacer. Cualquiera lo podría haber hecho, pero Nadie lo hizo. Alguien se enojó por esto, porque era el trabajo de Todos. Cada uno pensó que Cualquiera lo podía hacer, pero Nadie se enteró de que Todos no lo iban a hacer. Todos culparon a Alguien, cuando Nadie hizo lo que Cualquiera podría haber hecho”.

La vida no la tenemos hecha de antemano. Debemos nosotros trazar sus líneas maestras, orientarla debidamente, perfilar las rutas por las que ha de moverse. Estas vías no se disipan como las velas de los navíos; quedan grabadas en nuestra biografía personal, en la configuración que vamos dando a nuestro ser: “Caminante, son tus huellas / el camino, y nada más; / caminante, no hay camino, / se hace camino al andar”.

Laboriosidad procede el término latino labor (trabajo, tarea, fatiga). La laboriosidad implica tenacidad en el esfuerzo, y esta requiere en muchos casos cierta dosis de valentía y coraje. El hombre tenaz retiene la dirección tomada, se mantiene fiel a la tarea emprendida, a la verdad encontrada, a la promesa dada. Una persona responsable no se desanima ante las dificultades, ni cede a los halagos de la sensibilidad; persigue las metas con tesón e incluso con cierta audacia, que no es temeridad sino impulso hacia las metas más altas. Una tarea emprendida con decisión es tarea medio realizada. “Toda gran marcha empieza con un primer paso”, dice un proverbio chino.

La excelencia se logra con el esfuerzo cotidiano: nuestras cualidades y destrezas sólo adquieren su plena forma y esplendor cuando las ejercitamos a diario, con tenacidad. Sin constancia en el esfuerzo, la persona más dotada no logra grandes metas. En cambio, personas con menos talento pero con tenacidad llegan muy lejos, como reza la moraleja de la conocidísima fábula esópica de la tortuga y la liebre: “La fábula muestra que muchas veces el esfuerzo vence a la naturaleza descuidada”.

La laboriosidad es, por otra parte, la clave del éxito. Es impresionante observar de cerca la capacidad de trabajo de quienes legaron una obra valiosa a la Humanidad. Tanto científicos como filósofos, artistas y hombres de letras llevaron a cabo sus hallazgos mediante un esfuerzo a veces sobrehumano. Una vez más, el Rector de Rectores, D. Miguel de Unamuno, nos proporciona la apoyatura textual:

“Prefiero para mi patria la labor de cien hombres de mediano talento, pero honrados y tenaces, que la aparición de ese genio, de ese Napoleón que esperamos...Corre por todos los ánimos de los intelectuales nuestros de hoy un viento de personalismo corto de miras, estéril, que es lo más opuesto a nuestras necesidades. Un genio nos alzaría un momento, y muerto o roto, volveríamos a...esperar, enfermos, inquietos, impasibles, otros dos o tres siglos. Para que llegue el genio, hay que hacerse digno de él; hay que provocarlo. Si nuestros jóvenes creyeran de veras en el advenimiento del genio, habríanlo producido ya, sacándolo de entre ellos mismos; si tuviesen fe en el genio, habrían hecho el genio, porque la fe crea su objeto” (Almas de jóvenes, Espasa-Calpe, Madrid, 1953, pp. 12-18).

Las pequeñas y grandes tareas y empresas de la vida presentan siempre una gran complejidad. Para realizarlas se requiere el concurso de muchos: la dirección de grandes expertos y la colaboración de innumerables personas que, aun estando en principio menos preparadas, pueden llegar a ser eficaces en una medida muy superior a lo que ellas mismas suponen.

Ya entre los antiguos, griegos y latinos, corrían lemas, sentencias y refranes que condensan magníficamente lo que acabamos de esbozar y que recomiendan esfuerzo y decisión para emprender las tareas que deben realizarse. Con ellos terminamos esta pequeña contribución: “El que ha empezado tiene hecha la mitad de la tarea” (Horacio); “También después de una mala cosecha hay que sembrar” (Séneca); “Una gota horada una piedra, un anillo se desgasta con el uso” (Ovidio).



Dr. Antonio Sáenz de Miera.

Alto directivo del Tercer Sector.

Es en la actualidad Presidente de la Red de Fundaciones Universidad-Empresa, Director de la Fundación San Benito de Alcántara, Secretario General de la Fundación Cotec, Secretario de la Fundación Eduardo Torroja, Presidente de Honor del Centro de Fundaciones y Director de la Cátedra de Análisis de la Responsabilidad Social de la Empresa en la Universidad Antonio de Nebrija. Ha sido Director-Gerente de la Fundación Universidad-Empresa durante 25 años (desde su creación en 1973 hasta 1998), Presidente del Centro de Fundaciones Españolas (1983-1999), Profesor de Política Social en la Universidad Complutense de Madrid (1969-1999), Presidente del Club de La Haya de Fundaciones Europeas (1993-1995), Presidente de la Comisión de Cultura del Club Siglo XXI (1984-1987), Presidente de la Federación Mundial de Asociaciones de Dirección de Personal (1980-1984), Presidente de la Asociación Iberoamericana de Relaciones Industriales (1978-1981), Presidente de la Asociación Europea de Dirección de Personal (1977-1979), Presidente de la Asociación Española de Dirección de Personal (1976-1979) y Director de Formación de Hidroeléctrica Española (1959-1973). Es autor de varios libros y numerosos artículos sobre temas relacionados con la Universidad y la Empresa, el mundo de las Fundaciones, el Estado de Bienestar, la Formación y el Empleo, etc. Algunos de los libros son: "A favor del Guadarrama", 2005; "El impacto del 11-S en el sector filantrópico", 2004; "El Azul del Puzzle. La identidad del tercer sector", 2000; "La Fábrica del Saber. 25 años de relaciones Universidad-Empresa", 1998; "La Sociedad Necesaria", primera edición 1992, segunda edición 1994; "El Mayo Francés", primera edición 1988, segunda edición 1993; "La Humanización del trabajo en Europa", 1979.

"Extremadura se mueve"

Madrid, noviembre de 2008.

Dicen que la utopía es el horizonte que se aleja en la misma que medida, o quizás en mayor medida, que te vas acercando a ella. En ocasiones, no hay utopías, no hay horizontes, y todo permanece estancado, inerte. Desde hace tiempo, Extremadura y los extremeños, han elegido un horizonte hacia el que se dirigen con ilusión pero también con pragmatismo. Por eso digo que la Extremadura de hoy se mueve, y se mueve dentro de los límites de lo

razonable, de lo posible. Se me dirá que no es tiempo de utopías, de cosas imposibles que no generan sino frustración, pero no es de eso de lo que estoy hablando sino de justamente lo contrario. La experiencia de los últimos años nos ha hecho ver dónde está el suelo y donde está el cielo, y debería ayudarnos a perfilar el futuro al que Extremadura puede aspirar. Es más que probable que los extremeños de hace 20 ó 30 años no pudieran imaginar entonces el lugar que hoy ocupa y las posibilidades de desarrollo que tiene la Extremadura actual. El análisis del pasado reciente nos debe ayudar a comprender y valorar el camino recorrido, pero también nos debería servir para replantear y precisar ese nuevo horizonte que tenemos delante.

Además de la realidad visible de una sociedad emergente, tenemos cifras y datos que confirman y explican esta evolución. La publicación durante cinco años del Informe GEM, periodo que aparece ahora recopilado en este libro, es una buena prueba, una prueba más, de que Extremadura se mueve. Es una nueva demostración de que, tratando de recuperar un retraso histórico que la ha mantenido durante demasiado tiempo al margen de la sociedad industrial y del desarrollo, Extremadura se mueve y lo hace, en general, en la buena dirección. Estos Informes GEM de investigación de la realidad extremeña son ya, insisto, en sí mismos, un signo de modernidad, de preocupación por el conocimiento sociológico y económico del cambio que se está operando en la sociedad extremeña.... Giran los Informes en torno al concepto de emprendizaje. En la actualidad, sería poco menos que inconcebible una sociedad moderna carente de individuos emprendedores, dispuestos a crear e inventar proyectos innovadores. Sin ellos no existirían perspectivas, horizontes, utopía.

Es cada vez más evidente que sin que se produzca un despertar y una razonable expansión del espíritu emprendedor, que es lo que se trata de medir en estos Informes comparativos de carácter internacional, el extraordinario avance que se ha producido en los últimos años en la región, gracias a las iniciativas de la Junta de Extremadura, no podría seguir progresando. Lo que ha hecho la Administración Pública, gracias a la descentralización y al reparto de competencias inherentes al denominado Estado de las Autonomías, ha sido, hasta el momento, tan necesario como eficaz; ha sido, probablemente, una *conditio sine qua non*, en el caso de Extremadura, para que la región saliera de su secular aislamiento y entrara con paso firme en la senda del desarrollo y el bienestar. Pero este modelo, en mi opinión, ha llegado a su límite, es decir, hasta ese lugar donde conviene revisar el equipaje y el vehículo que nos ha de llevar al sitio que deseamos. Hasta aquí hemos llegado, podríamos decir en tono coloquial, pero a partir de ahora tenemos que seguir caminando de otra forma y, sobre todo, tenemos que fijarnos unos objetivos muy diferentes. La utopía ha cambiado de signo, el horizonte se ha ampliado, y no es cuestión de continuar con lo mismo, es preciso innovar.

Porque hay que pensar que la acción protectora de la Administración puede conducir a una desmotivación de las iniciativas individuales: si todo está resuelto por la vía de la acción pública, los ciudadanos pierden interés en moverse para hacer frente a sus propios problemas. Este es un riesgo que podemos reconocer con cierta facilidad. Es lo que se ha denominado el efecto

perverso del Estado de Bienestar, un resultado del pacto social-demócrata, difícil de mantener si no existe un equilibrio, entre la acción estatal y las iniciativas individuales de carácter económico y social. Estamos en el momento de revertir la balanza dando un mayor protagonismo a las iniciativas sociales, de favorecerlas y de impulsarlas, con criterio, pero sin temor. Es un avance muy importante, creo yo, la circunstancia cierta, tangible, de que tanto la innovación como el protagonismo de la sociedad civil son ya valores reconocidos por todos, o por casi todos, para ser más preciso, a los que recurrimos con frecuencia, con tanta seguridad como confianza, porque sabemos que en ellos está el futuro al que aspiramos. Ahora hay que dar el paso siguiente, el que nos ha de llevar de la retórica de las palabras a la realidad de los hechos. Si apelamos a la innovación hay que promoverla, facilitarla, darla paso, a través de un proceso de redistribución de los papeles: los de la Junta y los de la sociedad. Sería un contrasentido peligroso que se nos llenara la boca de innovación y sociedad civil para acto seguido dejarnos llevar por la tentación de lo ya conocido.

Extremadura ha cambiado. Es un hecho. Las campañas publicitarias pueden ayudar a hacer desaparecer una imagen equivocada, pero la cuestión de fondo es que la realidad es la que es, esto es, que esa nueva sociedad extremeña comienza a aflorar a la superficie. Si eso no fuera así, cualquier campaña carecería de sentido además de ser un fraude. Más allá de la imagen de Extremadura, que nunca será del todo fiel, es evidente que a partir de ahora se necesita como el comer que esa sociedad emergente se movilice, cobre el protagonismo que exige y merece. Y que la estimulen a hacerlo. Eso es algo que hemos podido percibir los que, desde fuera, pero, en cierto sentido, también desde dentro, hemos estado en condiciones de seguir, apreciar y valorar las transformaciones ya realizadas.

Me referiré a una experiencia concreta en la que muy modestamente he podido participar y que he seguido de cerca. Hace veinte o treinta años, Alcántara era una ciudad llena de maravillas, como hoy, claro, pero dormida, apagada, quieta. Se hubiera podido pensar que se dejaba llevar por la inercia y la fatalidad, que no era posible, no digo resucitar, sino simplemente sacar partido de las glorias pasadas para abrir el futuro. Hoy se puede ya sentir el pulso de la villa; Alcántara, como Extremadura, se mueve, gracias, en gran parte, eso es cierto, a las iniciativas municipales, pero cada vez con mayor soporte y estímulo de la población. Y ahí está la clave de la solución del problema. El turismo se está ciertamente promocionado gracias a la excelente Hostería promovida por la Junta; pero todo podría quedar en poca cosa si no se extendiera entre los alcantarinos el interés por participar en el desarrollo del pueblo a través de la apertura de hoteles privados, de casas rurales, o de otros proyectos sociales. En cualquier caso es evidente que Alcántara se ha puesto en marcha; la imagen del pueblo se ha remozado con una nueva señalización y son cada vez más patentes los signos de recuperación de las antiguas grandezas.

Pero no nos podemos basar en experiencias aisladas y, en cierto modo, personalizadas; necesitamos instrumentos de análisis objetivos y sistematizados que nos permitan analizar y valorar la realidad extremeña en su

justa medida. De ahí la importancia de esta publicación que cubre el periodo de los últimos cinco años. El Informe de 2007 nos da buenas y malas noticias. Nos dice, por ejemplo, que se ha producido un incremento de un 30% en el número de personas que están considerando emprender un negocio en los próximos tres años. Pero también nos advierte de que en cuanto a la creación de nuevas empresas se ha producido el menor porcentaje desde que se viene realizando el Informe. En general, en todos los países en los que se ha hecho esta investigación, la tasa de la actividad emprendedora ha sufrido una cierta desaceleración. Pero nos enteramos de que, entre los países de la Europa GEM, Extremadura sigue ocupando los primeros lugares en actividad emprendedora, lo mismo que ocurre si relacionamos su situación con la de los países de la OCDE.

El perfil del nuevo empresario que se dibuja en el informe nos muestra a un hombre de unos 39 años con un nivel de estudios primarios, lo cual nos debería reflexionar sobre el papel de la Universidad.... En fin, tenemos aquí, en este libro, abundantes cifras, datos, y análisis que son otros tantos motivos para reflexionar y para confiar, pero sobre todo para actuar. El espejo del Informe GEM de Extremadura, dirigido por el profesor Hernández Mogollón, nos muestra, creo yo, más luces que sombras, aunque, como es evidente, todavía queda mucho trabajo por hacer sobre todo en materia de autoconfianza, pues es evidente que los ciudadanos extremeños necesitan creer más en sí mismos, en sus capacidades y en sus posibilidades. Nos recuerda Ramón Tamames que los emprendedores son los que verdaderamente promueven el crecimiento y el desarrollo de un país. Tengo la seguridad de que esos emprendedores los tiene Extremadura. Y ya se están moviendo. Démosles lo que necesitan: capacitación y confianza.

Análisis y desglose de la actividad emprendedora en Extremadura (2003-2007)

¿Qué actividad emprendedora se ha desarrollado en Extremadura durante estos últimos cinco años?

¿Ha sido similar a la del resto de España, de Europa, o de los países que han participado en el estudio?

En general, podemos considerar que la actividad emprendedora que se ha desarrollado en la región en los últimos cinco años ha sido bastante notable, y en muchos casos, podríamos decir que sobresaliente. Eso sí, siempre y cuando tengamos en cuenta que formamos parte de un país desarrollado con un nivel de actividad emprendedora moderado, que habiendo tenido un desarrollo sostenido a lo largo de las últimas décadas, actualmente no tiene muy arraigado el espíritu emprendedor.

Si bien es cierto, que la región tiene la renta per cápita menor de todas las comunidades autónomas españolas, y por tanto, el empuje de sus iniciativas empresariales se ha debido en una parte muy significativa a situaciones de necesidad o falta de alternativas claras de trabajo por cuenta ajena que han impulsado a las personas al autoempleo; también es cierto que los porcentajes de actividad por iniciativas que han surgido para aprovechar oportunidades de negocio han sido muy importantes, superiores a la media española y europea. Esto nos habla, no sólo de la condición de subdesarrollo endémico que se viene arrastrando en la región desde épocas pasadas, sino también, del empuje, modernización y dinamismo que la sociedad extremeña está acometiendo en los últimos años al hacer frente a las nuevas oportunidades del mercado.

Prueba de ello es la tasa de actividad emprendedora media extremeña del último quinquenio (7,62%), el crecimiento de esta tasa desde el 2003 al 2007 en un 5,59% o el aumento de un 11,66% del número de iniciativas emprendedoras en el mismo periodo. Datos que, aunque no son comparables en muchos aspectos con las estadísticas oficiales del INE²⁷, vienen corroborados por éstas, ya que en ellos observamos que hemos pasado de 58.306 empresas al 1/01/2003 a 67.852 al 1/01/2008²⁸.

Si queremos tener una visión más amplia de la situación, debemos situar a Extremadura en el contexto internacional y nacional. Así, en el ámbito internacional, la medida de comparación nos la dan los 59 países diferentes de los cinco continentes que han participado en el periodo 2003 al 2007 en el Proyecto GEM: 29 europeos, 14 americanos, 12 asiáticos, 2 africanos y 2 de Oceanía. Aunque sólo 25 de ellos lo han hecho al menos en cuatro de las cinco ediciones, de los cuales el 60% son europeos.

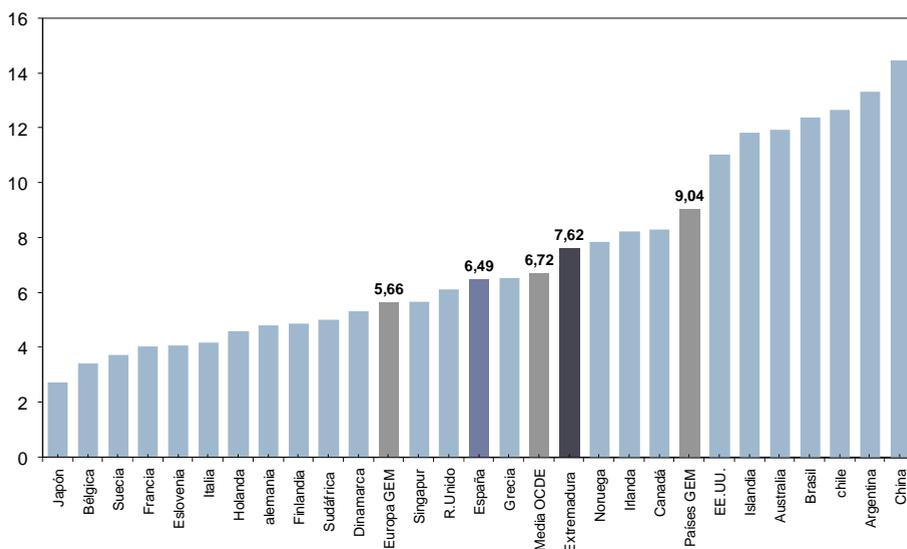
²⁷ Téngase en cuenta que los datos DIRCE hacen referencia al registro empresarial a fecha de uno de enero del año en curso pero con datos del año anterior, mientras que GEM abarca el período Julio - Julio entre dos años. Los datos GEM son estimaciones basadas en encuestas a la población. Por tanto, hay que presumir que, trabajando con muestras de población cada vez mayores, GEM se aproxime notablemente al registro, aunque siempre será diferente por el tipo de medición que realiza.

²⁸ Fuente: Directorio Central de Empresas (INE).

El gráfico 1 nos refleja el nivel de actividad emprendedora media de este conjunto de países que han participado al menos en cuatro de los cinco años medidos.

En él observamos, que como sucede con España en su conjunto, Extremadura se encuentra en una posición intermedia entre los países que tienen una actividad emprendedora moderada. En lo más alto del gráfico se encuentran un grupo de países en vías de desarrollo con importantes tasas medias de participación en iniciativas emprendedoras, como China (14,48%), Argentina (13,33%), Chile (12,66%) o Brasil (12,41%); mientras que en la parte baja, hallamos países con altos niveles de desarrollo pero bajas actividades emprendedoras, como Japón (2,74%), Bélgica (3,43%) o Suecia (3,74%).

GRÁFICO 1. Comparación de la Actividad Emprendedora Total en los países GEM en el período 2003-2007. TEA media (2003-2007). Países que han participado cuatro o cinco años.



Esta relación entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico de las naciones es uno de los aspectos importantes que han sido destacados por los investigadores del Proyecto GEM a lo largo de los últimos años. De tal manera, que se ha hallado que dicha relación es recíproca, ya que no sólo la actividad emprendedora de un país puede explicar en parte su nivel de desarrollo, sino que también el grado de desarrollo de las naciones, que se corresponde con un ciclo evolutivo de larga duración, explica la dimensión de las iniciativas emprendedoras, revelando ambos el momento del ciclo en el que se encuentra cada uno de los países (De Castro et al., 2008). Además, esta relación no es lineal, sino que responde a una función en forma de curva cuadrática, como la del gráfico 2.

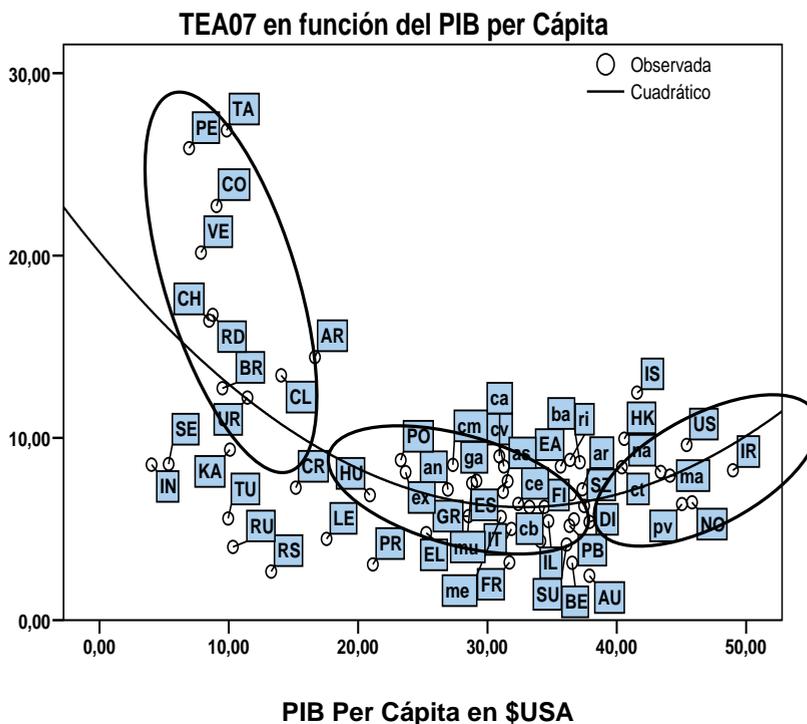
En él, observamos cómo el índice TEA depende significativamente del grado de desarrollo de los países y de las regiones representado por el PIB real

per cápita en Paridades de Poder Adquisitivo (PPS) a precios corrientes del 2007²⁹.

De la variabilidad de la tasa de actividad emprendedora para los diversos países y su relación con el crecimiento económico deducimos que existen diversos modelos de país en cuanto a la actividad emprendedora en función del grado de desarrollo histórico en el que se encuentren los países (De Castro et al., 2008), como señalamos con los diversos círculos:

- Países subdesarrollados o en vías de desarrollo, que desarrollan una gran actividad emprendedora.
- Países desarrollados, en los no existe una gran tradición emprendedora y llevan a cabo una actividad emprendedora moderada.
- Países desarrollados con tradición emprendedora que despliegan una actividad emprendedora notable.

GRÁFICO 2. Relación de dependencia del TEA respecto al nivel de desarrollo de los países y regiones españolas GEM 2007.



Así, los países menos desarrollados tienen tasas muy altas de iniciativas emprendedoras, impulsadas en gran medida por la necesidad. Con bajos PIBs

²⁹ Se ha realizado un modelo de regresión lineal cuadrático en el que el ajuste o capacidad explicativa del modelo es del 35,6%.

y altas TEAs se sitúan a la izquierda de la curva. Son por ejemplo, Tailandia (9,84 y 26,87%), Perú, (6,93 y 25,89%), Colombia (9,05 y 22,72%), Venezuela (7,85 y 20,16%) o China (8,48 y 16,43%).

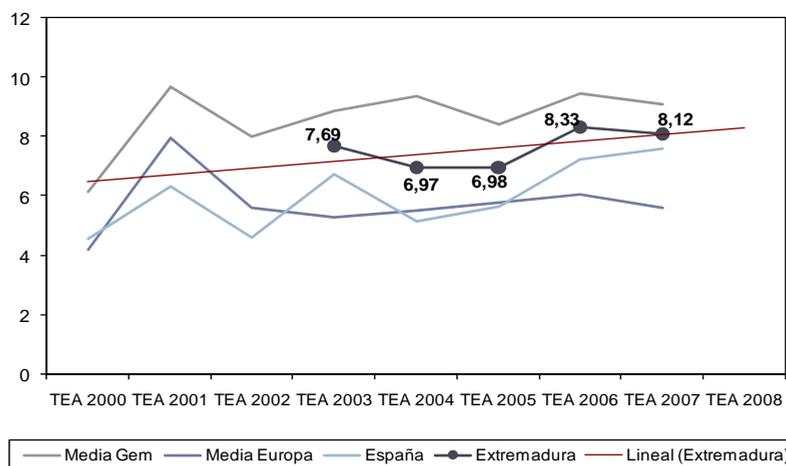
En los países más desarrollados, en los que la oportunidad tiene un mayor peso, los índices de actividad emprendedora fluctúan. Por un lado, hay países con menores culturas emprendedoras, entre los que se sitúa España, Francia, Italia, etc., en los que las tasas son bajas o moderadas. Se sitúan en la parte central y baja de la curva. Y por otro, existen países con mayor tradición emprendedora (EEUU, Nueva Zelanda, Canadá, Finlandia, etc.), en los que las iniciativas emprendedoras son importantes. Están situados en la parte derecha de la curva. España se encuentra en la parte media de la curva junto con los países de su entorno europeo, con un PIB medio y una moderada tasa de actividad emprendedora.

En el ámbito regional sucede lo mismo. Extremadura, con la renta per cápita más baja de todas las comunidades autónomas, tiene una de las tasas de iniciativas emprendedoras más altas, lo que se ajusta a su nivel de desarrollo histórico, como viene mencionando el GEM.

Por otro lado, cuando comparamos la evolución de la actividad emprendedora extremeña con la de su entorno, observamos que la TEA, que ha fluctuado en Extremadura entre el 6,97% y el 8,33% en los últimos cinco años, se mantiene por encima de la media española (4,55% - 7,62%) y europea (4,2% - 7,98%), moviéndose siempre por debajo de la media de los países GEM (6,14% - 9,68%).

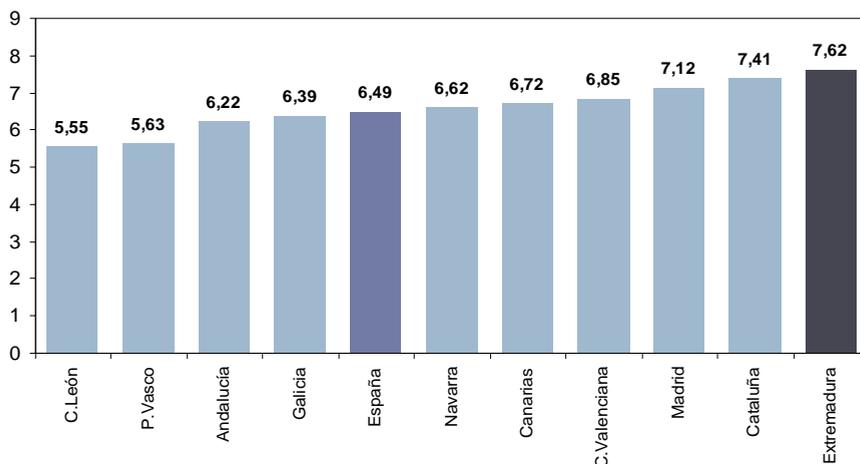
La línea de tendencia que destacamos para el caso extremeño en el gráfico 3, nos haría suponer que para 2008 se produciría una TEA por encima del 8%, pero el agravamiento de la situación económica nacional e internacional presuponen una bajada que la sitúe entre el siete y el ocho por ciento.

GRÁFICO 3. Comparación TEAs GEM, Europa, España para 2000-2007 y Extremadura 2003-07.



Para realizar una comparación dentro de España nos encontramos con la dificultad de que no todas las regiones han participado en el proyecto desde 2003 por lo que consideraremos sólo a aquéllas de las que tenemos datos al menos de tres años, es decir, 10 comunidades.

GRÁFICO 4. Extremadura en la España GEM (TEA 0307). Regiones que han participado tres o más años.

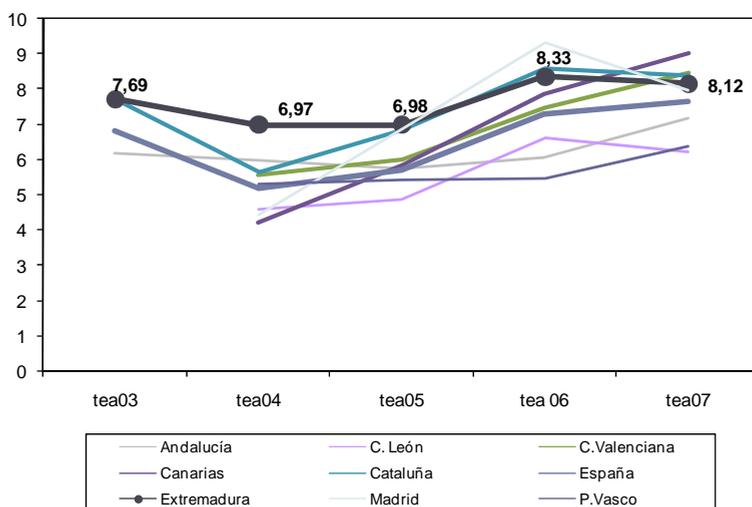


El gráfico 4 nos revela que la TEA media entre 2003 y 2007 de Extremadura (7,62%) es la más alta de las diez regiones, por encima de zonas tradicionalmente emprendedoras como Cataluña (7,41%), Madrid (7,12%) o la Comunidad Valenciana (6,85%), y un 17,4% más alta que la media española, que ha sido del 6,49%.

En el gráfico 5 vemos que Extremadura ha ocupado el primer lugar desde 2003 a 2005, siendo sobrepasada por Madrid, Valencia o Canarias en alguno de los dos años restantes. No obstante, en 2006 y 2007 ha mantenido buenos índices, lo que ha hecho que su media sea la mejor de las 10 regiones de las que se disponen datos de tres años.

Una vez situada Extremadura en el contexto exterior, podríamos seguir ahondando en el ámbito regional preguntándonos si la mayor densidad poblacional o empresarial, el ámbito urbano, rural o provincial hacen que sus habitantes se involucren más en iniciativas emprendedoras. Así, profundizaremos en la actividad emprendedora analizándola por áreas, zonas urbanas o rurales³⁰ y provincias.

³⁰ Se define como zona urbana a la población con más de 5000 habitantes y zona rural a la de menos.

GRÁFICO 5. Evolución de las regiones en función del TEA GEM (TEA0307).

Para ello, nos ha parecido oportuno dividir la región en cinco grandes áreas que concentran y configuran la producción, la población, las infraestructuras y las relaciones económicas, en función de dos criterios, el geográfico y el económico-cultural. Estas áreas se aproximan al concepto de “ejes estructurales” y configuran unidades territoriales muy relacionadas, que cuentan con varias concentraciones urbanas que centralizan las actividades económicas de la zona, siendo capaces de retroalimentarse a sí mismas. Esta unidad territorial tiende a cohesionar (con desigual fuerza) en una relación de dependencia, un entorno territorial próximo (Baigorri, 1995).

Las áreas, que vienen reflejadas en la figura 1, son:

1) Área Norte.- Principalmente formada en torno al regadío. Sus elementos estructurales son los regadíos de Alagón y Árrago en el Oeste, el valle del Jerte en el Centro y las Vegas del Tiétar y La Vera en el Este. Esta zona cuenta con una vasta extensión muy clara en su definición. Los núcleos principales que la constituyen son Plasencia, como ciudad principal, y Coria, Talayuela, Jaraíz y Navalmoral de la Mata, como secundarias. Reúne en 2007 a 203.311 personas y ha alcanzado en los últimos años un gran potencial económico.

2) Área de Cáceres.- Esta zona está formada en torno a la ciudad de Cáceres, que cohesiona un entorno muy determinado. Tiene 203.910 habitantes.

3) Área de las Vegas del Guadiana.- Esta área que ocupan las Vegas del Guadiana aglutina una zona que está definida por el río Guadiana y sus afluentes, y reúnen una zona importante en la producción en regadío. Tiene una población de 455.941 habitantes. Los núcleos urbanos principales que

vertebran esta área son: Badajoz, Mérida, Villanueva de la Serena y Don Benito.

4) El Área de Barros.- Constituye una pequeña agrupación de pequeñas ciudades y pueblos cohesionados por un área agropecuaria uniforme, cuyos núcleos principales son Zafra y Almendralejo. Acoge a 154.249 personas.

5) El Área Sur.- Esta zona, se estructura entre Jerez de los Caballeros y Azuaga. Agrupa a 72.579 habitantes, con una cierta y creciente cohesión, a pesar de sus diferencias.

FIGURA 5. Mapa de las áreas de Extremadura.



Como ya hemos mencionado, en el periodo de los cinco años que estamos analizando, la tasa de actividad emprendedora extremeña ha crecido un 5,59%. Esta subida se ha sustentado en el incremento de las iniciativas empresariales en tres zonas: dos de la provincia de Badajoz, como son las Vegas del Guadiana y la zona Sur, y una de la provincia de Cáceres, la zona Norte. El aumento de estas iniciativas se ha producido en las zonas rurales, ya que la TEA urbana ha permanecido estable en este periodo.

Después de varios años de análisis de las tasas de actividad emprendedora en las diferentes áreas, podemos extraer algunas conclusiones:

1. La zona de Barros y la franja de Cáceres han sido las que han mantenido mayores tasas de iniciativas empresariales durante estos años, lo que las ha llevado a tener las TEAs medias mayores de las cinco áreas (10,73% vs. 7,7%). No obstante, las bajadas de sus índices en el último año, sobre todo en el caso de la zona de Cáceres, las han llevado a incidir negativamente en la TEA media de la región.

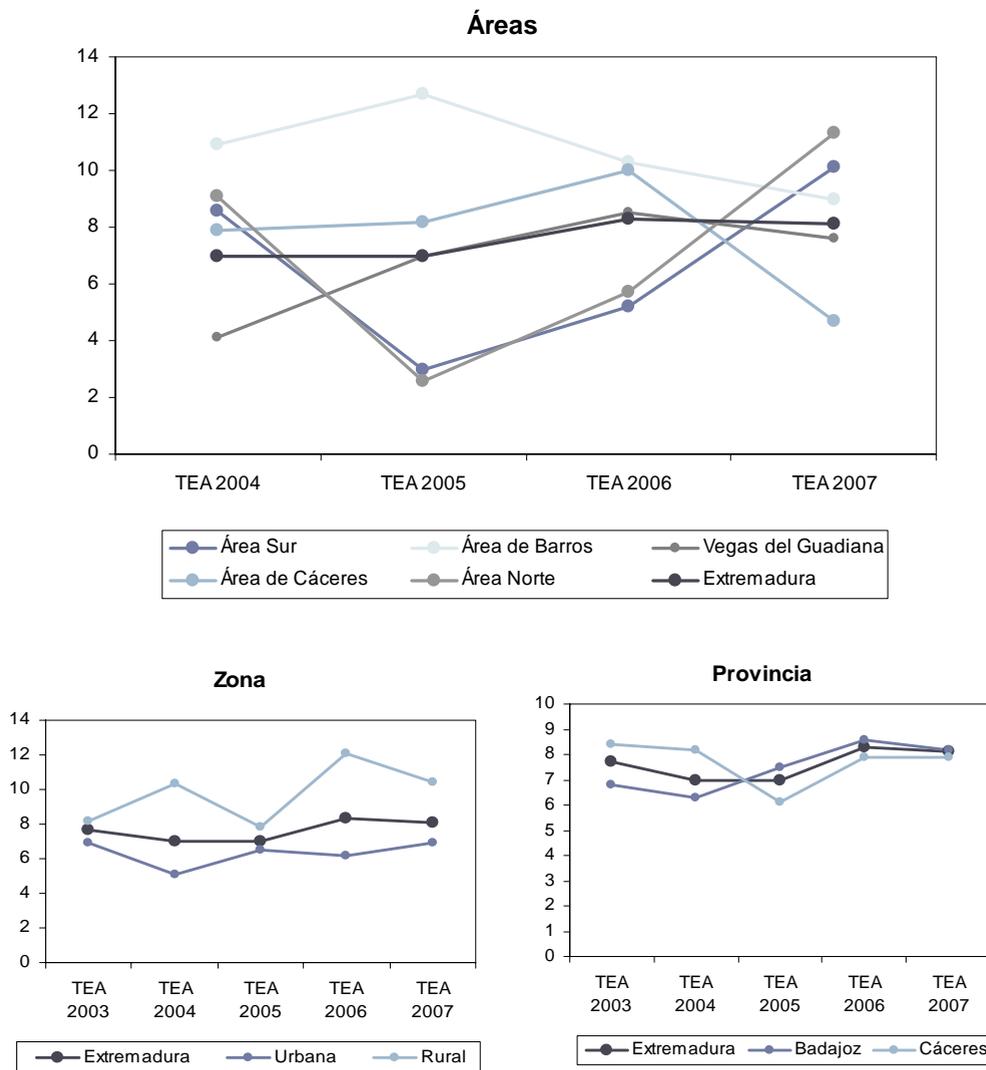
2. Las tasas de las zonas Norte y Sur han evolucionado de forma similar, y aunque sus índices han fluctuado mucho, al final han conseguido aportar un balance positivo a la tasa media de actividad emprendedora de la comunidad.
3. La zona de las Vegas del Guadiana, con un aumento significativo de población en estos cinco años (13.542 personas sobre 16.086 en toda Extremadura), es la que mayor aumento en su TEAs ha tenido, aunque su TEA media final es de las más moderadas (6,8%). En los tres últimos años se ha mantenido pareja a la evolución de la media regional, como vemos en el gráfico 6.

TABLA 1. Extremadura por áreas, zonas y provincias. TEA (2003-2007).

Áreas, Zonas y Provincias	Población 2003	Población 2007	Tea 03 (%)	Tea 04 (%)	Tea 05 (%)	Tea 06 (%)	Tea 07 (%)	Variación Tea 2004/07
Área								
Norte	204.596	203.311	-	9,1	2,8	5,7	11,3	+24,18%
Cáceres	201.958	203.910	-	7,9	8,2	10	4,7	-40,51%
Vegas Guadiana	442.399	455.941	-	4,1	7	8,5	7,6	+85,37%
Área de Barros	152.273	154.249	-	10,9	12,7	10,3	9	-17,43%
Sur	72.678	72.579	-	8,6	3	5,2	10,1	+17,44%
Zona								
Urbana	666.171	690.062	6,9	5,1	6,5	6,2	6,9	0%
Rural	407.733	399.928	8,2	10,3	7,8	12,1	10,4	+26,83%
Provincia								
Badajoz	663.142	678.459	6,8	6,3	7,5	8,6	8,2	+20,59%
Cáceres	410.762	411.531	8,4	8,2	6,1	7,9	7,9	-5,95%
Extremadura	1.073.904	1.089.990	7,69	6,97	6,98	8,33	8,12	+5,59

El índice medio TEA 0307 por zonas nos muestra que hay una mayor actividad emprendedora en las zonas rurales (9,76%) que en las urbanas (6,32%), es decir, en poblaciones con menos de 5000 habitantes. La evolución detallada de los cinco últimos años reflejada en el gráfico 6, nos lo muestra de forma clara.

Por otro lado, la TEA provincial nos refleja una tendencia en la que durante los dos primeros años del estudio la provincia de Cáceres tenía índices más altos que la de Badajoz, mientras que en los dos siguientes fue al contrario. En 2007, la diferencia entre los índices de actividad emprendedora de ambas provincias se ha estrechado, llegando a ser muy similares. Prueba de estas evoluciones análogas son las tasas medias de los últimos cinco años, 7,48% para Badajoz y 7,7% para Cáceres.

GRÁFICO 6. Evolución de la TEA de las áreas, zonas y provincias de Extremadura.

Además de estos ámbitos, las diferentes fases que se producen en el proceso de creación empresarial nos permiten efectuar el desglose de la actividad emprendedora en Extremadura. De esta manera, podemos estudiar a las personas que aún no han constituido su empresa pero han mostrado alguna intención de hacerlo (empresarios potenciales), a las empresas que se acaban de crear y tienen menos de tres meses de vida (empresas nacientes), a las que tienen entre 3 y 42 meses de actividad (empresas nuevas), a las que han superado esta etapa (empresas consolidadas), o incluso a los negocios que ya han cerrado su actividad.

El GEM considera como iniciativa emprendedora a todo negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha por una o varias personas y que no sobrepasa los 42 meses de vida. Por tanto, sólo considera como nuevas iniciativas (early-stage) que se reflejan en la TEA, las que comprenden a los empresarios nacientes y a los nuevos, excluyendo a los empresarios potenciales y a los ya establecidos (más de 42 meses).

A partir de estos antecedentes, podemos efectuar una estimación total del número de iniciativas emprendedoras entre la población adulta que se han producido desde el 2003 al 2007 y del número de empresarios en su fase inicial en este periodo³¹. Así, Extremadura, con una población total que ha oscilado entre 1.073.904³² y 1.089.990³³ personas y una población activa entre 18 a 64 años que ha fluctuado entre 639.899³⁴ y 676.656³⁵ individuos, ha involucrado en actividades de creación de empresas en los últimos cinco años alrededor de un cuarto de millón de personas desde julio de 2003 a julio de 2007, de las cuales 158.322 han sido hombres y 92.386 mujeres.

Estas estimaciones vienen reflejadas en la tabla 2. En ella observamos que el número estimado de iniciativas empresariales en los cinco años analizados está en torno a las 250.000. Además, si consideramos que el número medio de empresarios-propietarios que tiene cada iniciativa ha sido de 1,716, podemos estimar un número total de empresarios involucrados en la fase inicial, que tienen menos de tres años y medio de vida, de 431.253.

TABLA 2. Estimación del número de iniciativas emprendedoras y número de empresarios en fase inicial entre la población adulta (18-64 años) entre 2003 y 2007.

Año	% Iniciativas	Población Activa	Nº Iniciativas Total	Nº Iniciativas con Intervalo de confianza al 95% Error muestreo: ±3,09%	Nº propietarios por iniciativa	Nº empresarios fase inicial
2003	7,69	639.899	49.208	47.687 – 50.728	1,87	92.134
2004	6,97	641.822	44.761	46.144 – 43.378	1,63	72.896
2005	6,98	670.793	46.821	45.374 – 48.268	1,68	78.778
2006	8,33	644.353	54.972	53.273 – 56.671	1,71	94.121
2007	8,12	676.656	54.946	53.248 – 56.644	1,69	93.324
Total	7,62		250.708	242.961– 258.455	1,716	431.253
Variación 2003/2007	0,43	36.757	5.738		- 0,18	1.190
%Variación 2003/2007	5,59%	5,74%	11,66%		- 9,63%	1,29%

³¹ Como ya hemos mencionado, en ningún caso debe efectuarse una comparación entre estos datos y los del registro oficial de empresas que ofrece el DIRCE con un año de diferencia, a primeros de Enero de cada año. GEM mide un concepto más amplio que el registro de empresas, que es la actividad emprendedora.

³² Fuente: INE (2007): Población referida al 01/01/2007.

³³ Fuente: INE (2003): Población referida al 01/01/2003.

³⁴ Fuente: Eurostat-INE (2007).

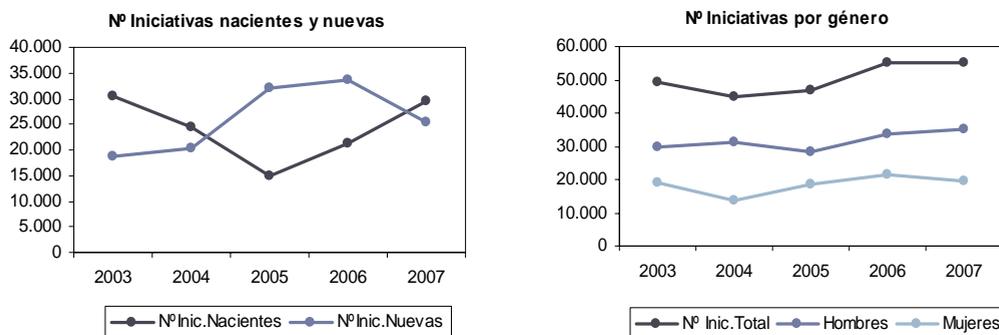
³⁵ Fuente: INE (2003).

Durante los últimos cinco años el número de iniciativas emprendedoras ha crecido un 11,66%, mientras que el porcentaje de población activa sólo lo ha hecho en un 5,74%, y aunque ha disminuido el número de propietarios por iniciativa, el número total de nuevos empresarios ha crecido, según las estimaciones GEM, un 1.29%.

Por otro lado, el mayor número de iniciativas emprendedoras ha estado en las empresas nuevas frente a las nacientes (130.242 vs. 120.242). Mientras que estas últimas sólo han descendido con respecto a 2003 en un 3,17%, ya que han conseguido recuperarse de las fuertes caídas de 2004 y 2005, como nos muestra el gráfico 7; las empresas nuevas han incrementado en un 35,66%, a pesar de caer su número en el último año.

En cuanto a la división por sexo, podemos decir que no sólo la participación masculina en las iniciativas empresariales ha sido sustancialmente mayor, sino que su crecimiento con respecto a 2003 ha sido también más acusado que el de las mujeres (17,79% vs. 2.05%).

GRÁFICO 7. Evolución de las Iniciativas nacientes, nuevas y en función del género.

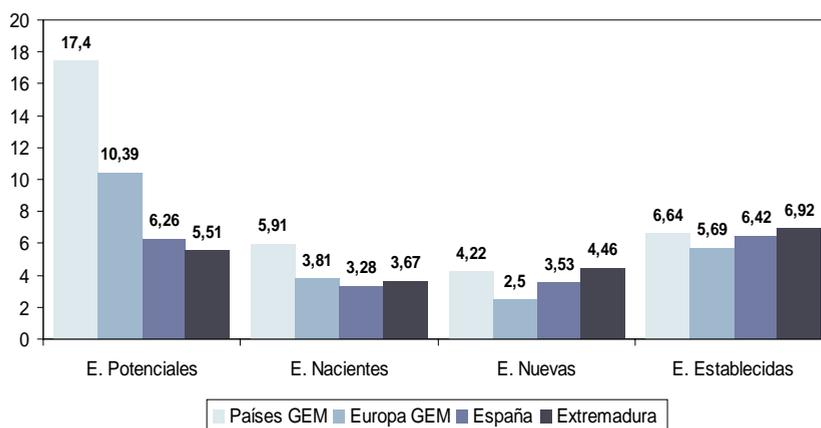


Los gráficos 8 y 9 nos resumen el desglose de la actividad empresarial en la región extremeña y su evolución, es decir, nos muestran para el periodo 2003-2007 el porcentaje de personas entre 18 y 64 años que han estado involucradas en actividades empresariales en las diferentes fases del proceso de creación y mantenimiento de una empresa, e incluso, el porcentaje de negocios cerrados en el periodo.

El GEM denomina empresario potencial a aquella persona que está considerando emprender un negocio en los próximos tres años. El porcentaje de empresarios potenciales en Extremadura está por debajo de las medias española, europea y del GEM, lo que en principio supone una alerta de cara al futuro. Sin embargo, en los dos últimos años el porcentaje de empresarios potenciales ha aumentado un 111,95% con respecto a 2005, donde se produce

el punto más bajo. Esto ha supuesto que a partir de entonces se haya roto la tendencia negativa que se venía observando desde el 2003.

GRÁFICO 8. Desglose de la actividad emprendedora. Media (2003-2007).



En cuanto al porcentaje de empresarios nacientes, es decir, aquellos adultos de entre 18 y 64 años que están involucrados en la puesta en marcha de una nueva empresa de la cual poseen, al menos una parte, y en la que aún no han pagado salarios durante más de tres meses, podemos decir que Extremadura se encuentra en el mismo nivel que el resto de los países europeos y por debajo de la media GEM, aunque en 2007 los porcentajes se han acercado bastante (4,93% vs. 4'35%). La evolución del número de empresarios nacientes ha sido similar a la de la media española, aunque se ha mantenido casi siempre por encima de ésta. En los dos últimos años se observa una tendencia al alza, lo que ha llevado a la región a situarse entre las tres primeras comunidades en el número de empresas nacientes.

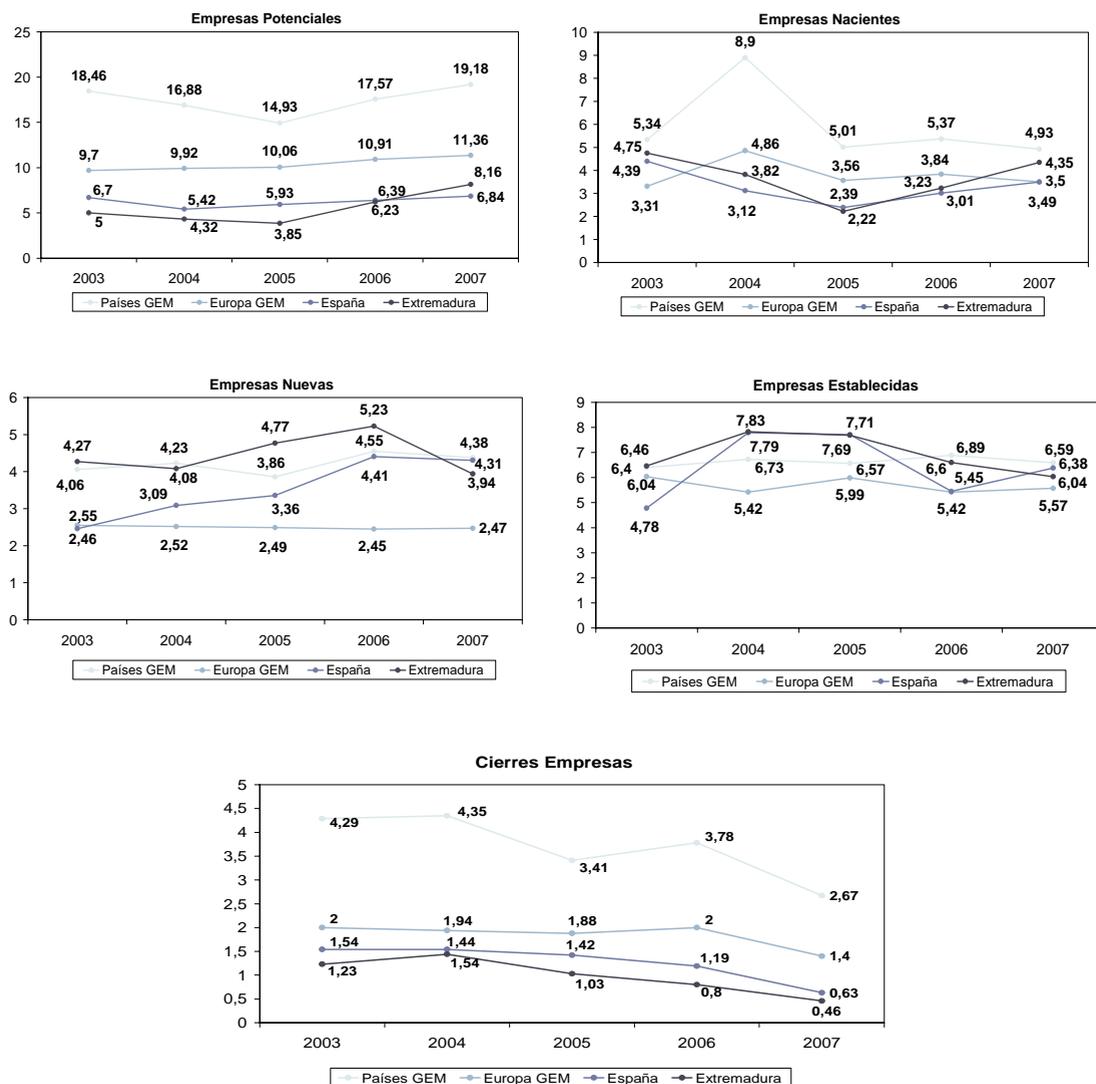
Las empresas nuevas reflejan el porcentaje de adultos de 18 a 64 años que están involucrados en la propiedad y dirección de un negocio que lleva pagando salarios por un periodo que oscila entre los 3 y los 42 meses.

A pesar de que en 2007 el porcentaje de empresas nuevas en Extremadura fuese el menor de los últimos cinco años, la media para este periodo de las empresas nuevas (4,46%) ha sido superior a la de los países GEM (4,22%), a la de Europa (2,50%) y la de España (3,53%). No obstante, hay que prestar atención a la fuerte bajada que se ha producido en el último año (22,75%), que ha llevado a la comunidad a situarse por debajo de la media nacional y la de los países GEM, ya que las nuevas empresas han sustentado la mayor parte de las más que aceptables tasas de actividad emprendedora de Extremadura en los últimos años.

Por otro lado, las empresas establecidas o consolidadas nos muestran el porcentaje de adultos entre 18 y 64 años involucrados en nuevos negocios

como propietarios-directores, que llevan pagando salarios por más de 42 meses.

GRÁFICO 9. Evolución de las empresas potenciales, nacientes, nuevas, establecidas y cierres de negocios. Periodo 2003-07.



La situación de las empresas establecidas es muy similar al de las empresas nuevas. El porcentaje de Extremadura del último año ha sido el más bajo del periodo analizado, lo que tampoco ha impedido que la media quinquenal (6,92%) sea superior a la media GEM (6,64%), a la española

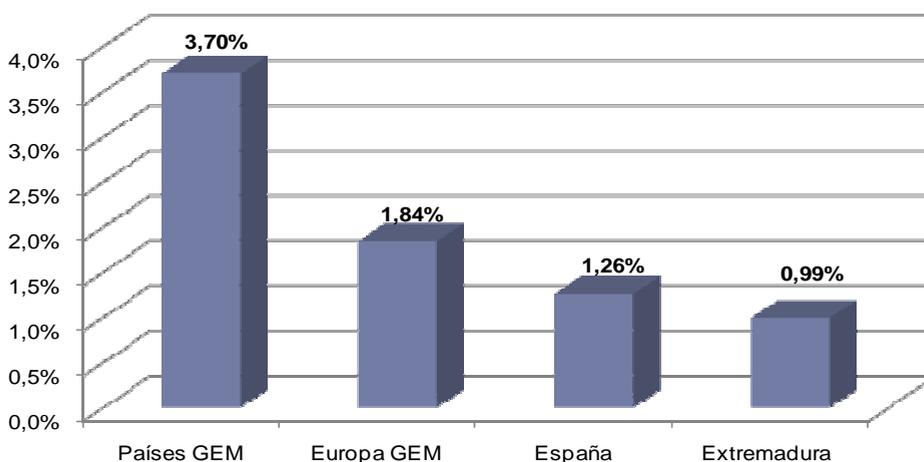
(6,42%) o a la europea (5,69%). Si bien es cierto, que la disminución del porcentaje personas involucradas en actividades consolidadas en los dos últimos años ha sido del 21,06%, cuando hacemos la comparación con referencia a 2003, esta disminución se queda en un 6,5%. Si además, miramos los cierres de empresas, vemos que la evolución de estos cinco últimos años ha sido similar a la de las empresas establecidas, habiendo descendido también para este año. Lo que nos lleva a pensar que la densidad empresarial se mantiene.

Por último, los cierres de empresas nos muestran el porcentaje de personas que han disuelto o abandonado una actividad empresarial en los países y regiones analizadas en los últimos doce meses anteriores a la recogida de datos para la elaboración del informe, es decir, entre los meses de julio a julio de cada año.

Las medias de los últimos años, reflejadas en el gráfico 10, nos muestran clarísimamente que el porcentaje de negocios cerrados en Extremadura es el menor de todos.

Como nos muestra el gráfico 9 de evolución, tanto en el contexto internacional como en el español, este porcentaje ha venido cayendo en los últimos años. En el conjunto de países del GEM y de Europa, desde 2003 la bajada ha sido de un 37,76% y un 30% respectivamente, mientras que en España ha llegado hasta el 59,1%. Extremadura por su parte ha tenido la mayor disminución del porcentaje de cierres de negocios: un 62,60%. Es de suponer, que debido a la crisis económica, en 2007 hayamos tocado fondo y el porcentaje de negocios que cesan en su actividad se vea fuertemente incrementado en los próximos años.

GRÁFICO 10. Porcentaje de Negocios Cerrados (7/2003-7/2007).





GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

UNA VISIÓN DE LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA EN EXTREMADURA.

¿QUIÉN?

*“Hay hombres que luchan un día y son buenos.
Hay otros que luchan un año y son mejores.
Hay quienes luchan muchos años y son muy buenos.
Pero hay los que luchan toda la vida:
esos son los imprescindibles.”*

Bertolt Brecht (1898-1956)

*“El futuro tiene muchos nombres:
para el débil es lo inalcanzable,
para el miedoso, lo desconocido.
Para el valiente, la oportunidad.”*

Victor Hugo (1802-1885)

5 AÑOS DE INFORMES GEM (2003-2007)

Autores: Ricardo Velasco / Murguía • José Carlos Díaz Castro • María



Dr. Eustaquio Sánchez Salor.

Catedrático de Filología Latina.

Eustaquio Sánchez Salor es catedrático de Filología latina de la Universidad de Extremadura. Es Licenciado y doctor por la Universidad de Salamanca. Ha desarrollado su enseñanza Universitaria en las Universidades de Salamanca, La Laguna, Granada y Extremadura. En las tres últimas como catedrático ya de Filología Latina. Sus líneas de investigación se han centrado, desde el punto de vista diacrónico, en la baja latinidad y en el Renacimiento. Desde el punto de vista sincrónico, dichas líneas se han movido en los siguientes campos: la Gramática y la Sintaxis latina; el latín de los cristianos; y la historia de la Gramática y de la Retórica. En todos estos campos ha publicado libros y un gran número de artículos, y ha participado en congresos nacionales e internacionales. En relación con la última de las líneas ha recibido el último premio de investigación bibliográfica “Bartolomé José Gallardo” por un trabajo sobre las ediciones de la Gramática de Nebrija.

“¿Quién?”

Cáceres, septiembre de 2008.

Con mucha frecuencia se dice que el extremeño no es emprendedor; que una de las causas del presunto retraso de Extremadura es precisamente ese defecto de los extremeños. Esto del retraso de Extremadura es un tópico. Es cierto quizás que, en su momento, tuvo su punto de partida en la realidad. Pero con el tiempo se ha convertido en un tópico. He oído una mañana a un tertuliano madrileño hablar del “atraso de los extremeños”. Y lo ha hecho sin que estuviera criticando nada; sin que estuviera hablando de la situación de las diferentes autonomías; no; estaba hablando de otra cosa que no tiene nada que ver con la situación de las autonomías. Lo ha dicho con la mayor naturalidad del mundo; con la mayor tranquilidad; sin querer llamar la atención al decirlo. Como si fuera algo normal. Esto es un tópico que, como otros muchos tópicos, repiten los ignorantes, incluso sin venir a cuento. Yo al menos no acepto lo del retraso de Extremadura en estos momentos. En un mundo abierto y en permanente comunicación como el que vivimos; en una nación que forma parte de una Comunidad Europea que protege la igualdad entre sus

ciudadanos; en un ambiente en el que el conocimiento está al alcance de todos, al menos de los que quieran acceder a él; no se puede hablar de atraso. Tendremos menos dinero. Pero no estamos ya atrasados.

Y si ha habido atraso, éste no es culpa del extremeño. Yo no creo que, en un mapa como el español, en el que el intercambio de gentes entre sus territorios ha sido constante a lo largo de la historia, haya diferencias significativas entre los pueblos en lo que a “emprender” se refiere. Han sido los poderes centrales los que con sus decisiones estructurales han favorecido el desarrollo de unos lugares más que de otros. A los que les han inyectado empresas, les llaman emprendedores; a los que no les han inyectado empresas, les llaman atrasados.

Pero el extremeño, en orden a la solución de sus problemas vivenciales y en orden al desarrollo, ha hecho siempre lo que puede hacer cualquier otro aborigen de cualquier otro lugar. Cuando en su lugar no podido desarrollarse, ha salido en busca del mismo a otros lugares; cuando en su lugar puede desarrollarse, pone el mismo interés y la misma inteligencia que cualquier otro.

Cuando en su lugar no ha podido desarrollarse, ha salido en busca del desarrollo a otros lugares. Y eso también es “emprender”. Durante siglos, Extremadura no ha tenido Universidad; difícilmente podían hacer carrera universitaria los extremeños sin el esfuerzo de tener que trasladarse a otra región; un salmantino podía hacer carrera universitaria desde el siglo XV con atravesar simplemente una o varias calles de su ciudad. Un extremeño, si quería hacer carrera universitaria, tenía que trasladarse de lugar. Y los hubo que salieron; que emprendieron el camino del desarrollo buscando estudios donde los había; muchas veces con el dinero de los padres, pero también muchas con el dinero que ellos mismos conseguían con su esfuerzo, ya en forma de becas, ya en forma de trabajos de diferente tipo. Más de un extremeño se pagó sus estudios en Salamanca o Madrid dando clases particulares, o sirviendo como camarero en un bar, o consiguiendo una beca, cuando no era fácil conseguirla. El extremeño buscaba fuera lo que no tenía en casa. Los había emprendedores.

Hubo una época en la que los hijos de los nobles tenían predestinada una función en el momento mismo de nacer: el mayor era el destinatario de la herencia; los siguientes, eran destinados, unos a las armas y otros a los hábitos. Pero eso era en lugares donde había campos para las armas y había atrios para los hábitos. En Extremadura había campos y había atrios. Pero no muchos. Y entonces los extremeños abrieron sus fronteras y “emprendieron” el camino de América. Ellos fueron en buena medida protagonistas de la empresa americana.

Hubo también una época en la que la penuria acuciaba. Y durante siglos sufrieron pacientemente esa penuria. Pero en cuanto vieron el camino de la emigración a lugares de centro de Europa, inmediatamente “emprendieron” ese camino. ¡Cuánto esfuerzo, cuánto sacrificio, cuánto dolor por la distancia y por la separación! Pero emprendieron el camino y sacaron a su familia de la penuria secular.

El extremeño, cuando en su lugar no ha podido emprender acciones a favor de su bienestar, ha “emprendido” el camino de lugares en los que podía encontrar medios para ese bienestar.

Y cuando en su lugar ha tenido posibilidades, las ha aprovechado y desarrollado. Es muy amigo el extremeño de construir. Ahora, cuando el que se fue a Madrid hace unos años vuelve a su lugar, construye una nueva casa o reconstruye la que dejaron sus padres. Cuando los extremeños que marcharon a América trajeron dinero, lo dedicaron en buena medida a construir conjuntos tan extraordinarios como el del Cáceres monumental. Cuando el obispo Carvajal de Plasencia tuvo dinero, lo dedicó a construir iglesias monumentales en pueblos incluso pequeños. Cuando el obispo Masona de la Mérida del siglo VI consiguió presidir una de las diócesis más ricas de España, emprendió toda una tarea de construcción de templos y pequeñas iglesias en toda la zona de influencia de su metrópolis. Es amigo el extremeño de construir.

Es amigo también el extremeño del campo. Quizás su historia y su entorno le obliga a ello. Pero es amigo del campo y de trabajar y cuidar el campo. Ahí están las vegas del Guadiana, del Alagón o del Tiétar, que generan una riqueza de productos de gran calidad. Ahí están las dehesas con sus encinares y robledales, y sus animales, de los que cada vez con más intensidad se ocupa el extremeño de sacar lo mejor; hasta el punto de que no hay ciudad o pueblo extremeño que no ofrezca productos extremeños, que son productos sacados del campo. Ahí está la caza en los montes y riberos, que parece generar dinero en los últimos años en Extremadura.

Es amigo el extremeño de acoger al que viene de fuera. Una buena cantidad de las empresas que han surgido en los últimos años tienen que ver con la restauración y acogida del que viene de fuera a visitarnos.

Y es amigo el extremeño de progresar. El deseo de ir a mejor ha movido muchas veces las actuaciones del extremeño. Muchas veces hemos oído a nuestros mayores decir aquello de: “yo lo que quiero es que mi hijo no tenga que pasar las penas que yo he pasado”; o esto otro: “A ti, hijo, ya sabes lo que te espera si no estudias; lo que a mí”. Ha sido preocupación de los padres extremeños la de que sus hijos progresen y sean algo más ellos. Y para ello, se han desvivido y se desviven por llevar a los hijos a la Universidad, cuando ya Extremadura tiene Universidad; porque estudien y sean alguien en la vida; por montarles un pequeño negocio con sus pequeños ahorros; porque sus hijos sean en definitiva “algo”. Esto es ganas de progresar. Un progreso interesado, porque se mueve en el ámbito de la familia. Pero un progreso digno y buscado con ilusión. Y lo han conseguido y lo están consiguiendo los padres extremeños para sus hijos.

En definitiva, el extremeño no es un “parao”. Muchas veces le han parado; que eso es otra cosa. Pero él no es un “parao”. Si tiene posibilidades, estudia, trabaja en el campo, o en la construcción, en un pequeño negocio. Y, sobre todo, quiere que los suyos progresen. Y esto es un buen motor para el progreso.



D^{ña}. María Isabel Mijares y García-Pelayo.

Enóloga.

Licenciada en ciencias químicas en la Universidad Complutense de Madrid. Titulada en enología por la Universidad de Burdeos. Experta en Enología para la Organización de Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. Miembro de la Asociación Española de Científicos. Vicepresidenta del periódico "Negocios del vino y la restauración". Vicepresidenta de la F.I.J.E.V (Federación Internacional de periodistas y escritores del vino. Presidenta de Equipo Team. Dama de la Real Orden de San Fernando. Premio "Víctor de la Serna" a la mejor promoción del vino español. Medalla al Mérito Agrícola "Chevalier" del gobierno francés. Medalla de Oro al Mérito Vitivinícola, otorgada por la Federación Española de Enólogos. Miembro de la Real Academia Española de gastronomía. Condecorada por el Gobierno de Chile, a través del Consejo de la Orden Bernardo O'Higgins con el grado de Comendador. Medalla del Mérito Vinícolas del Club de la Unión de Santiago de Chile. Medalla de Orden al Mérito por servicios por servicios distinguidos del gobierno de Perú.

"La mujer emprendedora en el mundo del vino y en Extremadura"

Madrid, noviembre de 2008.

Desde finales de los años 1960, la mujer fue entrando en el Mundo del Vino lenta, pero progresivamente y lo ha hecho en todos los ámbitos vitivinícolas y en toda nuestra geografía y, cómo no, en nuestra tierra extremeña.

En el Ámbito Técnico ya estaban en él, y con todos los honores en España, las Doctoras Llaguno, Cabezudo y Díaz de Bethencourt en el campo de la investigación (Instituto de Fermentaciones Industriales, Consejo Superior de Investigaciones Científicas), abriendo auténticamente las puertas a las que llegamos poco después. Sus estudios de verdadera altura alumbraron los avances tecnológicos de la época.

Poco después me cupo el honor de llegar a mí, justo a mi salida de la Universidad de Burdeos y poder ir directamente a las bodegas y convivir estrechamente con los bodegueros. ¿Dificultades?, no quise verlas...

Durante mucho tiempo prácticamente sólo el mundo técnico parecía asequible para la mujer: Investigación, Enseñanza, Laboratorios y ... bodega (con muchas reservas).

En Extremadura las mujeres pronto incursionamos en el ámbito vitivinícola (campo) no sin muchas reticencias, esperables, por otra parte, dada la mentalidad de la sociedad.

Aunque no estuviera entonces tan unido al vino, ya había muchas mujeres en el ámbito gastronómico (restauración) excelentes cocineras, auténticos referentes. Pero, desde los años 1980 en adelante, en esta tierra de larga tradición vitivinícola, la mujer emprendedora sintió que el mundo del vino podía serle próximo y lleno de interés: Viñedos, bodegas, comercialización, exportación, eventos vitivinícolas...etc, un campo amplísimo que requiere empeño, trabajo, cualificación, sensibilidad, calidades muy unidas a las mujeres.

El único problema (hoy en vías de solución) era la plena dedicación, compatible con la vida familiar que todo ser humano anhela y necesita en una sociedad "machista" como era y es aún la sociedad española. La mujer emprendedora creó empresas que apoyaban y aseguraban el funcionamiento de todos esos ámbitos. Pronto siguieron mujeres sumilleras, comunicadoras, críticas, creadoras y diseñadoras de etiquetas...etc.

Hoy en el 2008 muchas empresas vitivinícolas y de industria auxiliar muy próxima al vino (barricas, corchos, botellas, etc.) están lideradas por mujeres emprendedoras que no sólo han encontrado en el vino y su mundo su trabajo y modo de vivir, sino que han visto que hay en él un campo enorme para crear, liderar, dirigir y ampliara horizontes. Pero aún queda mucho que hacer y que pensar.

El mundo del vino está necesitado de profesionales formados en múltiples disciplinas en todos los niveles con espíritu emprendedor y creativo y esto Extremadura lo ha entendido perfectamente y se ha volcado en inculcar la inquietud de formar personal altamente cualificado que sea capaz de sacarle el máximo rendimiento a la tierra extremeña que tan gran potencial posee.

Yo no creo en profesiones de hombres y de mujeres, ni en niveles ni puestos de hombres y de mujeres, creo en los seres humanos con deseos de llegar y de hacer cosas y creo, sobre todo, en el espíritu luchador de Extremadura y sus gentes y en las ganas de sacar el máximo rendimiento, en cuanto a calidad, a esta gran tierra.

El vino de nuestra región, esa maravillosa bebida fruto de nuestra cultura, ofrece un campo extensísimo en todo el camino que va "De la cepa a la copa" y necesita de nuestros creadores/as, emprendedores/as capaces de participar en cada uno de ellos:

- Los viñedos, su creación, dirección, transformación.
- Las bodegas.

- Los vinos de ayer y de hoy, su elaboración, control y envejecimiento.
- La comercialización (interior y exterior).
- El acondicionamiento del producto (vestido, embalaje, presentación "packaging").
- La comunicación a los diversos niveles del consumo.
- La Imagen y presentación. Comunicación.

Sin olvidar:

- Vino y Universidad
- Vino y Nutrición
- Vino y Salud
- Vino y sociedad
- Enoturismo
- Vino y belleza

Y en cada uno de esos escalones, en los que se ha realizado una gran inversión en los últimos años, hay lugar para "crear algo nuevo" y Extremadura está perfectamente capacitada y motivada para ello. Todos y cada uno de esos sectores están esperando a una mujer emprendedora.

Análisis del perfil del Emprendedor en Extremadura (2003-2007)

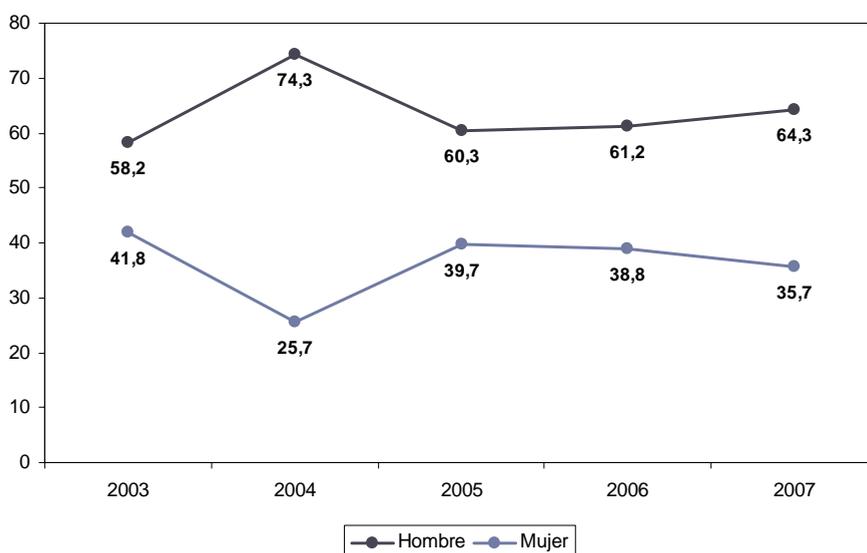
¿Quién ha llevado a cabo la actividad emprendedora? ¿Quiénes han sido los empresarios, los innovadores, los extremeños emprendedores? ¿Han sido hombres o mujeres?, ¿Qué niveles de formación o de ingresos tenían en el momento de iniciar su empresa? ¿Se han concentrado más en unas zonas que en otras? ¿Son inmigrantes? ...

Con el análisis del perfil del empresario extremeño, trataremos de acercarnos a las respuestas de estas preguntas. Analizaremos pues, ciertas características socioeconómicas de los empresarios, como pueden ser el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta, etc.

En general, durante el periodo analizado, la actividad emprendedora ha tenido un carácter marcadamente masculino, ya que los hombres han protagonizado el 63,66% de las iniciativas llevadas a cabo. Las mujeres sólo lo han puesto en marcha el 36,34% de las iniciativas.

El gráfico 11 nos ofrece la evolución por sexo, en el que se refleja el mayor porcentaje de hombres que han participado en actividades empresariales frente al de mujeres. Se aprecia que en el 2004 el porcentaje de hombres que estuvieron implicados en actividades empresariales alcanzó casi el 75%, frente al escaso 25% obtenido por las mujeres. Diferencias, que no se habían tenido en el año 2003, donde las mujeres alcanzaron su mayor porcentaje de participación con un 41,8%, frente al 58,2% obtenido por los hombres en ese mismo año.

GRÁFICO 11. Evolución porcentual por sexo. Periodo 2003-2007.

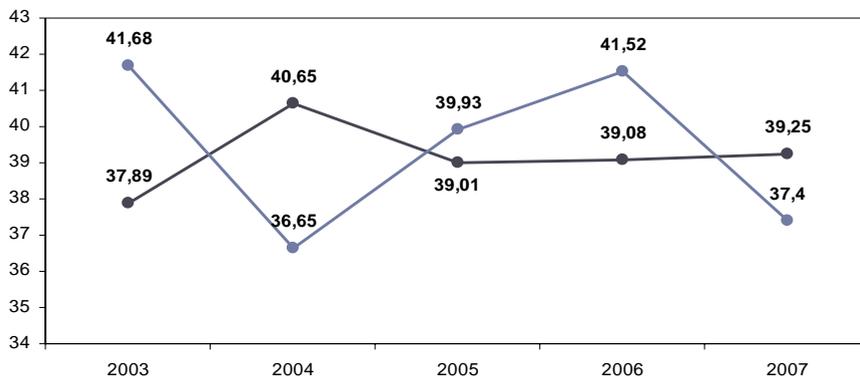
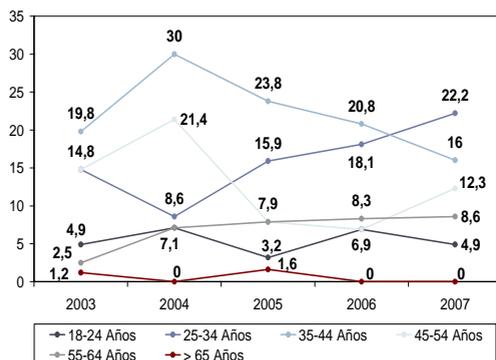
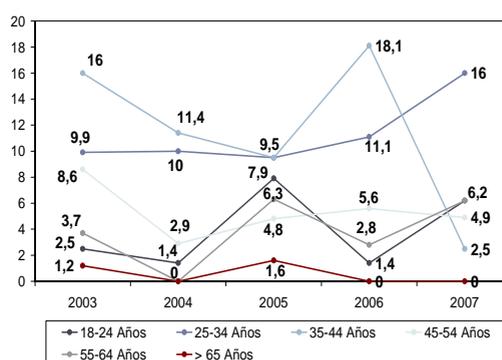


Por otro lado, y en términos generales, podemos apreciar que la evolución del ratio de participación femenina frente a la masculina (ver tabla 3) es bastante favorable con respecto a las medias GEM, Europa y España, a lo largo de todo el período analizado. Como puede observarse, nos situamos por encima del ratio medio de España (0,52) y Europa (0,49); superados tan sólo por el ratio medio del GEM (0,62). Lo cual demuestra que la actividad emprendedora en la región por parte de la mujer se ha mantenido en unos niveles aceptables, aunque en relación con el año 2003 ha disminuido, incluso durante el 2004 el ratio sólo fue superior al del conjunto de España (0,44 vs. 0,39), manteniéndose en este año por debajo del ratio medio europeo y el de los países GEM.

TABLA 3. Evolución ratio mujer/hombre. Periodo 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007	Ratio medio 2003-2007
Extremadura	0,64	0,44	0,65	0,65	0,58	0,592
España	0,43	0,39	0,58	0,65	0,56	0,522
Europa	0,42	0,46	0,61	0,48	0,5	0,494
GEM	0,59	0,62	0,62	0,68	0,6	0,622

En relación con la edad del empresario, no existen diferencias entre hombres y mujeres, ya que ambos emprenden con la misma edad media: 39 años (39,18 vs. 39,44). Aunque como es lógico, al analizar la evolución de la edad media del empresario extremeño (gráfico 12), podemos observar cómo la edad media de la mujer ha sido superior a la del hombre, excepto en los años 2004 y 2007, donde este último se situó por encima con una media de edad de 41 y 39 años respectivamente, frente a los 37 alcanzados por la mujer en ambos años. Por tanto, podemos decir que al emprender a edades similares, la mujer se ha sobrepuesto incluso a la posible presencia de hijos dependientes, que conlleva el rol de la “doble jornada” para muchas de ellas.

GRÁFICO 12. Evolución porcentual por edad. Periodo 2003-2007.**Evolución general****Evolución hombres****Evolución mujeres**

Realizando un examen más detallado de los resultados obtenidos, observaremos cómo en el caso de los hombres, el grupo de mayor actividad está comprendido entre los 35 y 44 años, llegando a su máxima representatividad en el 2004 con un valor medio del 30% (grupo que corresponde también a las mujeres pero en menor medida, cómo observaremos más adelante). Año a partir del cual, aunque sigue manteniéndose por encima del resto de grupos de edad, comienza a producirse una bajada en su valor medio, llegando a alcanzar un valor inferior en el 2007, tan sólo superado por el grupo de edad de los 25 hasta los 34 años con un valor medio de 22,2%.

Por otro lado la existencia de un menor número de hombres que hayan creado su propio negocio entre 18 y 24 años o entre 55 y 64 años, a los que se suma la escasa participación de hombres con edad superior a los 65 años, ha provocado un aumento significativo entre los jóvenes de 25 y 34 años, llegando a situarse a la cabeza en el 2007.

Respecto a la edad media de la mujer, ésta tiene mayor presencia en dos grupos de edad de manera proporcional, los comprendidos entre los 25 y 34 años, los cuales llegan a obtener un máximo de 16% en el año 2007; y los de 35 a 44 años, obteniendo su mínimo histórico en el 2007 (2,5%) y su máximo en el 2006 (18,1%) lo que le colocó en el primer grupo de edad donde se estaba realizando mayor actividad emprendedora por parte de la mujer. Grupo éste último que coincide con el obtenido para el caso de los hombres, aunque superado en más del 10%.

Menor presencia en la actividad emprendedora tienen los grupos de edad comprendidos entre los 18 a 24 años y los de 55 a 64 años, disminuyendo su valores proporcionalmente a lo largo de los años; al igual que sucediera con la edad de los hombres, llegando incluso a ser más baja la representación en el 2007 en el grupo de 18 a 24 años para el caso de los hombres, pero superior en el comprendido entre los 55 a 64 años en el mismo año.

En resumen, se ha emprendido más en la franja de edad comprendida entre 35 y 44 años, por parte de hombres y mujeres. Sin embargo, mientras que el segundo grupo de edad que más emprende entre los hombres es el que tiene entre 25 y 34 años, en el caso de las mujeres comparten este segundo grupo las de 25 a 34 y las de 45 a 54 años.

En cuanto al nivel de estudios podemos decir que los empresarios extremeños acometen básicamente sus empresas con una formación primaria (35,94%) o superior (35,78%), disminuyendo el número de empresarios con educación secundaria (25,16%). Mientras que el número de empresarios con estudios superiores ha aumentado en los últimos cinco años un 75,68%, bajan a la mitad los que tienen niveles secundarios y se mantienen, aunque con una ligera subida (6,54%), los que poseen sólo estudios primarios. También han aumentado un 64,86% el número de empresarios que han iniciado una actividad empresarial sin ningún tipo de estudios, quizás debido a la necesidad que la crisis que se avecinaba ya dejaba traslucir en las fechas en las que se realizaron las encuestas en 2007 (abril-junio).

En la evolución por sexos diremos que se puede apreciar una tendencia en los últimos años que viene marcada por el aumento de hombres que emprenden sin estudios o con un nivel primario y un descenso del número de éstos que lo hacen con niveles de formación mayores (secundarios o superiores).

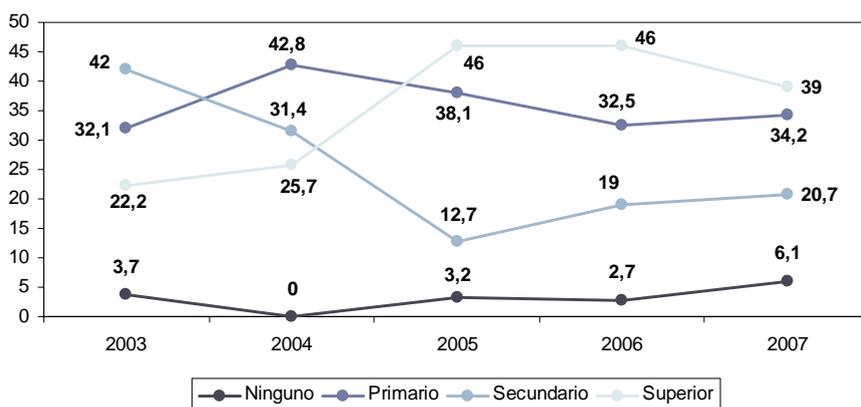
Sin embargo no ocurre lo mismo en el caso de las mujeres. Parece que cada vez son más las universitarias que se involucran en iniciativas emprendedoras, llegando a situarse en el año 2007 a la cabeza de los resultados obtenidos en los años anteriores; superando incluso a los empresarios universitarios (23,2% de las mujeres frente a los 15,8% de los hombres). Esta tendencia se ha visto marcada por el aumento en los últimos años del número de universitarias involucradas en iniciativas empresariales, fundamentalmente a partir del 2005, situándose a la cabeza con un valor medio del 19%, frente al nivel primario (17,5%) y secundario (3,2%), alcanzando este último nivel su peor resultado en el 2007, llegando incluso a ser superado por

aquellas mujeres empresarias, que sin tener estudios, realizan actividades empresariales.

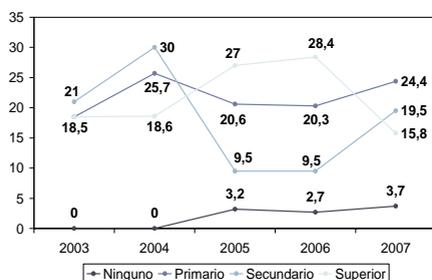
En definitiva, podemos decir con respecto a 2003 que hay más hombres que emprenden sin estudios o con un nivel primario y que hay menos mujeres que emprenden sin estudios o con un nivel primario o secundario, siendo muchas más las que lo han hecho con estudios superiores. Tan es así que el incremento de un mayor número de empresarios entre los universitarios se debe exclusivamente a las mujeres, ya que los hombres han disminuido su participación en un 14,59%.

GRÁFICO 13. Evolución porcentual del nivel de estudios por sexos. Periodo 2003-2007.

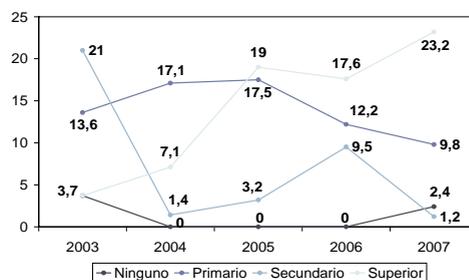
Evolución general



Evolución hombres



Evolución mujeres



Referente al nivel de renta, podemos decir que en este quinquenio, a pesar de que predominan ligeramente los empresarios con niveles de rentas bajas (32,08%) y medias (28,74%), también ha habido un nada despreciable 25,98% de ellos que iniciaron la empresa contando con un nivel de ingresos más alto.

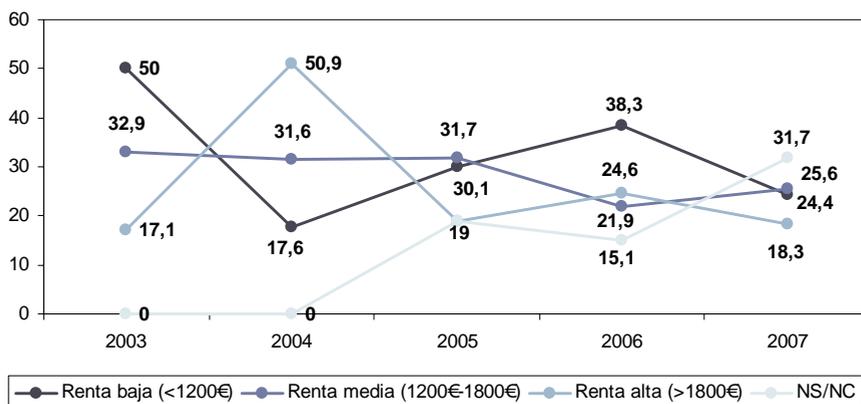
Entre los hombres apenas han existido diferencias entre sus niveles de renta (17,98%, 19,84% y 18,2%) a la hora de crear la empresa. En cambio, han existido más empresarios con rentas bajas (14,1%) que con rentas medias o altas (8,9% vs. 7,78%).

Los gráficos de evolución del periodo nos determinan que han bajado el número de empresarios que emprenden con rentas bajas en un 51,2% y medias en un 22,18%, mientras que han aumentado en un 7,02% los que lo hacen con rentas altas.

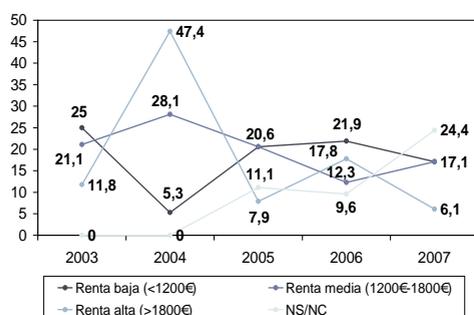
Mientras que los hombres han emprendido menos con cualquier nivel de renta, las mujeres han emprendido menos con rentas medias y bajas, pero un 130,19% más con rentas altas.

GRÁFICO 14. Evolución del nivel de renta. Periodo 2003-2007.

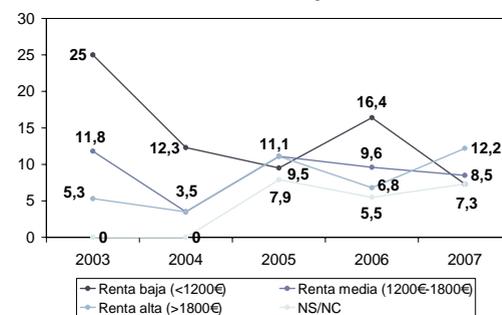
Evolución general



Evolución hombres



Evolución mujeres

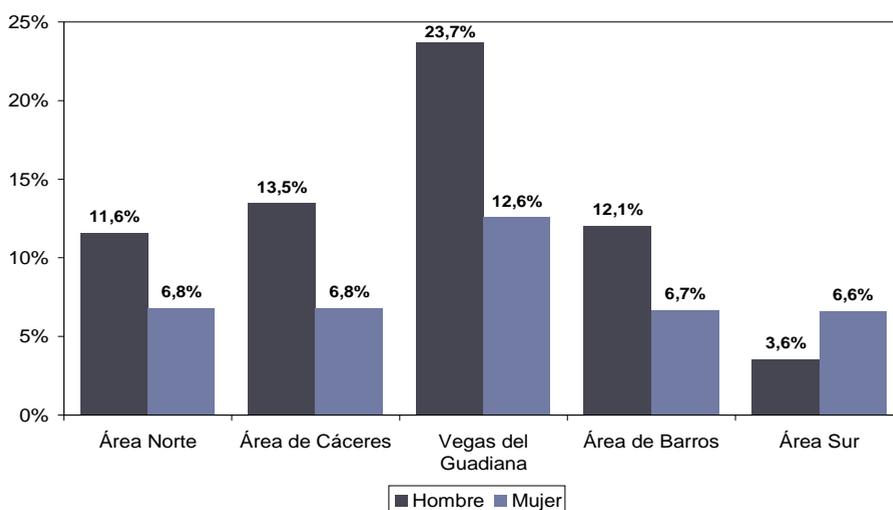


Aparte de las características socio demográficas de los empresarios, podemos profundizar en la actividad emprendedora según el lugar en el que se desarrolla. Así, podríamos preguntarnos acerca de las diferencias de género en

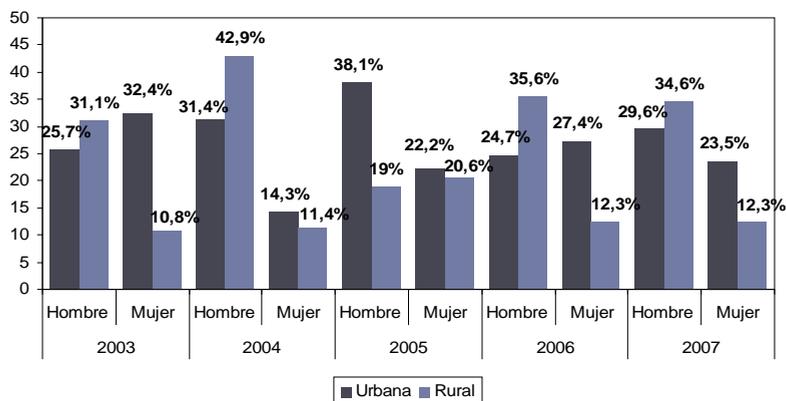
la capacidad emprendedora en función de las distintas áreas geográficas propuestas, de las zonas rurales o urbanas, o incluso de las provincias extremeñas.

El gráfico 15 nos revela la mayor participación masculina en la actividad emprendedora en todas las áreas excepto en el área Sur. Si en las demás áreas los ratios de actividad emprendedora mujer/hombre fluctúan entre el 0,50 del área de Cáceres al 0,59 del área Norte, en el área Sur su ratio es de 1,83, lo que nos habla del predominio femenino en las iniciativas emprendedoras llevadas a cabo en esta zona. Por años, encontramos que excepto en 2006, en el que paradójicamente no hubo actividad femenina, en los demás, la presencia de la mujer ha predominado ampliamente frente al hombre (5,7% vs. 2,9%; 1,6% vs. 0%; 19% vs. 7,5%).

GRÁFICO 15. Evolución porcentual por áreas y sexo.

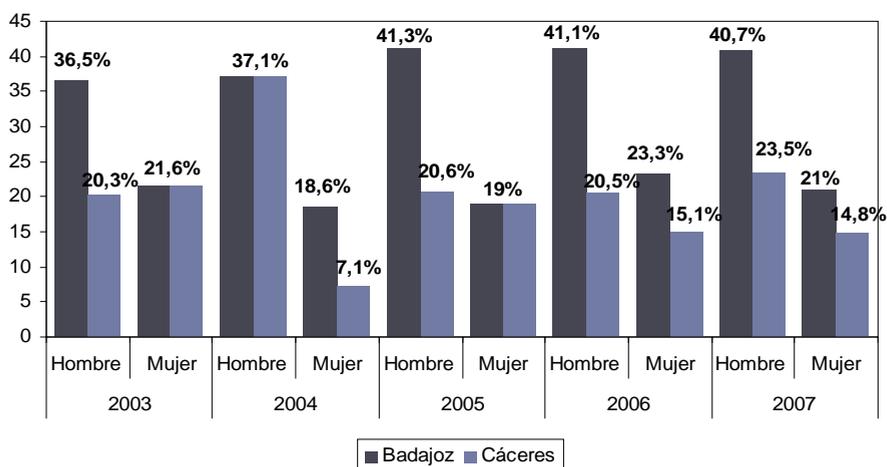


Por otra parte, el gráfico 16 nos refleja los porcentajes de actividad emprendedora en el periodo analizado según la zona urbana o rural, el sexo y el año. Al realizar el análisis desglosado por sexo, observamos cómo el hombre también está más presente que la mujer en las iniciativas emprendedoras según las zonas, aunque existe menos diferencia entre ellos en las zonas urbanas (29,9% vs. 23,96%) que en las rurales (32,64% vs. 13,48%), en las que la mujer participa mucho menos. Estos datos nos indican que los hombres han emprendido más en las zonas rurales que en las urbanas en todos los años, excepto en 2005. Las mujeres, en cambio, han emprendido en todos los años bastante más en zonas urbanas. Así pues, el ratio mujer/hombre en las zonas urbanas ha sido del 0,80, mientras que en las zonas rurales ha estado en 0,41, lo que nos da idea de esta diferencia.

GRÁFICO 16. Evolución porcentual por zonas, sexo y año.

En atención a la división por provincias y el desglose por sexos, el análisis nos demuestra en el gráfico 17 que en ambos casos el porcentaje de participación de los hombres es superior al de las mujeres, tanto en la provincia de Badajoz (39,34% vs. 20,7%) como en la de Cáceres (24,4% vs. 15,52%). No obstante, el ratio mujer/hombre ha sido mayor en la provincia cacereña que en la pacense (0,64 vs. 0,53).

En cuanto a los máximos históricos alcanzados por provincia y en ambos sexos, los resultados nos muestran, para la provincia de Cáceres, a los primeros años de estudio, concretamente al 2003 para el caso de mujer empresaria y 2004 para el caso de hombre empresario. Mientras que para la provincia de Badajoz serán los años 2005, para el hombre empresario y 2006, para la mujer empresaria los más significativos.

GRÁFICO 17. Evolución porcentual por provincias, sexo y año.

En relación con el año 2003, la actividad emprendedora ha aumentado en la provincia de Badajoz un 6,20% y ha decrecido en la de Cáceres un 8,59%. La subida en la provincia de Badajoz se ha debido fundamentalmente a la mayor participación de los hombres en un 11,51%, mientras que la mujer ha participado un 2,78% menos. El descenso de las iniciativas en la provincia de Cáceres se ha debido a la menor participación de la mujer (un 31,48% menos), ya que los hombres han aumentado en un 15,76% su actividad.

Para finalizar, queremos hacer mención a la última de las preguntas que nos planteábamos al inicio del capítulo. Aquélla referida a la condición de inmigrantes de los empresarios.

No cabe duda de que el fenómeno de la inmigración ha ido creciendo en los últimos años en España, no sólo en cuanto al número de inmigrantes llegados al país, sino en cuanto al ámbito emprendedor. Tanto, que a nivel nacional ha empezado a afectar a la composición de la actividad emprendedora “pudiendo enmascarar algunas de las características de la misma en cuanto a su desarrollo netamente español” (De la Vega, et al., 2007).

De ahí, que se haya hecho necesario desde 2005 un seguimiento en los Informes GEM nacionales para ir perfilando el alcance en la actividad emprendedora de tal flujo migratorio.

La tabla siguiente nos refleja el desglose de la tasa de actividad emprendedora inicial total o TEA registrada en España y Extremadura en los años 2005, 2006 y 2007.

Los resultados permiten concluir que entre el 2005 y el 2006 se ha producido un notable incremento en la participación extranjera en el total de la actividad emprendedora española, que tiene una progresión ascendente, aunque amortiguada entre el 2006 y el 2007. En Extremadura, en cambio, la progresión ha sido inversa, pasando de representar menos de un 5% del valor de la TEA en 2005 a sólo el 1,23% en el 2007.

TABLA 4. Actividad emprendedora total registrada en España y Extremadura desglosada en función del tipo de origen del empresario y su evolución.

Año	ESPAÑA			EXTREMADURA		
	Españoles	Extranjeros	Total TEA	Españoles	Extranjeros	Total TEA
2005	94,3%	5,7%	100%	95,71%	4,29%	100%
2006	88,3%	11,7%	100%	96,39%	3,61%	100%
2007	86,8%	12,8%	100%	98,76%	1,23%	100%

Fuente: España: De la Vega et al., (2007).
Extremadura: elaboración propia.

Esto nos dice, que a pesar del boom migratorio que se ha producido en España en los últimos años y a pesar del incremento de participación, fundamentalmente por necesidad, de los inmigrantes en el proceso emprendedor en el conjunto del Estado; en Extremadura, este fenómeno no se ha dado como en el resto de España. Es más, se ha producido en sentido contrario, lo que hace que en la comunidad aún no se tengan datos suficientes

como para efectuar análisis más profundos del empresario inmigrante. Baste decir que de los 234 empresarios hallados en las encuestas GEM en estos tres últimos años, sólo 7 han sido inmigrantes.



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

UNA VISIÓN DE LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA EN EXTREMADURA.

¿CÓMO?

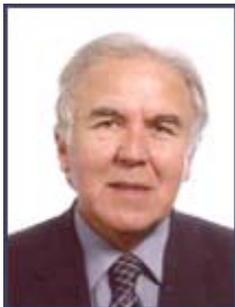
*“En el trabajo del conocimiento
el cómo viene después de haber contestado el qué.”*

Peter Drucker (1909-2005)

*“¿Qué agradable sería nuestra vida si nos la contaran como un cuento,
si no hubiéramos de vivirla como una historia!”*

Jacinto Benavente (1866-1954)

5 AÑOS DE INFORMES GEM (2003-2007)



Dr. José Pastor Villegas.

Profesor e investigador.

José Pastor Villegas nació en Cáceres en 1945. Es Maestro de Primera Enseñanza por la Escuela de Magisterio de Cáceres, Licenciado en Ciencias (Sección de Químicas) por la Facultad de Ciencias de Badajoz, dependiente hasta 1973 de la Universidad de Sevilla, y Doctor en Ciencias (Sección de Químicas) por la Universidad de Extremadura. Además, ha realizado diversos cursos de especialización. Su actividad docente e investigadora la ha realizado en la Universidad de Extremadura, de la que es Catedrático de Escuelas Universitarias en el área de conocimiento Química Inorgánica. Pertenece a la Real Sociedad Española de Química (RSEQ) y al Grupo Español del Carbón (GEC). Es el responsable del Grupo de Investigación Ciencia y Tecnología de Materiales Porosos y Contaminación Ambiental (IMPCAM), formado por profesores de la Universidad de Extremadura y personal de Centros Tecnológicos.

“Investigadores científicos públicos y empresarios emprendedores extremeños: necesidad de conocerse”

Cáceres, octubre de 2008.

Antes de escribir este artículo he repasado las notas tomadas en las jornadas celebradas en los últimos años en la Fundación Xavier de Salas impulsando la actividad emprendedora en Extremadura. He releído también *Función Empresarial Siglo XXI* lección pronunciada Prof. Dr. Ricardo Hernández Mogollón en la inauguración del curso académico 2006-2007 en la Universidad de Extremadura. Al cumplirse los cinco años de la publicación *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Informe Ejecutivo Extremadura*, los párrafos que siguen son una reflexión sobre la necesidad de propiciar el diálogo de investigadores científicos de los centros públicos y empresarios emprendedores extremeños.

Aunque sólo un 45% de los españoles considera que la ciencia aporta más beneficios que perjuicios (36% en el caso de Extremadura), hoy sobra decir que la ciencia y tecnología son fundamentales para mejorar la calidad de vida de la ciudadanía y la competitividad económica.

Investigadores científicos españoles firmaron el 2 de agosto de 1996 el Manifiesto de El Escorial sobre la ciencia española dirigido a Su Majestad el Rey, al presidente del Gobierno, a las autoridades científicas y académicas de la nación y a la opinión pública. En él consideraban que la ciencia y la tecnología están unidas a la empresa humana desde la Ilustración, que la Ilustración Española no triunfó plenamente, agravándose una carencia científica ya existente, que condicionó negativamente la vida económica y política durante el siglo XIX y gran parte del siglo XX, que la ciencia española había experimentado un desarrollo muy fuerte, y que mientras que en España no se estableciera una relación más fluida entre ciencia y sus aplicaciones, las empresas españolas estarían en desventaja frente a sus competidores extranjeros.

Diez años antes las Cortes Generales aprobaron la Ley 13/1986, de 14 de abril, de Fomento y Coordinación General de la Investigación Científica y Técnica, o Ley de la Ciencia de 1986. La exposición de motivos de esta ley es interesante leer; refleja los antecedentes nacionales:

“La investigación científica y el desarrollo tecnológico se han desenvuelto tradicionalmente en España en un clima de atonía y falta de estímulos sociales, de ausencia de instrumentos que garantizaran la eficaz intervención de los poderes públicos en orden a la programación y coordinación de los escasos medios con que se contaba, falta de conexión entre los objetivos de la investigación y las políticas de los sectores relacionados con ella, así como, en general, entre los centros de investigadores y los sectores productivos [...]”.

El I Plan Nacional de Investigación y Desarrollo (1988-1991) intentó la integración plena de la Investigación y el Desarrollo (I+D) en el sistema económico, construyendo el sistema Ciencia-Tecnología-Industria.

La Ley de la Ciencia de 1986 permitió que las diferentes Comunidades Autónomas hayan desarrollado sus propios sistemas de Ciencia y Tecnología. En la Comunidad Autónoma de Extremadura se denominó Sistema de Ciencia-Tecnología-Economía-Sociedad de Extremadura, considerando que la Ciencia y la Tecnología afectan a la Economía y por lo tanto a la Sociedad. Los agentes de este sistema son diversos y de cuatro entornos: entorno científico (grupos de investigación de I+D de los centros de investigación públicos y privados), entorno tecnológico (I+D de las empresas, centros tecnológicos, etcétera), entorno productivo (empresas) y entorno financiero (Administraciones Públicas financiadoras de actividades de I+D y otras entidades). Entre los agentes de estos cuatro entornos se establecen interacciones e interrelaciones.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística, la inversión en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en la Comunidad Autónoma de Extremadura ha sido de 103,2 millones de euros (0,69% sobre el Producto Interior Bruto Regional) en el año 2005, inversión que sitúa a la comunidad extremeña en el número catorce. Más de la mitad corresponden a la Universidad de Extremadura. Estos datos fueron destacados por la Junta de Extremadura el 19 de noviembre de 2007 durante el acto institucional celebrado con motivo de la Semana de la Ciencia.

Las Oficinas de Transferencias de Resultados de la Investigación se crearon para rentabilizar las actividades de investigación de los organismos públicos. La Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación de la Universidad de Extremadura se creó por acuerdo de la Junta de Gobierno de nueve de mayo de 1989, encargándose de canalizar la oferta tecnológica, científica y humanística hacia los sectores socioeconómicos y productivos. En principio fue más un deseo que una realidad, por su poco personal. Desde noviembre de 2004, el Servicio de Gestión y Transferencia de Resultados de la Investigación (SGTRI) de la Universidad de Extremadura, dependiente del Vicerrectorado de Investigación, Innovación e Infraestructura Científica, ha mejorado significativamente al tener el Sr. Vicerrector las ideas más claras.

Hoy están establecidos el Catálogo de los Grupos de Investigación de Extremadura previsto en el III Plan Regional de Investigación, Desarrollo e Innovación (2005-2008) y el Catálogo de los Grupos de Investigación de la Universidad de Extremadura.

Además, es justo y necesario destacar que desde 2004 se viene publicando Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Informe Ejecutivo Extremadura, que surgió “con el objetivo de contribuir a la información estadística de ámbito regional, y a su divulgación a un amplio público de empresas, administraciones públicas, organizaciones, profesionales y particulares, todo enfocado en conocer y potenciar la creación de empresas y el espíritu emprendedor en Extremadura”. Esta publicación es útil pues mide la actividad emprendedora en Extremadura. En su último número proporciona un perfil del nuevo empresario extremeño: “hombre de aproximadamente 39 años, con nivel de estudios primarios, renta media (1.200-1.800 €) y que previamente a la creación de su empresa, trabajaba a tiempo completo o parcial”. Y de sus empresas: “mantiene la mayoría del capital, suele crearlas sólo o con otros socios, sin generar ningún puesto de trabajo salvo el suyo, que espera mantener al cabo de cinco años en los que confía haber creado entre uno y cinco puestos de trabajo más”.

Hace pocos años, me solicitaron colaborar en el establecimiento de un catálogo de ideas para el desarrollo en Extremadura. Hace pocos días, recibía un correo electrónico del SGTRI en el que una empresa extremeña solicitaba solución a un problema en la fabricación de campanas. Sin embargo, estos tipos de demanda son infrecuentes. Por otra parte, es posible que trabajos de investigación realizados en Extremadura, publicados en revistas internacionales importantes y susceptibles de aplicaciones potenciales, sean desconocidos del amplio público a que va destinado GEM. Informe Ejecutivo Extremadura.

Considerando todo cuanto antecede, mi experiencia me dice que en general investigadores científicos públicos y empresarios emprendedores extremeños se desconocen todavía hoy, y que es necesario un cambio de mentalidad de unos y otros. Propiciar más el diálogo sería beneficioso para ambos y mejoraría la actividad emprendedora en Extremadura.



Dr. José Manuel Azpeitia Montero.

Ingeniero Industrial.

José Manuel Azpeitia Montero, Doctor Ingeniero Industrial, fue Director de Producción y de Organización en FASA RENAULT, donde implantó el Instituto Renault de la Calidad y coordinó el Proyecto de Empresa "CALIDAD TOTAL". Ha sido Director Técnico y de Calidad de CATELSA CÁCERES y Socio Coordinador de la Asociación para la Promoción de la Calidad en Extremadura. En El Calambuco Profesionales S. L. interviene como consultor y es conferenciante y autor de varios libros y CD-ROMs en temas de Calidad y Gestión Empresarial. En la UEX colabora como ponente en Masters y Cursos de Especialización de varias Facultades. Ha sido Profesor de Física y Termodinámica en la Escuela T. S. de Ingenieros Industriales de Valladolid, de Organización en Doctorado en Madrid y de Matemáticas en la UNED.

“Consejos a los actores”.

Cáceres, diciembre de 2008.

Al intentar desarrollar un comentario acerca del mundo empresarial extremeño se me hace ineludible enmarcarlo en la actual situación de cambios inesperados, rápidos, desordenados y, en una mayoría de los casos, negativos. El cambio es un fenómeno afortunadamente inevitable y continuo tanto en el espacio de la física como en el terreno de la sociedad. He dicho “afortunadamente” porque sin el cambio aún seguiríamos en el instante anterior al Big Bang, la tremenda explosión gracias a la cual ahora existe el universo y nosotros estamos aquí.

No sé si por deformación profesional, o por afición, me resulta muy difícil pensar en algo sin elaborarme una imagen mental. Así que para pensar en el cambio he necesitado crearme un modelo visual. Dicen que “Una imagen vale más que mil palabras”(frase que ingeniosamente ha sido ridiculizada con el añadido informático: “...y ocupa mucha más memoria”). Dicha frase es un buen ejemplo de lo que se podría llamar “nominalismo empresarial”. Apareció por primera vez en 1921 en un artículo de la revista de publicidad “Printers' Ink”. El autor, Fred R. Barnard, Director de Publicidad de Street Railways Advertising Co., quería promocionar sus carteles en tranvías y pensaba que atribuyendo un origen asiático a su mensaje sería más compulsivo y tendría más credibilidad. El artículo empezaba:

“Así decía un famoso filósofo japonés ...”

"One Look is Worth

A Thousand Words"

(Una imagen equivale a mil palabras)

En 1927, en un segundo artículo, transformó la frase en:

"One Picture is Worth

Ten Thousand Words"

(Un dibujo equivale a diez mil palabras)

y aparecía como “proverbio chino” (no japonés) junto a unos caracteres chinos y a un cartel de tranvía con un sonriente niño chinito, anunciando la levadura Royal que no tiene nada de oriental. Teniendo en cuenta la dificultad de que un chino o un japonés escribiera pareados en inglés es más que probable que la frase se la inventara el propio Barnard, y se la inventó con gran acierto porque aún hoy en día se sigue repitiendo hasta la saciedad. Una receta para que un éxito sea duradero es dar con las palabras acertadas. Unamuno inventó la palabra “nivola” y pasará con él a la historia. Por el contrario, un mensaje anodino es como atar una piedra al cuello de una empresa o de un producto. Son cosas del “nominalismo empresarial”.

Volviendo a mi modelo visual del cambio lo veo como una línea sinuosa que puede tener una interpretación global o un enfoque local. Mi percepción global del cambio es optimista, es que ha sido “para mejor” desde el momento mismo del Big Bang; ha sido una mejora acumulada y acelerada. Sin embargo mi impresión local, a menor escala, es que es una línea bastante desordenada. Tiene bucles, como pasos de peregrino, uno para atrás y dos para adelante, mejoras y peoras. Pero tiene una cierta continuidad porque el cambio no se para nunca; cuando no hay progresión hay regresión.

En las líneas curvas hay puntos angulosos. Son puntos en los que la curva es continua, no se interrumpe, pero su dirección cambia bruscamente, como si fuera una punta en ángulo. Imagino mi línea representativa del cambio con algunos puntos angulosos en los que hay una ruptura, un corte en la dirección de la evolución. La raíz indoeuropea skribh- es origen de palabras relacionadas con cortar, cribar, separar. Una de esas palabras es crisis.

Así que “crisis” no encierra ningún juicio de valor, ningún sentido peyorativo; es una descripción geométrica de un cambio brusco en la dirección del cambio, y esto es lo que nos acaba de ocurrir. Desde siempre la raza humana se ha ido adaptando al cambio para subsistir, ha ido copiando y replicando proteicamente la línea del cambio para asumirla y superarla. Creo que ahora la sociedad también se tendrá que adaptar a la crisis, y con un cambio en ángulo agudo para salir airoso.

Muchos piensan que el tiempo lo arregla todo y que “en tiempos de tribulación no hacer mudanza”. A mí me parece que en tiempo de tribulaciones es cuando hay que hacer más mudanzas, precisamente para salir de las tribulaciones. No hay que ser como don Tancredo, esperar a que escampe y quedarse inmóvil mientras el toro corre alrededor de nosotros. El tiempo no lo arregla todo, sino que lo envejece y lo estropea. La razón, la inteligencia, la vida es lo que va en contra del deterioro. En consecuencia, para enfrentarse a esta situación habrá que estrujarse el cerebro y descubrir las decisiones más oportunas para capear el temporal. Los japoneses dicen que si no hay dinero hay que tener cerebro, porque si tampoco se tiene cerebro sólo quedan los brazos.

Los humanos sentimos la necesidad de ser aconsejados. Jean-Paul Sartre decía que para pedir consejo siempre se elige a la persona que nos va a dar la opinión que queremos oír. Se gastan millonadas para transmitir consejos subliminales para que se compre tal producto o se prefiera a tal político. En el trasfondo de muchas películas, series de televisión, cómics, se pueden entrever mensajes para que el público incorpore determinados comportamientos a sus actos espontáneos. El oficio o afición de consultor es muy antiguo: las consejas de viejas, la Celestina, etc. En un moderno Quijote apócrifo del ecuatoriano Juan Montalvo (1832-1890) que tituló “Capítulos que se le olvidaron a Cervantes” se recoge el refrán: “No se meta a dar consejo al que no ha de menester”. Y la verdad es que es una osadía dar consejos. Parece ser que un discípulo de Leonardo le dijo: “Maestro, sigo puntualmente los consejos de su Tratado de la Pintura, y pinto muy mal. ¿Cómo lo hace usted tan bien?” Y Leonardo le contestó “Porque yo no los sigo”. A muchos aconsejadores habría que recordarles la ironía socrática de “sólo sé que nada sé” y decirles:

*“Tanto que sabes coser,
tanto que sabes bordar,
me has hecho unos pantalones
con la bragueta atrás”*

Si yo tuviera que proponer un patrón para los consultores no dudaría en elegir a Hamlet por sus famosos Consejos a los Actores, es decir a los que tienen que actuar. Conociendo la capacidad de Shakespeare para los juegos de palabras y los dobles sentidos no dudo de que estos consejos fueran más bien indirectas y alusiones a ciertas autoridades y personalidades de la época. Como muestra bastan estos botones extraídos del texto y reordenados:

“Habla con soltura y naturalidad, pues si lo haces a voz en grito, como acostumbran muchos valdría más que voceara un pregonero. Guárdate también de aserrar demasiado el aire con la mano. Muestra moderación en medio del torbellino de tu pasión y ten la templanza que hace suave y elegante la expresión. No seas tampoco demasiado tímido. Que la acción responda a la palabra y la palabra a la acción, Muestra a la virtud sus propios rasgos, al vicio su verdadera imagen, y a cada edad y generación su fisonomía y sello

característico. No permitáis que algunos actores empiecen a dar risotadas para hacer reír a unos cuantos espectadores imbéciles, aun cuando en aquel preciso momento algún punto esencial de la pieza reclame la atención. El público, por lo general, es incapaz de apreciar otra cosa que incomprensibles pantomimas y barullo. Si se recarga la expresión, por más que ello haga reír a los ignorantes, no podrá menos de disgustar a los discretos, cuyo dictamen, aunque se trate de un solo hombre, debe pesar más en vuestra estima que el de todo un público compuesto de los otros”.

Cuántos políticos, periodistas y locutores se podrían aplicar el cuento, desterrar la demagogia, ser coherentes y objetivos y respetar la dignidad de los que les escuchan. Y cuánta tele-basura nos ahorraríamos.

En consecuencia, nada más lejos de mi intención que dar consejos a nadie. Simplemente voy a intentar reflexionar en voz alta sobre algunos aspectos actuales que me han interesado especialmente.

Mi primera reflexión es la urgencia de la situación. La crisis se ha presentado repentina e inesperada, aunque en cierto modo preavisada. Ha sido un fenómeno rápido y para adaptarse a él se debe actuar rápidamente, no nos podemos quedar atrás. Conviene recordar que en anteriores crisis no todo el mundo salió perjudicado. Y no vale decir que sólo se libraron los sinvergüenzas; haciendo las cosas honestamente con suficiente inteligencia también se puede sobreflotar, pero no quedándose los últimos. Un ejemplo de este sentido de urgencia fue un caso relacionado con el nominalismo empresarial, con el acierto de una frase, con la alquimia de unas palabras. Fue el slogan creado por Scott Bedbury para la empresa de calzados deportivos NIKE. Con la campaña “Just do it” NIKE transmitía: “Venga, hazlo ya”. “No esperes más, simplemente hazlo”. “Atrévete”. “Haz aquello que siempre has querido hacer”. El slogan se convirtió casi en una orden.

Pero no es tan fácil cambiar el ritmo de repente. Cuando yo trabajaba en FASA RENAULT un ejecutivo le dijo a su jefe: “Siempre me has pedido que corriera para realizar gestiones y ahora me pides que me pare a pensar para resolver un problema. Ya no sé pensar, se me ha olvidado”. Aunque ser empresario es más instinto que formación, se nace más que se hace, también se puede aprender el oficio. Quevedo decía:

*“Quien quisiere ser Góngora en un día
la jeri (aprenderá) gonza siguiente”*

O sea, que el que quiera ser empresario tiene que aprender la jerigonza del oficio, una serie de trucos y de jerga. El emprendedor tiene que ser un líder individual que tire del carro, que tenga una idea y la desarrolle. Y tiene que aprender a tirar del carro deprisa, porque, si no, el carro le empuja y le atropella.

El empresario ejerce permanentemente su profesión y se mantiene en un estado continuo de alerta y reflexión. Crea estado, como se dice del matrimonio o del sacerdocio. Ser empresario es estar 25 horas al día obsesionado, sin dejar de maquinarse y de pensar y sin desconectar. No se puede decir: “Yo

trabajo ocho horas al día durante cinco días a la semana y el resto desconecto”. No es cierto eso de: “¡Qué disgusto me llevaré el lunes cuando me entere de que la fábrica se ha quemado!”. En ningún momento debe bajar la guardia para aprovechar una oportunidad de éxito. Igual que cuando se oye “hay un ataque de corazón, ¡que llamen a un médico!” también se tendría que decir “hay una oportunidad de negocio, ¡que llamen a un empresario!”

En este sentido me ha gustado mucho el enfoque de Guy Kawasaki cuando dice que ser emprendedor requiere más arte que ciencia, que es la actitud mental de los que quieren cambiar el futuro. Ha tenido el acierto de explicar sus “consejos a los actores” en forma de artes relacionadas más con las actitudes y comportamientos espontáneos que con la racionalidad tecnológica. Por ejemplo, el arte de empezar es saber desbloquearse, no caer en la parálisis por el análisis. Lo más importante es actuar, pasar más tiempo haciendo, que pensando qué hacer. Kawasaki enseña cómo hacer el ¡Just do it! de NIKE.

Mis padres me contaron que antes de la guerra se abrieron unos grandes almacenes en Madrid con mucha ilusión y ambición. Eran enormes para la época y pretendían ser el más allá de la modernidad en cuanto a gestión y productos, a imitación de famosos grandes almacenes que funcionaban con tanto éxito en París. Los Grandes Almacenes Madrid-París, que así se llamaron, estaban en Gran Vía 32, en el edificio que sucesivamente fue ocupado por los Almacenes SEPU, la Unión y el Fénix y ahora el grupo PRISA y la Cadena SER. Se inauguraron en 1924 y funcionaron a trancas y barrancas hasta 1933, año en que no pudieron aguantar más y tuvieron que cerrar. Mis padres me explicaron que uno de los fundamentales motivos del fracaso fue la falta de rapidez en la gestión. Querían ser tan perfeccionistas en el almacenaje, etiquetado, inventariado, etc, de los productos, que los sacaban a la venta cuando ya todo Madrid los había comprado en los pequeños comercios de los alrededores.

Kawasaki ha explicado sus “artes” en un libro que ha titulado precisamente EL ARTE DE EMPEZAR, y que contiene muchas ideas verdaderamente emocionantes por lo humanas. El sentido ético lo expresa como el arte de ser buena persona, que él titula el arte de convertirse en un mensch, introduciendo en la terminología de los emprendedores la palabra hebrea “mensch”, (otro nominalismo empresarial) que seguramente perdurará como la nivola de Unamuno. Una idea verdaderamente poética es el arte de hacer llover, de regar con innovaciones y recolectar resultados. Y así sigue desgranando las artes de posicionarse, de hacer una presentación, de escribir un plan de negocios, de la austeridad, la contratación de personal, el conseguir capital, asociarse, crear una marca, etc.

Mi segunda reflexión es que el cambio, además de rápido, ha sido para muchos inesperado y sorprendente. Y para adaptarse a esta circunstancia habrá que tomar medidas inesperadas y sorprendentes. El cambio va a exigir nuevas formas. Habrá que ser rompedor y contracultural. Habrá que ir como un zahorí con la varita en busca de la oportunidad de negocio. No conformarse con la mediocridad, intentar hacerse millonario, esforzarse con obsesión por el éxito económico. En “El amor solo dura 2000 metros”, comedia de Enrique

Jardiel Poncela ambientada en la industria cinematográfica de Hollywood en 1933 hay un personaje que al principio de la obra intuye continuamente dónde podría haber un chiste, pero no lo sabe concretar. Al final de la comedia reaparece millonario porque se ha convertido en “vendedor de chistes” al descubrir cómo expresar lo que antes sólo vislumbraba. Los emprendedores tendrán que ser también inventores, creativos, pero no conformarse solamente con tener una idea, sino saber la manera de explotarla con éxito.

Se ha acusado a muchas personas de la crisis; muchas personas se han movilizado para intentar resolverla, y en definitiva va a afectar negativamente a muchas personas. Mi tercera reflexión es que las personas son el barro sobre el que se está moldeando esta situación, y con ese mismo barro hay que moldear también la salida hacia un nuevo posicionamiento de nuestros negocios. Es fundamental la importancia que tienen las personas en el branding y posicionamiento de una empresa. Extremadura cuenta para los empresarios con la mejor materia prima, que son sus personas. Y parece claro que las personas son la parte que más marca la diferencia en un negocio. Un ejemplo sorprendente de cómo la inteligencia emocional y una excelente gestión del personal lleva al éxito empresarial es la marca Starbucks. Partiendo de un producto tan simple y común como el café logró aumentar sus puntos de venta de 1.000 a 7.000 en solo 5 años. Mejoró el posicionamiento de su marca conectando emocionalmente con el cliente y descubriendo qué era lo que más le satisfaría. La clave estaba en dedicarse no sólo al negocio del café, sino aún más al de las personas que sirven café. Desde entonces los empleados tienen como misión primaria hacer que la gente se sienta a gusto. Quieren que “quienes llegan a un establecimiento de Starbucks puedan venir sin ninguna expectativa, pero que al salir digan ‘¡guau!’

Uno de sus slogans es: “Lo que hace divertido el negocio en el que estamos es que trabajamos con personas”. Esta forma de pensar es representativa del estilo FUNKY BUSINESS, descrito y analizado por Jonas Ridderstrale y Kjell Nordström en su libro del mismo título. En esencia es llegar a la conclusión de que nos tenemos que divertir trabajando fundamentalmente por dos razones: una, por higiene mental, ya que el trabajo nos ocupa una parte importante de nuestro tiempo, y otra, por eficacia, ya que un equipo feliz colabora mejor en los resultados.

Es curioso que cuando en mis charlas me refiero a lo FUNKY pongo como ejemplo la serie de televisión Ally Mac Beal en la que el presidente del despacho de abogados dice, más o menos, a su mejor amigo: “Estoy triste porque cuando empezamos a trabajar éramos un grupo de amigos que queríamos divertirnos. Y hemos tenido tanto éxito que ya no tenemos tiempo de divertirnos, y así no merece la pena trabajar”. Pues da la coincidencia de que entre la empresa Starbucks y Ally Mac Beal hay una relación y un ejemplo de cómo la conexión emocional aporta resultados.

Starbucks diseña sus locales imitando el estilo de los antiguos y típicos cafés de barrio. En la serie Ally Mac Beal uno de los personajes fue a una cafetería Starbucks a por un café para llevárselo a la oficina y beberse relajadamente sintiendo “el verdadero aroma del café”. Los guionistas

decidieron rodar varias escenas en ese local de Starbucks. Un día Starbucks propuso montarles un servicio de café en el plató. Starbucks supo conectar emocionalmente con los guionistas y éstos transmitieron a miles de espectadores lo que se siente al beber café en un Starbucks. Esa capacidad de conexión emocional es consecuencia de su filosofía de empresa que considera que antes que clientes, ejecutivos o empleados, somos seres humanos.

Por último creo que debemos observar de la crisis cómo se ha extendido por todo el mundo y atacarla con sus propias armas abriéndonos a todas las oportunidades y mercados por muy lejanos que nos parezcan. Extremadura es muy extensa y los empresarios pocos y separados. No podemos quedarnos mirándonos el ombligo como buda y caer en la agorafobia industrial. Tenemos que echarnos a la calle a vender nuestra imagen como “Tommy Boy”. Peter Seagal dirigió en 1995 esta mediocre película de humor cuyo único interés era el mensaje subliminal de gestión empresarial que transmitía. Es una de esas películas americanas ejemplarizantes a las que me refería en párrafos anteriores. Tommy, un hijo único torpón y malcriado, se queda huérfano y tiene que hacerse cargo de la fábrica de piezas de automóvil de su padre. La saca adelante con gran éxito porque no se queda sentado en el butacón del despacho de presidente, ni intenta resolver problemas técnicos de los que sabían mucho más que él sus colaboradores; sino que se echa a la calle a contactar emocionalmente con sus clientes. Tenemos que buscar mercados donde vender nuestros productos, y si no es suficiente en Extremadura habrá que posicionarlos fuera. En el teatro los actores no deben chillar, y sin embargo tienen que hacerse oír nítidamente tanto en primera fila como en el gallinero; lo resuelven con tecnología, con una técnica dramática que se conoce como “colocar la voz”. Algunos empresarios tendrán que “colocar la voz” de sus productos lo más lejos posible.

Otra forma de combatir la agorafobia es abrirse hacia los propios colegas, competidores, formadores, financieros, consultores, políticos, etc. Es vivir la vocación de asociarse, comunicarse, colaborar, aprender, trabajar en equipo. En Internet me encuentro muchos foros de aficionados a muy variados temas, arqueología, música moderna, informática, etc.; pero pocos foros de empresarios en Extremadura. Sería bueno que hubiese un chat de empresarios, un Facebook donde intercambiar experiencias. Que surjan empresarios “zapping”, cambiando continuamente de canal para buscar dónde hacer negocio. El “outsourcing” es un trabajar en un equipo abierto al exterior. No lo podemos hacer todo solos. En jornadas y seminarios sobre temas empresariales siempre se suelen encontrar los mismos cuatro gatos; y siempre sorprenden las ausencias, aunque los temas y los ponentes sean excelentes.

Ojalá la medicina contra la crisis fuera una pócima compuesta con unas gotas de rapidez, unos granos de nominalismo, unas virutas de creatividad, una cucharadita de posicionamiento, y una gragea de aperturismo; todo ello mezclado, pero no agitado, con un consumo de personas y aderezado con humor FUNKI. Pero no será tan fácil. No todos los mejores lograrán sobrevivir, pero parecerá que los que sobrevivan serán los mejores.

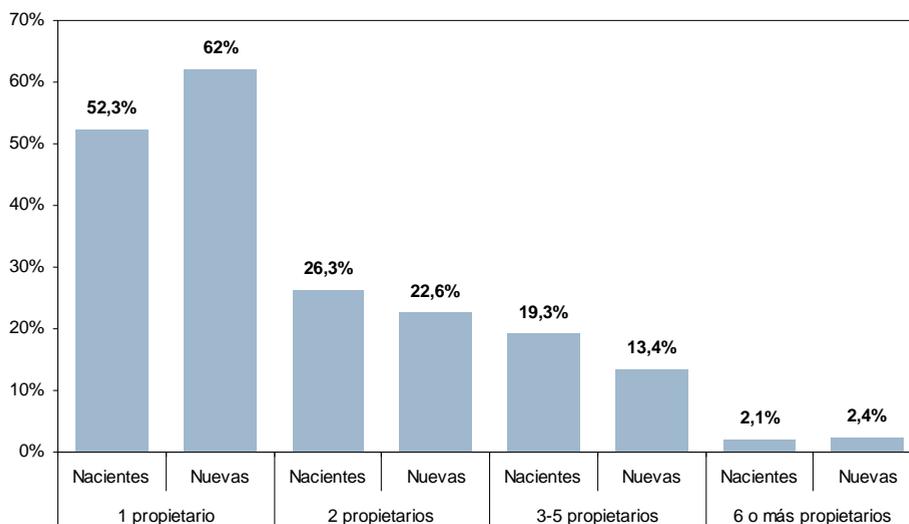
Análisis del perfil de las empresas creadas, su financiación y el empleo creado en Extremadura (2003-2007)

Esta tercera gran pregunta nos acerca a diferentes cuestiones relacionadas con la forma en la que los empresarios han intentado llevar a cabo sus sueños. ¿Cómo lo han hecho? ¿Lo hicieron solos? ¿Quiénes les acompañaron? ¿Con qué medios? ¿Con los suyos o los de otros? ¿Con los de quién? ¿Lo hicieron innovando? ¿Acudieron a mercados locales o exteriores? ¿En qué sector crearon la empresa? ¿Consiguieron llevarla a buen término o tuvieron que desistir? ...

A lo largo de este apartado trataremos de ir respondiendo estas cuestiones y algunas más de las muchas que se plantean.

La primera a la que nos enfrentamos hace referencia a la soledad o compañía con la que el empresario afronta su nueva trayectoria. Así, podemos decir que esta trayectoria se realiza en gran medida de forma individual, aunque bien es cierto que más del 42% de las empresas se constituyó con socios. Pero ¿hay diferencias en cuanto al número de socios entre las empresas según el periodo de vida en el que se encuentren? Pues parece que sí.

GRÁFICO 18. Promedio del número de socios de la empresa en Extremadura. Empresas nacientes y nuevas. Periodo 2003-2007.

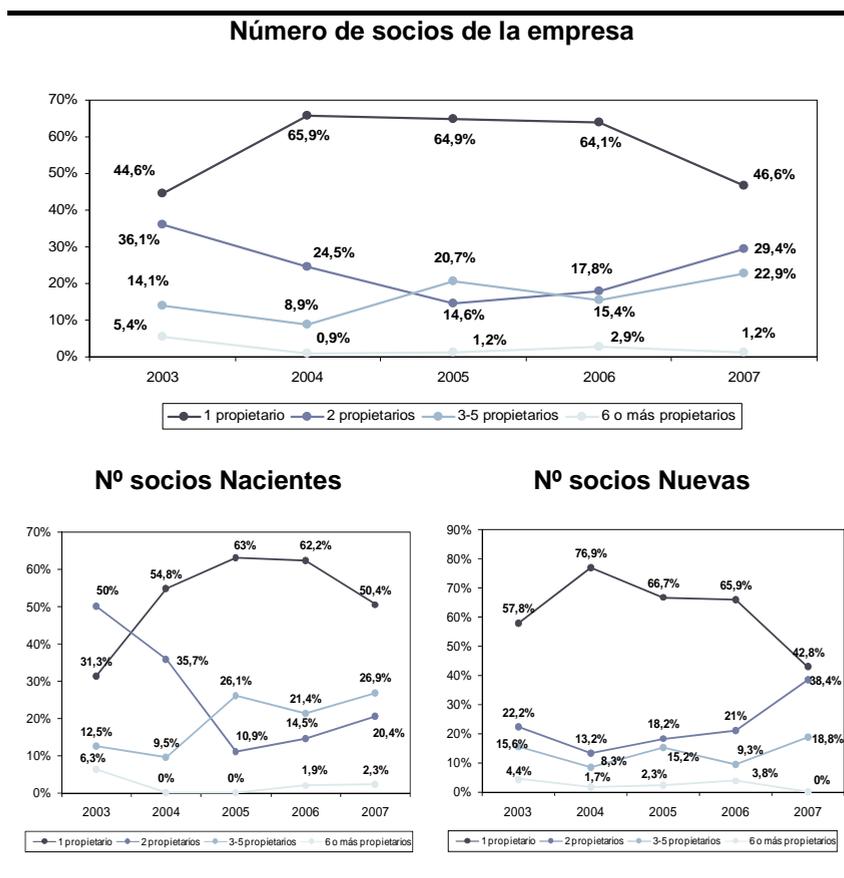


El 52,3% de las empresas nacientes están formadas por un solo propietario frente al 62% de las nuevas. Para las que han sido creadas por seis o más propietarios, la diferencia es insignificante (2,1% vs. 2,4%). Con dos propietarios, el promedio ha sido de 26,3% para las nacientes y de 22,6% para las nuevas, reflejándose una mayor diferencia entre ambas en las empresas

creadas por 3-5 propietarios (19,3% vs. 13,4%). Estos datos nos reflejan que el tamaño inicial de las empresas puede ser muy pequeño ya que su propiedad ha recaído, en la mayor parte de los casos, en un solo socio.

También es destacable la diferencia porcentual de 9,7% puntos entre las empresas nacientes y nuevas de un solo propietario. Si bien la media de empresas que en sus tres primeros meses son propiedad de un solo propietario es del 52,3% pasa al 62% en las empresas de tres a cuarenta y dos meses, pudiendo indicar que esos tres primeros meses han sido en estos años en Extremadura críticos para que los socios se conocieran y decidieran no continuar como socios cuando la iniciativa naciente pasaba a ser nueva. Se observa en relación con lo indicado, una disminución entre las nacientes y las nuevas que son propiedad de dos propietarios del 3,7% (26,3% vs. 22,6%) y del 5,8% entre las nacientes y nuevas de las que son propietarios de tres a cinco socios. Esta diferencia es la que ha podido producir el incremento de empresas de un propietario al pasar de nacientes a nuevas en este periodo.

GRÁFICO 19. Evolución del número de socios de la empresa en Extremadura 2003-2007. Empresas nacientes y nuevas.



En cuanto a la evolución del número de socios de la empresa en el periodo analizado, en el gráfico 19 se observa que el mayor número de empresas están creadas con uno o dos propietarios. Sin embargo, el número de empresas constituidas entre tres y cinco ha experimentado un fuerte incremento del 62,6%, mientras que en las creadas por un solo propietario ha sido sólo del 4,6%. Las empresas con dos socios y más de seis propietarios han bajado en ese periodo un 18,6% y un 78,5% respectivamente.

Las empresas nacientes se han venido creando con un socio principalmente. Se destaca de este gráfico el incremento producido desde el 2003 en el número de empresas nacientes propiedad de un solo socio (31,3% vs. 50,4%) y de las de tres a cinco propietarios (12,5% vs. 26,9%). También el descenso de las empresas propiedad de dos socios (50% vs. 20,4%) y de seis o más propietarios (6,3% vs. 2,3%). Entre las de un propietario, se observa un incremento paulatino desde el 2003 (31,3%) hasta el 2006 (62,2%) y una disminución en el 2007 (50,4%). En cambio, es llamativo el descenso producido desde el 2003 al 2005 en el número de empresas nacientes que cuentan con dos propietarios (50% vs. 10,9%) y el ligero repunte en los años 2006 y 2007, hasta el 20,4%. Para las que cuentan un número de propietarios que van de tres a cinco, la evolución en este periodo ha sido desigual observándose el mayor valor en el 2007 (26,9%) y el menor en el 2004 (9,5%). Igualmente se aprecia una evolución desigual entre las empresas nacientes de seis o más propietarios, observándose incluso dos años en los que no han existido ninguna y un ligero incremento desde el 2005 hasta el 2007 (0% vs. 2,3%).

En definitiva, parece que la evolución de estos años nos dice que el empresario naciente prefiere crear su empresa solo antes que con otro socio, y que cuando necesita de éstos, prefiere entre tres y cinco socios.

A diferencia de lo que ha ocurrido con las empresas nacientes, en el caso de las empresas nuevas, el número de empresas que son propiedad de un solo socio es mayor para casi todo el periodo analizado. Ahora bien, se observa una tendencia descendente en la evolución de las mismas (57,8% vs. 42,8%), al igual que ocurre con las empresas nuevas de seis o más propietarios, que pasan de tener un 4,4% en el 2003 a no contar con ninguna en el año 2007. En contraposición, las empresas nuevas de dos propietarios experimentan un crecimiento (22,2% vs. 38,4%), al igual que las nuevas de tres a cinco propietarios, aunque en menor medida (15,6% vs. 18,8%).

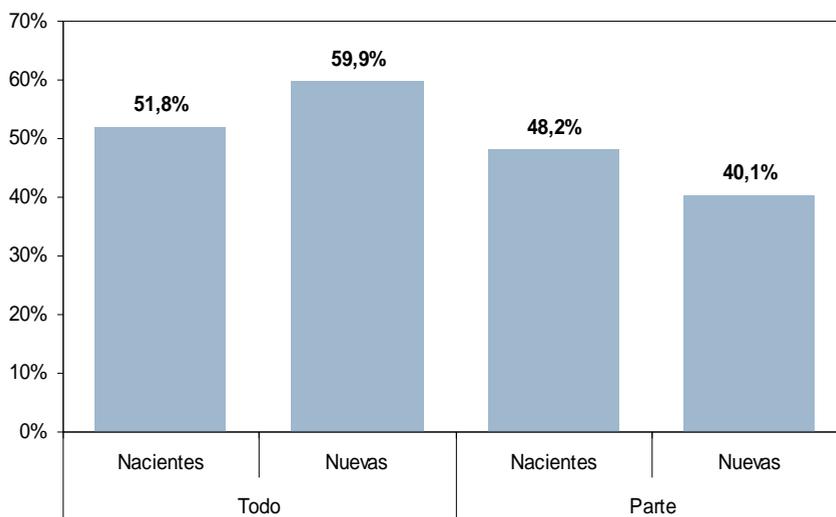
Por tanto, hay un número medio mayor de nuevas empresas con un solo socio que de nacientes (62,02% vs. 52,34%), un porcentaje algo menor con dos socios (22,6% vs. 26,3%) o entre tres y cinco (13,44% vs. 18,04%), y algo mayor entre las que tienen más de seis propietarios (2,44% vs. 2,1%).

¿De quién es la propiedad del capital de las empresas que se han creado durante este periodo?

Pues en más de la mitad de los casos (55,85%) el empresario o empresarios poseen la totalidad de la propiedad del capital, mientras que el resto sólo posee parte de éste. Es en las empresas nuevas dónde hay más empresarios que tienen toda la propiedad del capital frente a las nacientes

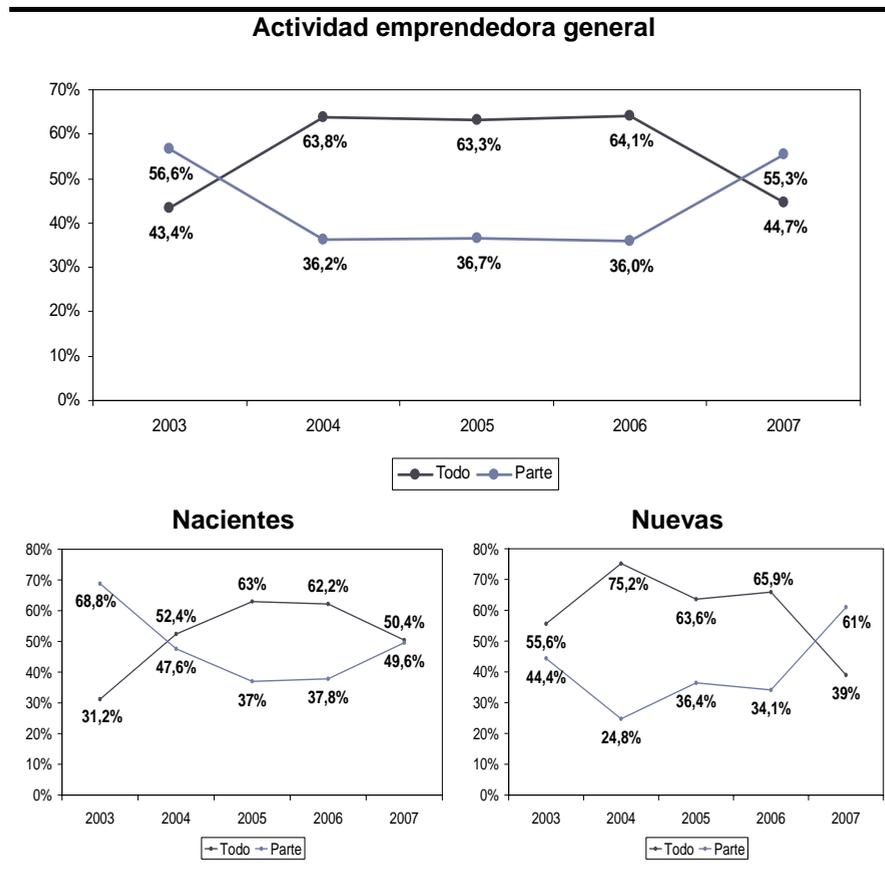
(59,9% vs. 51,8%). Quizás porque después de un periodo inicial ya se han producido los ajustes de propiedad entre los socios, puede que debido a la incertidumbre y necesidad inicial de contar con más capital externo en los tres primeros meses.

GRÁFICO 20. Propiedad del capital de la empresa en Extremadura. Empresas nacientes y nuevas. Periodo 2003-2007.



En cuanto a su evolución, observamos en el gráfico 21 que en los tres años centrales del estudio la mayoría de los empresarios pusieron la totalidad del capital, mientras que 2003 y 2007 han sido años en los que la mayoría puso sólo parte del capital.

Tanto las empresas nacientes como las nuevas, han puesto en mayor medida la totalidad del capital, más en el caso de las segundas. Sin embargo, mientras que en las empresas nacientes existe una tendencia creciente (61,54%) a poner la totalidad del capital, en las nuevas sucede al contrario (-29,86%).

GRÁFICO 21. Evolución de la propiedad del capital de la empresa en Extremadura 2003-2007. Empresas nacientes y nuevas.

Al preguntarnos sobre el cómo el empresario ha conseguido llevar a cabo su empresa surge inevitablemente el concepto de innovación.

Para Joseph A. Schumpeter la innovación es el factor de crecimiento de la economía capitalista y el empresario su figura central, por lo que identifica al empresario innovador como el principal protagonista del desarrollo económico capitalista (Schumpeter, 1912). Así, para Schumpeter el empresario es un innovador que impulsa el desarrollo económico a través de la introducción de nuevos bienes o servicios, nuevas tecnologías en la producción tradicional, nuevas combinaciones comerciales, tales como la apertura de nuevos mercados para los productos o nuevas fuentes de oferta de materiales, o bien mediante la reorganización de la actividad económica (Schumpeter, 1947).

Por tanto, podemos acercarnos al grado de innovación de las empresas extremeñas en su etapa inicial a través de conceptos similares a los

expresados por Schumpeter, es decir: los nuevos productos y servicios, el nivel de competencia en el mercado que espera el empresario, la novedad de la tecnología a utilizar y la capacidad de exportación.

Después de cinco años de estudios podemos hacernos una idea muy clara del grado de innovación de las empresas extremeñas en lo que se refiere a estos conceptos.

El gráfico 22 recoge el primero de ellos, el de los nuevos productos y/o servicios. Éste nos refleja la proporción de clientes potenciales que considerarán los productos y/o servicios de la empresa como novedosos.

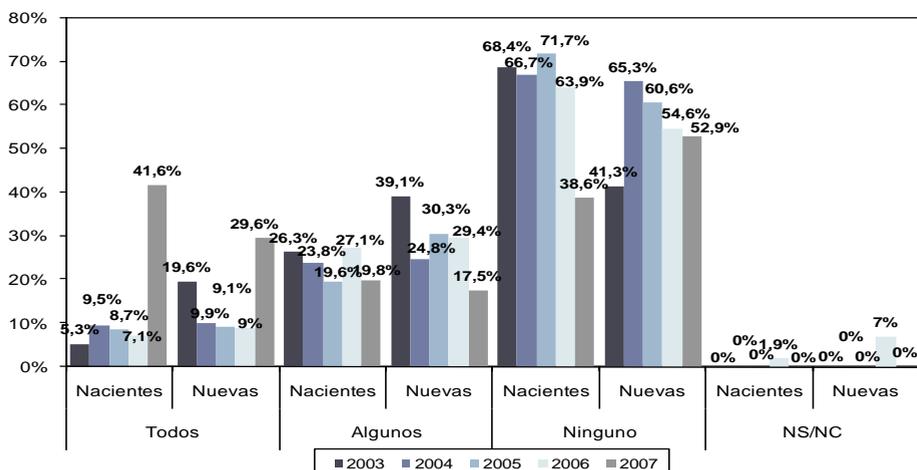
El 58,4% de las empresas que aún no han cumplido los 42 meses de vida en el periodo 2003-07 piensan que ningún cliente considerará sus productos y/o servicios como novedosos en el mercado. Esto lo han pensado un mayor número de empresas nacientes que de nuevas (61.85% vs. 54,94%).

Un 25,77% de las empresas en su etapa inicial han considerado que serán algunos clientes los que aprecien sus productos y/o servicios como nuevos, siendo las empresas nuevas las que tienen un porcentaje superior a las nacientes (28,22% vs. 23,32%).

Por último, un 14,94% de las empresas piensan que todos sus clientes serán los que consideren sus productos y/o servicios completamente novedosos. En este caso las empresas de entre 3 y 42 meses tienen porcentajes similares a las de menos de tres (15,44% vs. 14,44%).

En cuanto a la evolución, parece indicarnos un descenso en el número de empresas que opinan que ninguno o algunos de sus clientes considerarán sus productos como desconocidos en el mercado, mientras que parece subir en el último año el porcentaje de empresas que estiman que todos sus clientes considerarán a sus productos como nuevos.

GRÁFICO 22. Nuevos productos y/o servicios esperados. Periodo 2003-2007.

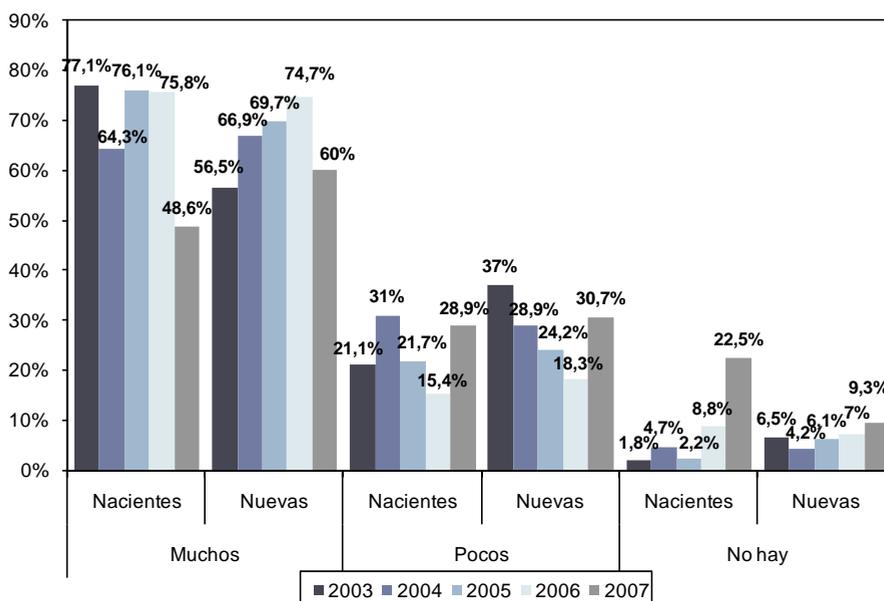


El segundo de los conceptos mencionados se refiere al nivel de competencia esperado en el mercado por parte de las empresas, es decir, que existan competidores que ofrezcan los mismos productos y/o servicios a nuestros clientes potenciales.

La mayoría de las empresas (66,97%), ya sean nacientes como nuevas (68,38% vs. 65,56%), esperan tener muchos competidores en el mercado. Un 25,72%, espera tener poco nivel de competencia, mientras que apenas un 7,31% espera que no haya competidores con sus mismos tipos de productos y/o servicios en el mercado.

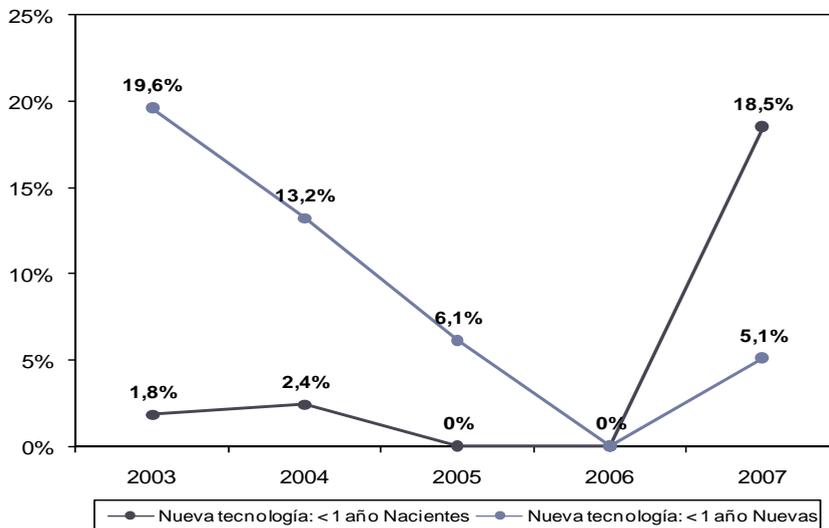
También aquí, las empresas parecen acercarse a un mayor nivel de innovación, ya que en los últimos años ha crecido el número de empresas que esperan no tener ninguna competencia para sus productos/servicios.

GRÁFICO 23. Nivel de competencia esperado. Periodo 2003-2007.

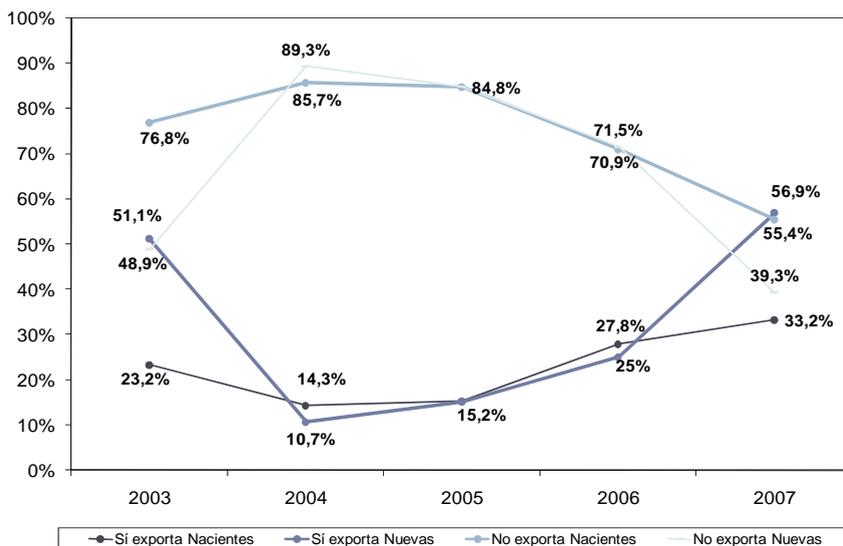


En relación con el tercer concepto analizado, la tecnología a la que acceden para poner en marcha su empresa, se ha considerado a las empresas que utilizan tecnología con menos de un año, completamente novedosa. En este sentido, las empresas nuevas, con un mayor tiempo en el mercado, parecen poder acceder a tecnologías no disponibles el año anterior con mayor facilidad que las nacientes. Así, el 8,8% de las empresas nuevas ha accedido a tecnologías modernas, mientras que sólo el 4,54% de las nacientes ha podido hacerlo en el periodo 2003-2007.

Por otro lado, los datos que podemos extraer de la evolución de este periodo no nos dan indicaciones fiables sobre si hay más empresas hoy que acceden a nuevas tecnologías que en 2003.

GRÁFICO 24. Evolución de la tecnología disponible hace un año.

Por último, el concepto que nos habla sobre la apertura de las empresas a nuevos mercados para sus productos y/o servicios es el de la capacidad de exportación, medida a través del número de clientes potenciales que viven fuera del país.

GRÁFICO 25. Capacidad de Exportación. Periodo 2003-2007

En este último quinquenio, el 27,25% de las empresas han exportado. De ellas, las nuevas han sido las que más han exportado con un 31,8% frente a las nacientes, que lo han hecho en un 22,7% de los casos. Por tanto, las empresas

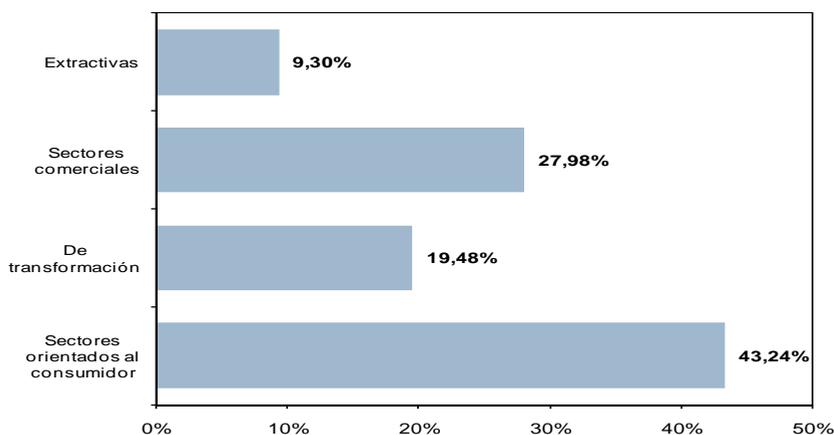
que están entre los 3 y los 42 meses de vida han sido un 40% más innovadoras que las que apenas han cumplido los tres meses de vida. No obstante, cuando analizamos la evolución en estos cinco años vemos que existe un crecimiento hacia la exportación mayor en las empresas nacientes (43,10%) que en las empresas nuevas (13,29%),

Por otro lado, aparte de por carácter más o menos innovador de los empresarios extremeños podemos preguntarnos acerca del tipo de negocio hacia el que se han orientado para cubrir sus expectativas.

El gráfico 26 nos refleja las posibles respuestas en este sentido:

GRÁFICO 26. Distribución sectorial de la actividad emprendedora en Extremadura. Periodo 2003-2007.

Distribución sectorial general



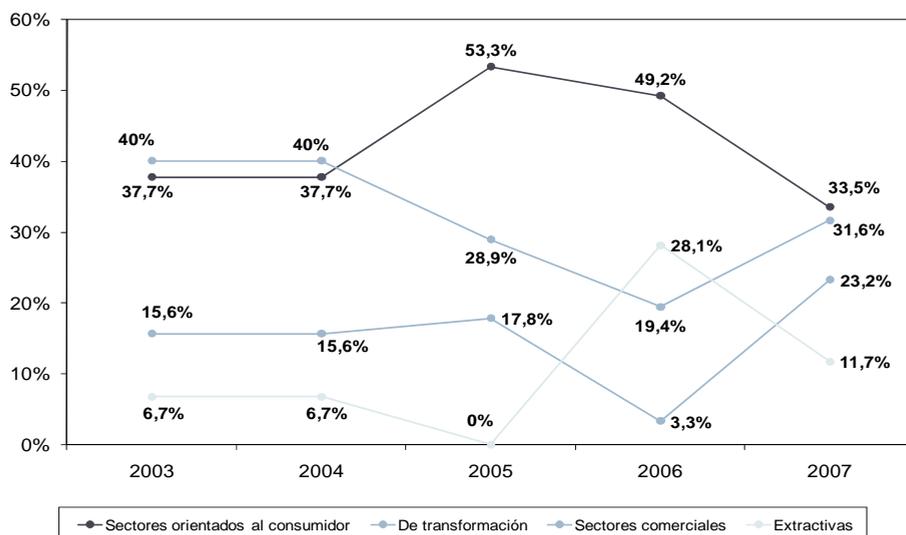
Distribución sectorial detallada



El tipo de negocio que se ha creado en Extremadura, ha sido en un 43,24% de los casos en los sectores orientados al consumidor, seguidos por los sectores comerciales (27,98%), el sector de transformación (19,48%) y el extractivo (9,30%). Analizando el promedio de estos cinco años más detalladamente, observamos que el sector de la venta al detalle, hostelería y restauración ha sido el preferido por los empresarios extremeños para poner en marcha su iniciativa empresarial en un 24,58% de los casos, seguido de los servicios profesionales (19,14%) y la actividad de construcción y minería (12,42%).

Al analizar la evolución de la distribución sectorial de la actividad emprendedora en Extremadura en los últimos cinco años, podemos observar, que son los sectores orientados al consumidor y a las empresas los que más empresas han venido creando en este periodo, aunque desde el 2003 han sufrido disminuciones del 11,14% y del 21% respectivamente. Por otro lado, los sectores de transformación y extractivos, que crean un menor número de empresas son los que más han crecido (48,72% vs. 74,63%).

GRÁFICO 27. Evolución de la distribución sectorial de la actividad emprendedora en Extremadura. Periodo 2003-2007.



Por otro lado, cuando nos preguntamos acerca del dinero o financiación que necesita el empresario para poner en marcha su proyecto empresarial nos surge uno de los problemas fundamentales que se presentan a los empresarios en sus inicios, ya que la disponibilidad de fondos es primordial no sólo para la creación de sus empresas sino también para acometer el crecimiento de las éstas.

En este sentido, expertos de muchos países del mundo coinciden en señalar que el acceso a la financiación es uno de los obstáculos fundamentales a la actividad empresarial, especialmente cuando la empresa se encuentra en

sus primeras fases³⁶. En 1999, el 6º Informe del Observatorio Europeo de la Pequeña y Mediana Empresa³⁷, a través de la Encuesta ENSR a Empresas, ya destacaba que *“el acceso a la financiación es la principal limitación existente para el desarrollo empresarial al menos para el 25% de las empresas”* en una serie de países europeos, entre los que se encontraba España. Actualmente, la situación se ha agravado de tal forma que el 28% de las empresas han encontrado mayores problemas para financiar su actividad empresarial en los últimos doce meses, siendo la escasez de liquidez derivada del estancamiento de la actividad el principal problema financiero al que se enfrentan las empresas (Cámaras de Comercio, 2008).

Las empresas nacientes y nuevas son las que tienen mayores niveles de dificultad para acceder a la financiación, donde este problema ha sido señalado por una de cada cuatro empresas, según el Informe anteriormente citado. Pero, ¿cuánto dinero han necesitado los empresarios para poner en marcha su empresa en Extremadura?, ¿cuánto han puesto?, ¿cuáles han sido las fuentes de financiación a las que el empresario ha acudido para financiar la inversión que no ha podido acometer con recurso propios?

Como media, en el último quinquenio los empresarios nacientes han necesitado un capital de 47.044 €, del que han puesto aproximadamente tres cuartas partes de él, es decir, 35.799 €. El capital requerido más común ha sido de 31.200 €, el mínimo de 6.911 € y el máximo de 220.071 €.

TABLA 5. Capital necesario para arrancar el negocio y capital propio que se espera invertir en las empresas nacientes. Valores estadísticos.

Valores		2003	2004	2005	2006	2007	Promedio	Variación 2003/07
Media	Necesario	29.328	28.333	53.712	43.656	80.190	47.044	173,42%
	Propio	23.143	19.793	34.765	25.531	75.762	35.799	227,36%
Moda	Necesario	12.000	24.000	60.000	30.000	30.000	31.200	150,00%
	Propio	15.000	20.000	24.000	30.000	20.000	21.800	33,33%
Desviación Típica	Necesario	41.386	32.342	43.223	34.593	86.094	47.528	108,03%
	Propio	33.971	22.367	41.609	18.039	101.740	43.545	199,49%
Capital mínimo	Necesario	555	5.000	10.000	9.000	10.000	6.911	1701,80%
	Propio	1.202	5.000	5.500	6.000	6.000	4.740	399,17%
Capital Máximo	Necesario	210.354	210.000	180.000	150.000	350.000	220.071	66,39%
	Propio	180.304	150.000	180.000	96.000	300.000	181.261	66,39%

³⁶ Cámaras de Comercio, Fundación INCYDE (2001): “La Creación de Empresas en España. Análisis por Regiones y Sectores”. Servicio de Estudios de Cámaras de Comercio y Fundación INCIDE, con la colaboración de la Fundación Tomillo. Madrid. Cámaras de Comercio (2005): “Espíritu Empresarial en España, Europa y Estados Unidos” Servicio de Estudios de Cámaras de Comercio. Marzo. Madrid.

³⁷ El Observatorio Europeo de la Pyme. Sexto Informe, Resumen Ejecutivo (1999). Informe enviado a la Dirección General de Empresa de la Comisión de las Comunidades Europeas por: KPMG Consulting y EIM Small Business Research and Consultancy, en cooperación con ENSR – European Network for SME Research Intomart. Diciembre 1999.

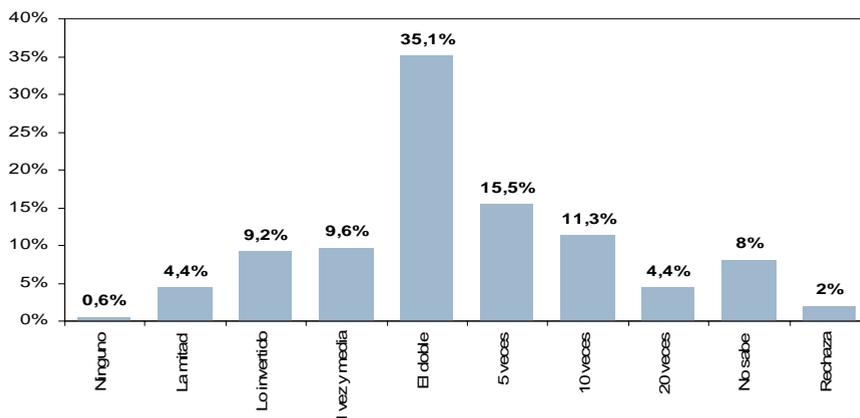
Desde el 2003 hasta el 2007 se ha visto incrementada la media de capital necesario en un 173,42% y el más común en un 150%, siendo el incremento experimentado por el capital mínimo necesario, de un 1.701,80%, frente al 66,39% del capital máximo. Esto puede ser indicativo de que las iniciativas acometidas han podido ser de mayor calidad y tamaño, al requerir un mayor esfuerzo inversor. El mínimo del capital aportado por los empresarios en este periodo ha sido de 4.740 €, lo que supone el 68,6% de lo necesitado, mientras que el máximo ha sido de 181.261 €, representando el 82,36% de lo necesario para la puesta en marcha. La aportación del capital propio medio ha experimentado un crecimiento del 227,36% y el más común del 33,33%. Destacable también es el incremento que ha sufrido el capital mínimo propio (399,17%), aunque no tan importante como el incremento del capital mínimo necesario.

En definitiva, desde el 2003 se han incrementado todos los valores, de tal forma que hoy se necesita más capital para arrancar el negocio, lo que denota que los proyectos de inversión son de mayor envergadura; se aporta más capital propio por parte del empresario (78,9% vs. 94,48%) y los capitales mínimos y máximos necesarios e invertidos son mayores que los de hace cinco años.

El empresario crea su negocio esperando obtener una rentabilidad y una compensación por la inversión realizada, pero ¿cuánto espera obtener por ella?

El empresario que inicia su actividad empresarial en Extremadura, cuando decide ponerla en marcha, tiene unas expectativas sobre lo que espera obtener de su actividad, tanto en términos económicos como personales. El promedio de los empresarios que se encuentran en su etapa inicial en el periodo analizado esperan recuperar el doble de lo invertido en un 35,1% de los casos, incluso quintuplicar su inversión (15,5%). Sólo el 0,6% no espera recuperar lo invertido, mientras que el 4,4% espera recuperar la mitad y el 9,2% al menos lo invertido.

GRÁFICO 28. Cantidad esperada de retorno de inversión por el empresario extremeño. Periodo 2003-2007.

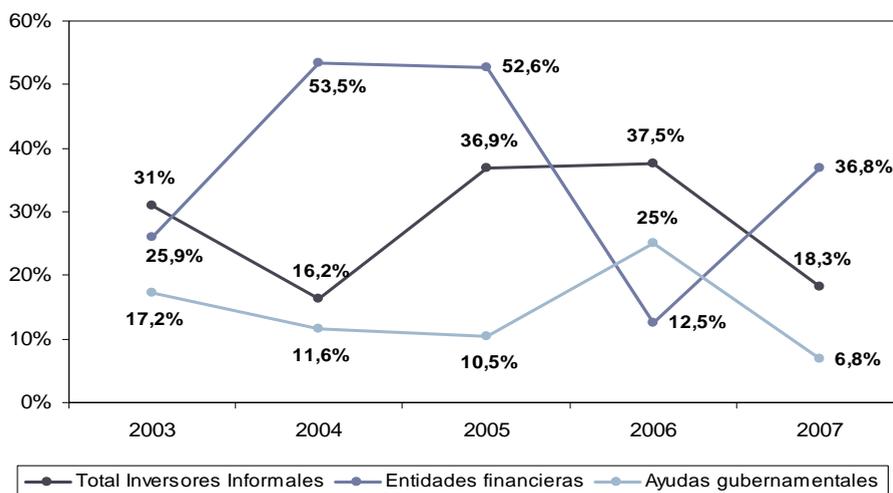


En cuanto a las fuentes de financiación a las que ha acudido el empresario para financiar el resto de su inversión, podemos decir que en España, según nos revelan los Informes GEM, aproximadamente el 70% de los nuevos empresarios se han visto obligados a acudir a fuentes complementarias de financiación, mientras que en Extremadura, ha sido casi el 66% el que ha acudido a otras fuentes financieras.

Generalmente, el empresario suele acudir a los bancos e instituciones financieras o a las ayudas gubernamentales, aunque también en gran medida a los denominados inversores informales, como la familia, amigos, compañeros de trabajo, conocidos, desconocidos, etc. Y dentro de éstos, fundamentalmente a la familia directa (esposa/o, padres, abuelos, hermanos, etc.).

La primera fuente de financiación demandada en Extremadura por una media del 36,26% de los nuevos empresarios durante los últimos cinco años han sido los bancos u otras instituciones financieras. En segundo lugar han acudido a los inversores informales en un 24,58% de los casos, y por último, sólo un 11,72% de las veces han solicitado ayudas gubernamentales. Esto nos hace reflexionar sobre la orientación o canalización que deben tener las políticas y programas públicos que pretendan ayudar al empresario en este sentido.

GRÁFICO 29. Evolución de las fuentes de financiación. Periodo del 2003-2007.



El gráfico 29 nos refleja sólo la evolución de las fuentes de financiación de las tres principales fuentes mencionadas: entidades financieras, inversión informal, y ayudas gubernamentales. La característica más dominante en él ha sido seguramente la variación de unos años a otros de las tres fuentes, aunque la más estable ha sido la de las ayudas gubernamentales.

Los bancos y otras instituciones han sido los más utilizados, pero en dos años (2003 y 2006), fueron los inversores informales los que más financiaron a

los empresarios nacientes. En general, la financiación realizada a través de entidades financieras ha crecido en el periodo un 42,08%, mientras que la de los inversores informales ha disminuido un 40,97%, al igual que la de las ayudas gubernamentales, que lo hicieron en un 60,47%. No obstante, debido a los altibajos que se han producido en el periodo, las tendencias pueden cambiar en años sucesivos.

La inversión informal, se ha venido revelando durante los cinco años analizados como una importante fuente de recursos financieros para el inicio de nuevas actividades empresariales, ya que el volumen total estimado de inversión informal para la región en este tiempo según los datos GEM, ha sido de 1.037 millones de euros, lo que supone una media anual de 207,52 millones. Por tanto, parece hacerse necesario el fortalecer esta fuente de financiación. La generación de una cultura de inversión en la región, la creación y/o conexión con redes de inversores informales o la atracción de "Business Angels" con dinero que puedan financiar grandes proyectos de alto potencial de crecimiento, podrían servir como mecanismos para este desarrollo. Además, dentro de la generación de una cultura de inversión es importante el fortalecimiento y desarrollo de la figura del "Busines Angel", ya que son una pieza fundamental en la creación de empresas, pues muchas veces aportan algo más que financiación, aportan experiencia, conocimientos, redes, gestión, etc.

El promedio de personas entre 18 y 99 años que han estado involucrados como inversores informales en Extremadura desde el año 2000 hasta el 2007 ha sido del 2,23%, lo que representa un promedio de 82.708 personas que han respondido afirmativamente a la siguiente pregunta realizada. *"¿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?"*.

La tabla 6, recoge el perfil del inversor informal medio en España y en Extremadura en el periodo 2003-2007.

El promedio de estos años nos refleja en Extremadura un inversor informal fundamentalmente hombre (56,48%), con una edad media de 45,43 años, que trabaja (72,10%), con estudios hasta nivel secundario (51,08%), nivel de renta baja (36,98%), de zona urbana o rural (51,85% vs. 48,15%), que tiene una relación familiar directa con la persona a la que aporta la ayuda económica (63,26%) y a la que ha ayudado como promedio en este periodo con 13.038 euros.

Al comparar el perfil del inversor extremeño con el de la media nacional observamos ciertas diferencias a tener en cuenta. En España, el inversor informal también suelen ser hombres (59,98%), un poco más jóvenes que los extremeños (41,24 años), que trabajan en mayor medida a tiempo completo (88,22%), con estudios superiores o niveles de renta altos en vez de bajos, más urbanos que los extremeños, que tienen menor relación familiar directa con los beneficiarios de la inversión y que invierten de media un 45% más que los extremeños.

TABLA 6. Perfil del inversor informal medio en España y Extremadura.
Periodo 2003-2007.

	% Variación 2003/2007		Promedio 2003/2007	
	España	Extremadura	España	Extremadura
% Hombres	9,38%	4,24%	59,98%	56,48%
Edad media	-3,57%	-3,57%	41,24	45,43
Trabaja:				
- A Tiempo completo/parcial	-12,19%	-28,27%	85,22%	72,10%
- Amas de casa	6,76%	63,11%	6,42%	16,66%
- Estudiante, jubilado, no trabaja	325%	526,47%	8,20%	11,20%
- Otros	0%	0%	0,16%	0,04%
Nivel de estudios:				
- Hasta nivel secundario (sin estudios o primarios)	2750%	12,32%	18,93%	51,08%
- Secundarios	78,66%	-23,22%	32,72%	19,86%
- Superiores	-54,18%	15,65%	52,08%	29,06%
Nivel de renta:				
- Renta Baja (<1.200 €)	-87,96%	-86,83%	21,18%	36,98%
- Renta Media (1.200 € y 1.800 €)	52,88%	-10,14%	28,74%	25,52%
- Renta Alta (> 1.800 €)	96,09%	127,03%	29,84%	20,72%
- No contestan	-22,95%		20,24%	16,80%
Inversores informales que están acometiendo la creación de una empresa independiente de otro trabajo	624,59%	-78,57%	21,15%	17,50%
Inversores informales que están acometiendo la creación de una empresa en combinación con otro trabajo	1295%	-100%	19,83%	4,58%
Inversores informales que son actualmente propietarios de un negocio del cual son propietarios-gerentes	-23,60%	-66,48%	20,08%	25,95%
Espera acometer la creación de una empresa en los próximos 3 años	22,62%	391,18%	18,64%	15,92%
Ha cerrado una empresa propia en los últimos 12 meses	-50,00%	-100,00%	7,54%	8,82%
Percibe buenas oportunidades de negocio en España o Extremadura en los próximos 6 meses	-14,50%	-57,28%	40,00%	35,50%
Cree poseer conocimientos y habilidades para crear una empresa	18,95%	-2,31%	63,58%	63,60%
El miedo al fracaso no es un obstáculo para crear una empresa	-11,18%	-4,19%	60,92%	54,40%
Inversión media que realiza un inversor informal (en euros)	-10,38%	21,14%	19.002 €	13.038 €
Tipo de negocio en el que invierten (España: Datos de 2004 a 2007)				
- Sector de la transformación	-64,56%	50,72%	26,80%	31,92%
- Sectores orientados al consumidor	91,83%	43,80%	50,38%	33,88%
- Servicios para empresas	-21,38%	23,24%	19,18%	17,90%
- Sector extractivo	-100%	-100%	1,78%	12,98%
- No contesta / no quiere decir	0%	-77,69%	2,50%	14,80%
Zona urbana (Datos de 2004 a 2007)	-2,87%	-8,20%	88%	51,85%
Zona rural	27,37%	8,20%	12%	48,15%
Relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión:				
- Familia directa (esposa, hijos, hermanos, nietos, etc.)	13,15%	17,39%	55,40%	63,26%
- Otras familiares menos directos (primos, sobrinos, parientes)	-55,21%	-42,03%	7,12%	9,36%
- Compañeros de trabajo	-46,34%	-81,40%	8,18%	9,38%
- Amigos, vecinos, conocidos	13,73%	-1,74%	22,90%	14%
- Otros	21,43%	-14,29%	2,20%	5,77%
- Rechazan especificar el tipo de relación	-69,09%		3,64%	6,10%

Tanto en Extremadura como en España, el estudio realizado también presta atención a si los inversores informales están llevando a cabo la creación de una empresa independiente de otro trabajo (17,5% vs. 21,15%) o en combinación con él (4,58% vs. 19,83%), si son propietarios de un negocio que dirigen (25,95% vs. 20,08%), si esperan acometer la creación de una empresa en los próximos tres años (15,92% vs. 18,64%) o han cerrado una empresa propia en los últimos doce meses (8,82% vs. 7,54%).

Por otro lado, perciben buenas oportunidades de negocio (35,5% vs. 40%), creen poseer conocimientos y habilidades para crear una empresa (63,60% vs. 63,58%) o consideran que el miedo al fracaso no es un obstáculo para iniciar la actividad empresarial (54,40% vs. 60,92%).

Además, invierten en todos los sectores: en los orientados al consumidor (33,88% vs. 50,38%), en el de la transformación (31,92% vs. 26,80%), en el de los servicios para empresas (17,90% vs. 19,18%) o en el sector extractivo (12,98% vs. 1,78%). Si bien es cierto que mientras en Extremadura los sectores de la construcción (26,80%) y los de servicios a empresas (19,18%) o al consumidor (50,38%) han experimentado un crecimiento, en España sólo ha crecido, eso sí el doble que en Extremadura (91,83% vs. 43,80%), los sectores orientados hacia el consumidor, mientras que los otros han decrecido.

A continuación, profundizaremos en las preguntas relacionadas con las personas que acompañaron de una manera cercana al empresario en su travesía. Ya sabemos que se embarcaron en ella sin ningún socio en muchos casos o que en otros lo hicieron sólo con uno más, pero también debemos saber si lo hicieron sin contar con alguien más en la empresa, sin crear ningún puesto de trabajo o contando con personas que les ayudasen.

Hasta ahora, la investigación científica nos ha revelado que las pequeñas y medianas empresas son las que más empleo crean.

Los análisis del Proyecto GEM, nos han revelado que en el periodo 2003 al 2007, la tasa media de actividad emprendedora extremeña ha sido del 7,62%, lo que ha supuesto que por cada cien personas en edad de trabajar (18-64 años) en este periodo, más de siete hayan estado involucradas en iniciativas empresariales con menos de tres años y medio de vida. De este porcentaje, el 6,48% han sido iniciativas que han generado o esperaban generar algún puesto de trabajo, mientras que el 1,8% restante han sido empresas que sólo generaron el puesto de trabajo del empresario. Es decir, el 85,02% del total de las iniciativas puestas en marcha ha proporcionado empleo por cuenta ajena, o tenía expectativas de crearlo en los siguientes 5 años, mientras que el 14,98% restante ha servido o servirá en los 5 años siguientes sólo para auto emplear al empresario.

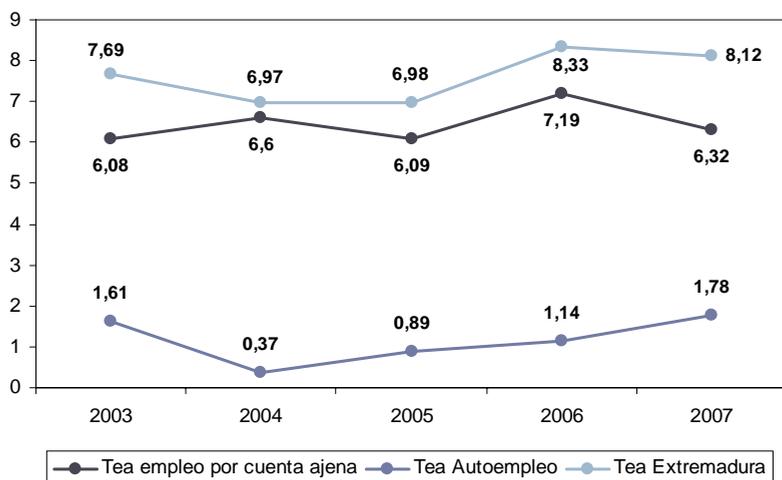
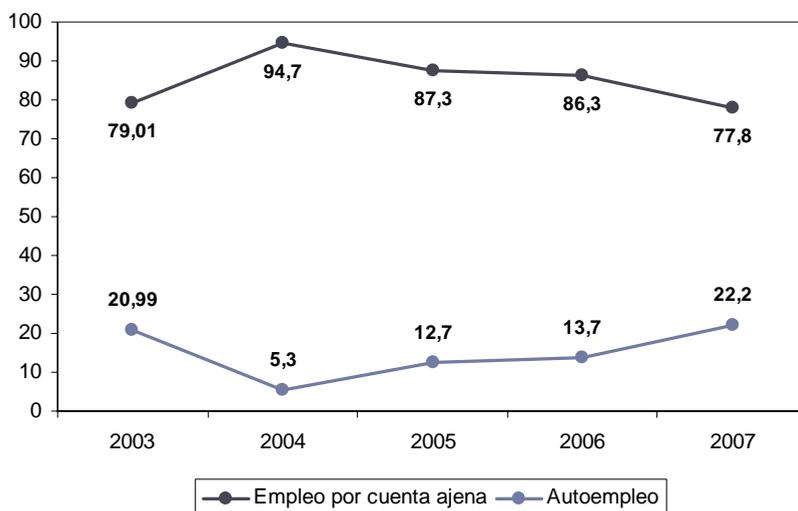
Al analizar la evolución de las iniciativas generadoras de empleo actual o a cinco años vista, observamos que, con respecto a 2003, han crecido un 5,76% las iniciativas de autoempleo y en cambio disminuyen un 1,53% las que generan empleo o esperan generarlo en los próximos años. Este discreto decremento de las iniciativas de creación de empleo por cuenta ajena cobra más valor desde el momento en el que la actividad emprendedora total ha

crecido un 5,59%, lo que nos hace reflexionar sobre la capacidad y calidad de las iniciativas que se vienen llevando a cabo, máxime cuando en estos porcentajes se están incluyendo las expectativas de creación de empleo en los próximos cinco años.

GRÁFICO 30. Iniciativas emprendedoras generadoras de empleo actual o en cinco años. Periodo 2003-2007.

EMPLEO ACTUAL Y ESPERADO POR CUENTA AJENA O PROPIA

(En porcentajes y valores de la TEA)



Para profundizar en estos datos desglosaremos el empleo creado por las empresas extremeñas según el número de puestos de trabajo creados o que se esperan crear. Los gráficos 31 y 32 nos ofrecen esta perspectiva para los diferentes tipos de empresas.

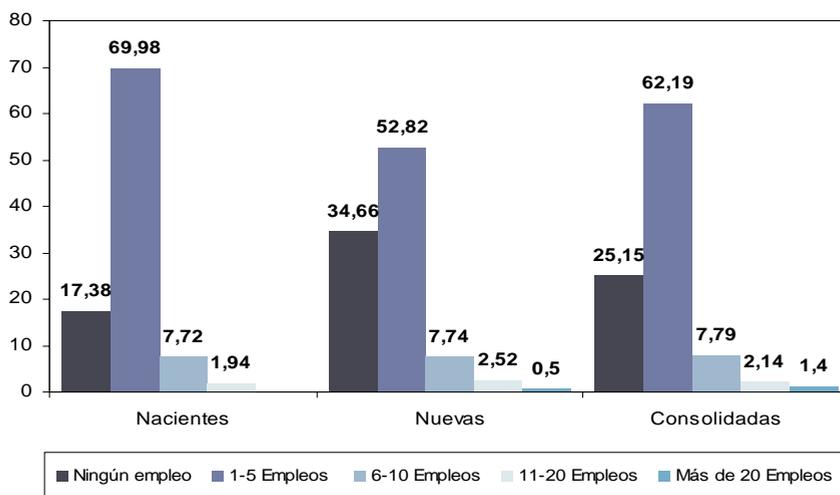
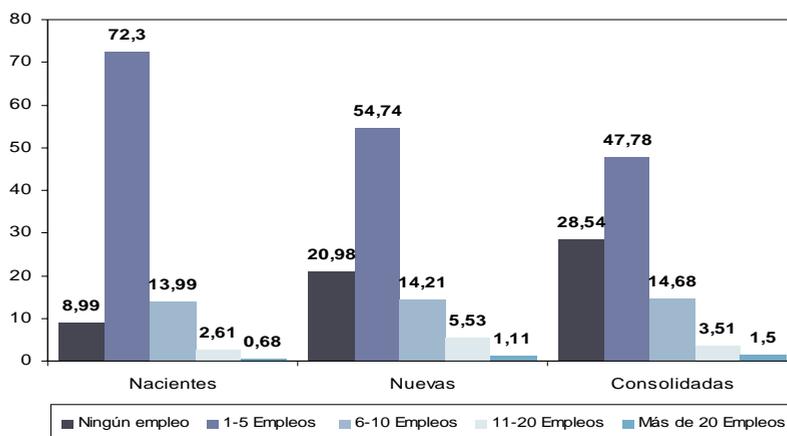
El 83,62% de las empresas nacientes se han creado con empleados, mientras que el 65,34% de las nuevas lo mantienen. En cambio, las nuevas doblan a las nacientes en el número de empresas que no tienen ningún empleado (34,66% vs. 17,38%). Esta diferencia se acentúa cuando miramos los datos de empleo esperado. El 91,01% de las empresas nacientes esperan crear empleo al cabo de cinco años, mientras que el 79,02% de las nuevas espera hacerlo. Durante estos últimos cinco años venimos contrastando que cuando las empresas tienen menos de tres meses de actividad, no sólo tienen más empleados, sino que esperan crear más empleo que aquéllas que llevan menos de tres años y medio en el mercado. Seguramente la inexperiencia, las ilusiones y las expectativas iniciales las hacen ser más optimistas, pero la realidad les hace reducir sus expectativas. Al hilo de esto, es lógico también que las empresas nuevas esperen no crear empleo en una mayor medida que las nacientes (20,98% vs. 8,99%).

En las empresas consolidadas, es decir, aquéllas que tienen más de tres años y medio de vida, encontramos que el 74,85% de ellas crea empleo, más que las empresas nuevas pero menos que las nacientes y el 71,46% espera seguir creándolo en los próximos años, menos que ambas.

En cuanto al número de puestos de trabajo creados, casi un 70% de las nacientes tienen entre uno y cinco empleados frente al 52,82% de las nuevas, aunque el número de éstas que tienen un solo empleado es mayor (18,78% vs. 12,64%). Por su parte, el 62,2% de las empresas establecidas tienen entre uno y cinco empleados.

Por otro lado, no existen empresas de alto poder de crecimiento en empleo³⁸ entre las empresas nacientes, sólo el 0,5% de las nuevas y el 1,4% de las consolidadas. En cambio, en las diferentes fases del proceso emprendedor existen empresas que esperan llegar a tener al menos 20 puestos de trabajo al cabo de cinco años: el 0,68% de las nacientes, el 1,11% de las nuevas y el 1,5% de las consolidadas.

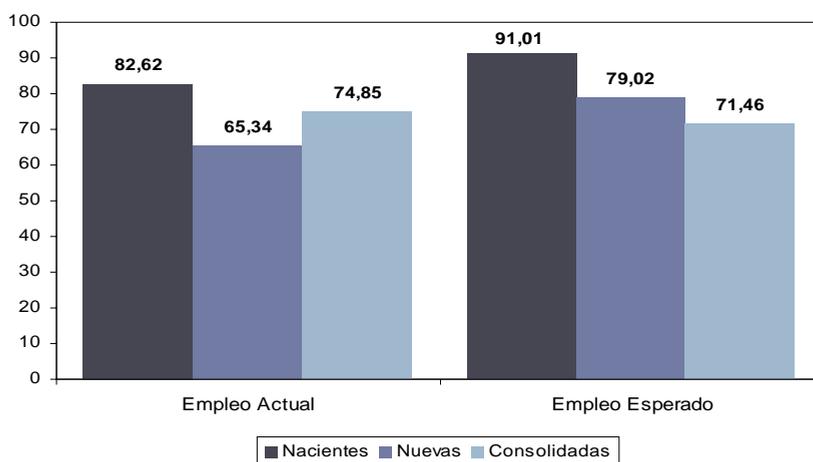
³⁸ Los criterios escogidos para la detección de estas empresas han sido: Aquellas que tienen una plantilla actual de alrededor de 20 empleados y cuyo crecimiento en términos de empleo está alrededor del 50%. No obstante, queremos subrayar que sólo estamos considerando el criterio del empleo, sin tener en cuenta otros criterios habituales de las empresas de alto crecimiento a los que no alcanza nuestra investigación, como el volumen de ingresos medios o la tasa de crecimiento anual en tamaño o beneficios.

GRÁFICO 31. Número de empleos actuales en las empresas extremeñas en el periodo 2003-2007. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.**GRÁFICO 32.** Número de empleos esperados en las empresas extremeñas en el periodo 2003-2007. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.

Las conclusiones que podemos extraer de este análisis las podemos resumir en dos, que vienen representadas en el gráfico siguiente. Por un lado, las plantillas de las empresas nacen sobredimensionadas en empleo y se van

ajustando conforme van rodando en el mercado. Antes de los tres años y medio, las empresas reducen personal aproximadamente un 20% y cuando consiguen sobrepasar esta etapa parece producirse un reajuste del 10% según sus necesidades de crecimiento. Por otro lado, conforme van teniendo más experiencia en el mercado y cubriendo puestos de trabajo, sus expectativas de crecimiento en empleo se van reduciendo.

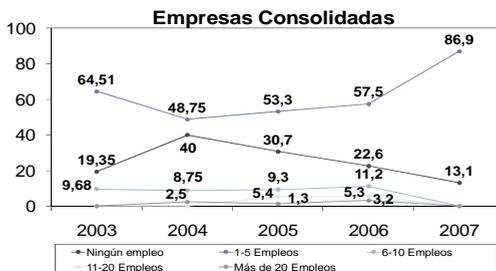
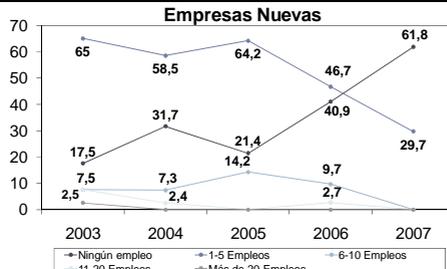
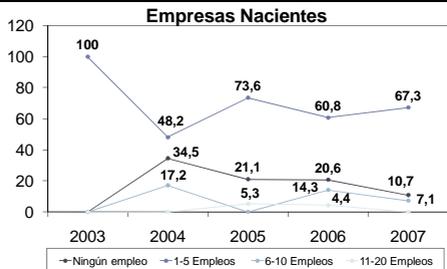
GRÁFICO 33. Empleo por cuenta ajena actual y esperado en las empresas extremeñas en el periodo 2003-2007. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.



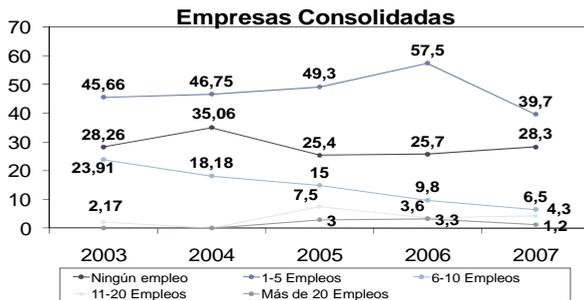
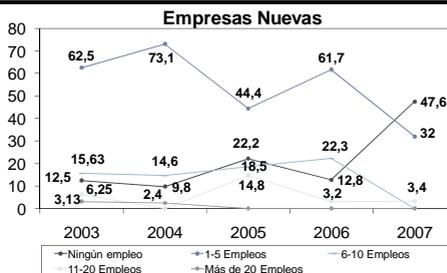
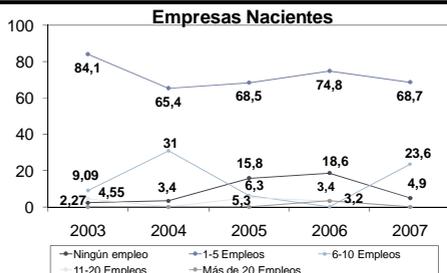
De los gráficos sobre la evolución del empleo actual y esperado, podemos destacar que la mayor parte de las empresas, independientemente del año y de la fase de su vida en la que se encuentren, contrata o espera contratar entre uno y cinco trabajadores. Que el segundo porcentaje en importancia es el de empresas que no crean ningún empleo, aunque en el caso de las empresas nuevas, desde 2005 se ha producido un incremento importante de estas empresas sobre las que generan entre uno y cinco puestos de trabajo, llegando incluso en 2007 a intercambiar sus porcentajes (61,8% vs. 29,7%). Algo similar sucede también en el caso de las empresas nuevas en cuanto al empleo esperado.

GRÁFICO 34. Evolución del empleo actual y esperado en el periodo 2003-2007 de las empresas extremeñas. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.

EMPLEO ACTUAL



EMPLEO ESPERADO 5 AÑOS



Por último, los gráficos 35 y 36 nos ofrecen la distribución del empleo actual y esperado por sectores en las empresas que aún no han superado su fase inicial (naciente y nueva).

Los sectores orientados al consumidor han sido los que han reunido la mayor parte del empleo que se ha creado por parte de ambos tipos de empresas, que han aglutinado entre el 44% y el 49% del empleo en sectores como la venta al detalle, la restauración, la hostelería, los servicios de enseñanza, de salud o servicios sociales. También, se esperaba crear más empleo en estos sectores por parte de más del 40% de las empresas.

El sector industrial, transporte, construcción, venta al mayor o comunicaciones es el que ha creado o esperado crear un mayor número de empleos en segundo lugar. En torno a un 25%.

Por otro lado, los servicios a empresas en general, como los de intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias o servicios a profesionales, con unos valores cercanos a los del sector de la transformación, han ocupado el tercer lugar en empleo actual y esperado.

Por último, el sector extractivo ha empleado entre el 5% y el 9%, teniendo unas expectativas de contratación que rondan los mismos porcentajes.

GRÁFICO 35. Empleo actual por sectores en el periodo 2003-2007 de las empresas extremeñas. Empresas nacientes, nuevas.

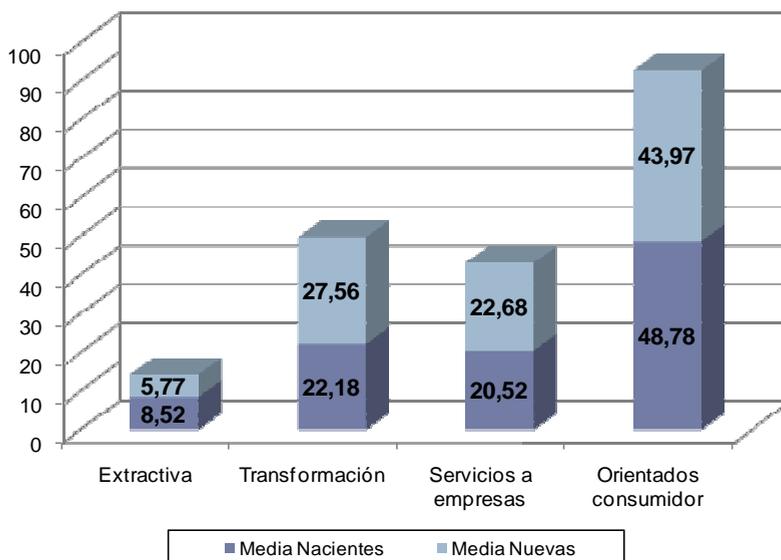
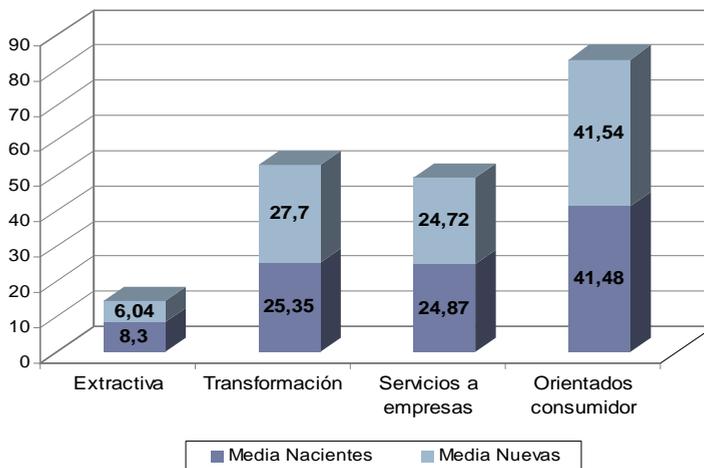


GRÁFICO 36. Empleo esperado por sectores en el periodo 2003-2007 de las empresas extremeñas. Empresas nacientes, nuevas.



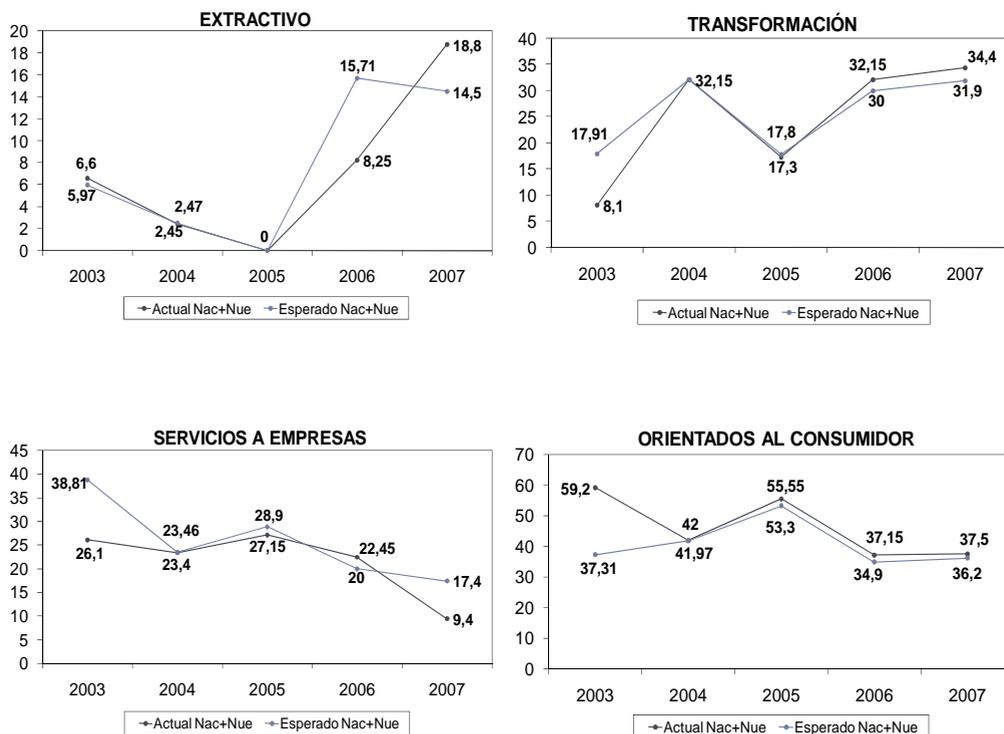
Para terminar, realizaremos el análisis de la evolución del empleo actual y esperado por sectores para las empresas nacientes y nuevas.

En el gráfico del sector extractivo, podemos ver cómo el empleo actual y el esperado evolucionan prácticamente de forma idéntica desde el 2003 al 2005, en el que alcanzan su punto más bajo con cero empleos, ya que no se encontraron empresas en este sector. A partir de ahí, en los dos años siguientes, ha ido ascendiendo el número de empresas agropecuarias, de caza, pesca o minería, que han aumentado el número de empleos o sus expectativas hasta situarlas en entre un 14% y 19%.

En el sector de la transformación la evolución entre empleo actual y esperado ha sido muy similar y con una fuerte tendencia ascendente. El empleo creado ha crecido en este sector un 327,16% en cinco años, mientras que las expectativas de empleo lo han hecho un 78,11%.

Con el sector de los servicios a empresas sucede lo mismo que con el de la transformación, pero en sentido inverso. Empleo actual y esperado evolucionan parejos, pero disminuyen su participación en el empleo. Un 63,98% en el empleo creado y un 55,16% las expectativas de crearlo.

Por último, los sectores orientados hacia el consumidor, pese a ser el sector que más empleo genera, también han sufrido una bajada notable en el número de empleos que generan con respecto a 2003, un 36,65% menos. En cambio las expectativas de creación de puestos de trabajo apenas han variado en estos cinco años, ya que han sufrido una leve caída del 2,98%.

GRÁFICO 37. Evolución del empleo actual y esperado por sectores en el periodo 2003-2007. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.

Como conclusión podemos decir que en estos últimos cinco años, han tomado un mayor auge en la contratación de trabajadores el sector extractivo y el de la transformación, mientras que han perdido fuerza, a pesar de su vigente importancia para el empleo, los sectores de servicios a empresas y los orientados al consumidor. Las expectativas de contratación han evolucionado de forma similar a estas tendencias.



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

UNA VISIÓN DE LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA EN EXTREMADURA.



¿POR QUÉ?

*“No podemos resolver problemas usando el mismo tipo
de pensamiento que usamos cuando los creamos.”*

Albert Einstein (1879-1955)

*“Si sale, sale. Si no sale, hay que volver a empezar.
Todo lo demás es fantasía.”*

Eduard Manet (1832-1883)

5 AÑOS DE INFORMES GEM (2003-2008)



D. Santos Domínguez Ramos.

Crítico y Poeta.

Catedrático de Lengua y Literatura. Crítico y poeta. Su obra poética figura en varias antologías nacionales e internacionales, la más reciente aparecida en Francia en 2008: *Inuits dans la jungle. 25 poètes d'Espagne*. Ha obtenido abundantes reconocimientos con premios nacionales e internacionales de poesía (Gerardo Diego, Jaime Gil de Biedma y Alba, Eladio Cabañero, Tardor, Alcaraván, Barcarola, Kutxa Ciudad de Irún o el Manuel Alcántara, de Málaga, el más importante que se concede a un poema suelto en España. Parte de su obra poética ha sido traducida al francés, inglés e italiano. Ha sido durante seis años director del Aula literaria José M^a Valverde, de la que fue también fundador, y desde 1997 dirige un Taller literario de poesía y relato corto. En 2006 fue becado como escritor invitado en la Universidad de Extremadura, en donde impartió cursos de verano y talleres de escritura. Como crítico, dirige la revista Encuentros de lecturas y lectores (<http://encuentrosconlasletras.blogspot.com>)

“La literatura en Extremadura hoy”

Chiclana de la Frontera (Cádiz), agosto de 2008.

Más que los fríos datos estadísticos o los gráficos explícitos, la actividad cultural de una región o un país constituye un indicador elocuente del tejido social, el reflejo de la realidad en la que se produce y del entorno al que se dirige.

Y en ese sentido, en pocas regiones se habrá podido comprobar un avance tan espectacular como en Extremadura. Avance - advirtámoslo ya- que no consiste en otra cosa que en un proceso de normalización de la literatura que se escribe por quienes hasta no hace mucho seguían siendo aquellos indios de la nación cuyo retraso denunciaba el padre Salas en el siglo XVIII.

Empecemos por delimitar el campo con una precisión tan evidente como imprescindible: no se puede hablar de una literatura extremeña sencillamente porque no existe. Para poder adjudicarle ese adjetivo a la literatura que se escribe en Extremadura – o en Andalucía o en Murcia- sería necesario que su

instrumento de expresión fuese – como en Cataluña, en Galicia o en Italia- una lengua distinta del castellano. Es el soporte lingüístico el que da su seña de identidad fundamental a una literatura. De modo que lo adecuado es hablar de la literatura en Extremadura como parte de un todo que es la literatura española.

Partiendo de ese planteamiento, se entenderá mejor el sentido de lo que decíamos más arriba. De aquella sociedad atrasada y rural de finales del XIX y la primera mitad del XX sólo se podía esperar lo que finalmente fueron sus frutos tardíos y vanos: una literatura que reflejaba un desfase de cuarenta o cincuenta años respecto de las corrientes imperantes en una literatura española que a su vez arrastraba un considerable retraso en relación con la Europa más avanzada.

Y aunque en literatura –como en el tango- veinte años no es nada, y los cambios se van produciendo al ritmo lento de los relevos generacionales, con intervalos de un cuarto de siglo, el proceso de normalización de la literatura que se escribe en Extremadura ha sido paralelo al que ha hecho cambiar la fisonomía de sus ciudades, su tejido industrial y sus comunicaciones.

No hace falta mencionar nombres. Basta con fijarse en un dato: el lugar donde publican sus libros los poetas o los novelistas extremeños (Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia), los premios nacionales o internacionales que reconocen su labor, las antologías que incluyen sus textos entre los más representativos de la poesía contemporánea, las traducciones a las principales lenguas de cultura de algunos de sus escritores más relevantes, para darse cuenta de hasta qué punto han cambiado las cosas y de que la literatura que se escribe en Extremadura hoy está a la altura de la que se escribe en cualquier otro lugar de España o de Europa.

Ese reconocimiento va más allá de las fronteras de España o de la lengua española: en una muy reciente selección de poesía española hecha en Francia con autores de los últimos 50 años, de los veinticinco poetas antologados dos (Pureza Canelo y Santos Domínguez) son extremeños.

A eso habría que añadir el dato más significativo de todos: esa literatura se hace en muchos casos dentro de Extremadura, de manera que esos autores no sólo han nacido en Extremadura, sino que residen aquí y aquí desarrollan su actividad profesional y literaria.

También en ese terreno Extremadura ha dejado de ser una región de la que se marchaban lo más emprendedores o los más creativos en busca de futuro para convertirse en exportadora, no de talentos, sino de su resultado en forma de novela, poesía o pintura.



Dr. Antonio Ventura Díaz Díaz.

Director de la Fundación Academia Europea de Yuste.

Doctor en Psicología y Técnico Superior de la Administración. Secretario General de Down España. Profesor del Máster de Gerontología de la Universidad de Salamanca y Miembro de la Ejecutiva de la Federación Española de Fundaciones. Ha sido Presidente del CERMI Extremadura, Presidente de la Federación de Universidades Populares de Extremadura y ha desempeñado diversos cargos de responsabilidad, en el ámbito de la Administración Regional, entre otros, Vicepresidente de la Junta de Extremadura (1989-1993). Actualmente es Director de la Fundación Academia Europea de Yuste. Conferenciante en varias Universidades españolas, europeas, Iberoamérica y Estados Unidos. Entre otras publicaciones, destacan: “Construcción psicológica de la Identidad Regional. Tópicos y estereotipos. El referente de Extremadura”. Ha recibido varios premios y distinciones, entre las que cabe señalar la Encomienda de la Orden del Mérito Civil, otorgada por S. M. el Rey Juan Carlos y la Encomienda del Rey Leopoldo, otorgada por S. M. el Rey Alberto de Bélgica. “Extremeño de HOY” y otros reconocimientos.

“Todavía tenemos que creérmolo más”

Yuste (Cáceres), octubre de 2008.

Cuando los adivinos miraban hacia el futuro en la antigua Grecia generalmente predecían catástrofes porque los hombres no habían obedecido los designios de los dioses y se peleaban entre ellos. Mirar al futuro desde Extremadura, en estos momentos en que se ha desatado la tormenta de las tormentas financieras en el mundo, podría hacernos caer en la melancolía o en el fatalismo agorero. Y, sin embargo, por otras convicciones propias, creo que nos afectará menos (no es aplicable el consuelo de mal de muchos) quizás debido a que nuestro medible progreso experimentado en estos años –25 del Estatuto de Autonomía– podemos calificarlo de extraordinario si tomamos como referencia el punto de partida, las cifras micro y macro económicas de entonces, la realidad pegada a la tierra y las tremendas carencias en las que transitábamos.

Pero eso no significa que hayamos llegado a la meta y en los déficits actuales, dentro de las cifras comparativas con otras comunidades “más prósperas” y que más reclaman balanzas fiscales totalmente falaces en su desiderátum, la repercusión ciclónica en la economía regional va a ser sacudida con menor intensidad y podemos recuperarnos antes o a mayor velocidad.

Para ello, habrá que seguir insistiendo en aspectos como que para conquistar el futuro no nos puede acometer el desánimo y habrá que profundizar en la creencia de que los extremeños podemos como los primeros, porque en primer lugar estamos orgullosos de ser extremeños. Y de esta confianza interna, psicológica, tendremos que avanzar en los terrenos de la cultura y la formación para hacernos más competitivos.

No cabe duda de que ello repercutirá en el turismo. Aunque ahora existan dudas por la fragilidad monetaria disponible, Extremadura sigue teniendo un futuro turístico en aumento, aunque su velocidad no satisfaga a los más impacientes. Pero con confianza, es un sector que dará satisfacciones a medio plazo. De ahí el fortalecimiento, como se viene haciendo, de las señas culturales propias y de todo lo que podemos ofrecer al visitante, además de actividades, historia, monumentalidad y medio ambiente: nuestra forma de ser, nuestra afabilidad, nuestro carácter hospitalario, que no viene en las tablas analíticas, ni en los inputs, pero que es un valor contable.

Necesitamos más industria, es evidente, y más emprendedores. Que salgan de la Universidad o de la FP, pero que se arriesguen, con el manto protector suficiente de las administraciones competentes. Ahora hemos superado la barrera de la formación, de la preparación y no tenemos excusas. Y como los tiempos han cambiado tanto y a tanta velocidad, parece también clamorosamente diáfano que la sociedad de la imaginación y de la información debe de crecer a mayor ritmo. Es uno de los caminos en los que no arrastramos el atávico atraso que tanto nos lastraba. Pero ojo, aquí también hay, por así decirlo, mucha competencia en toda Europa, y por ello hay que intensificar la preparación y el riesgo.

Y dentro de la industria deseada, seguir con el modelo de transformación para seguir exportando nuestros productos del campo. A pesar de las a veces erráticas políticas comunitarias, o de la falta de ellas, el sector de la alimentación tiene en estos momentos un futuro, complicado, pero futuro dada la crisis mundial y la competencia de países emergentes en Asia y en América. Y si somos los primeros productores de arroz, exportadores importantes de tomate, de fruta, etc., el camino está marcado. Por supuesto que la unión de algunos productores en distintos campos en los que ahora ni aquí es el momento de entrar a evaluar, beneficiaría la competitividad externa. El ejemplo es Europa, la Unión Europea puede más cuando actúa unida que cuando cada Estado miembro hace la guerra por su cuenta. Por eso, desde Extremadura, tenemos que seguir abriéndonos más aún hacia Europa, incrementar la modernización de nuestras estructuras productivas, fortalecer las cooperativas o agrupaciones por sectores, aprovechar la cercanía de Portugal o las oportunidades de los nuevos países que han entrado en la UE recientemente y

que pueden ser colaboradores en iniciativas que nosotros ya hemos experimentado.

Todo nos conduce a investigar más, mejor formación, más ambición, utilizar a la Universidad extremeña como vivero de los nuevos emprendedores, luchar con la creencia firme de que sabemos y podemos.

Lo de que necesitamos más industrias ya ha sido señalado. Pese al incremento en estos años, aún tenemos muy poco peso en este sector. Pero no nos engañemos, de fuera no vendrán a sacarnos las castañas del fuego, salvo fortalecimientos en el sector energético, en donde habrá que sopesar la prolongación o no de la central nuclear de Almaraz y del papel extremeño en la producción, en general, de energía, que exportamos al resto de España.

Las expectativas, en otro orden, son optimistas. Quizás con la apertura de la Refinería que creará empleo e industrias auxiliares el tren de alta velocidad, el AVE, con la dinamización del transporte por ferrocarril y sus estaciones en Badajoz, Mérida, Cáceres, Plasencia, Navalmoral de la Mata, la Plataforma Logística del Suroeste, y otras iniciativas del Gobierno, que unidas a las propias, sigan sumando en el camino del progreso en Extremadura.

Análisis de las motivaciones para crear una empresa en Extremadura (2003-2007)

¿Qué empuja a las personas a constituir una empresa? ¿Por qué las acometieron? ¿Qué les impulsó? ¿Qué motivo o motivos tuvieron? ¿Fueron en busca de oportunidades o les impulsó la necesidad de una vida mejor? ¿Cómo superaron el miedo a fracasar? ¿Estaban preparados para afrontar esos retos?...

Como vemos, los interrogantes son muchos y variados. Como ya hemos dicho, la investigación científica se va acercando a algunas de las repuestas, pero no a todas. A lo largo del desarrollo de la investigación, el Proyecto GEM, ha ido profundizando en el análisis de la actividad emprendedora 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 inducida 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.

Más del 97% de las personas que se ven envueltas en la creación empresarial lo hacen por razones de oportunidad o necesidad (Acs, et al., 2004:18), por lo que 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.

La evolución de la actividad emprendedora en Extremadura la tenemos reflejada en el gráfico 38. Desde el año 2003, la tasa de actividad emprendedora ha crecido un 5,59%, emprendiéndose hoy más por oportunidad (14,51%), menos por necesidad (66,67%) y más por otras causas que entonces (790%).

Este tipo de comportamiento, al que se ha denominado “otros motivos”, ha crecido de forma importante, sobre todo en el último año. De tal manera, que estas motivaciones han superado a las de necesidad llegando a representar más del 10% de la tasa total para Extremadura en 2007.

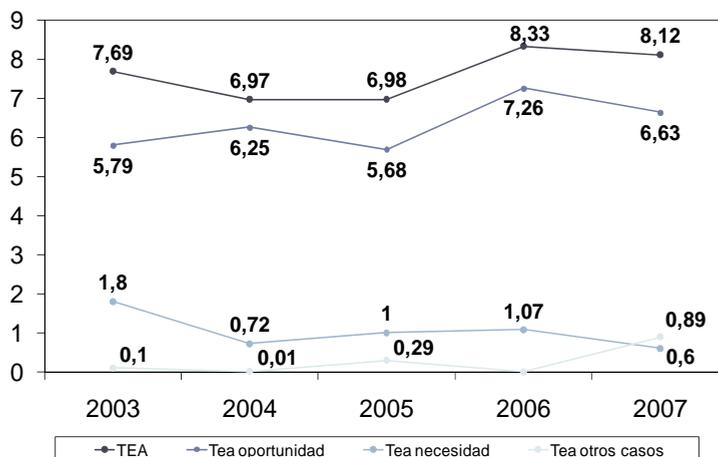
La subida de la tasa de actividad emprendedora en el periodo 2003-2007 se ha debido al incremento de las tasas por oportunidad en las zonas rurales (29,31%), en la provincia de Badajoz (33,33%) y al incremento de otras motivaciones en todos los ámbitos. El descenso de las tasas de necesidad se

ha producido tanto en zonas rurales como urbanas de las dos provincias, si bien, las mayores bajadas se han producido en las zonas urbanas (81,25%) de la provincia de Badajoz (78,57%), aunque las de las zonas rurales y las de la provincia cacereña no han sido nada despreciables (38,89% vs.50%).

Ante la fuerte bajada de las tasas por necesidad, la TEA urbana ha permanecido estable, gracias a las subidas de las iniciativas llevadas a cabo por la oportunidad y otros motivos. Estas mismas son las que han hecho crecer la actividad emprendedora en el ámbito rural y en la provincia de Badajoz. En la de Cáceres en cambio, ha habido menos iniciativas por oportunidad y necesidad, experimentando sólo una subida la debida a otras motivaciones.

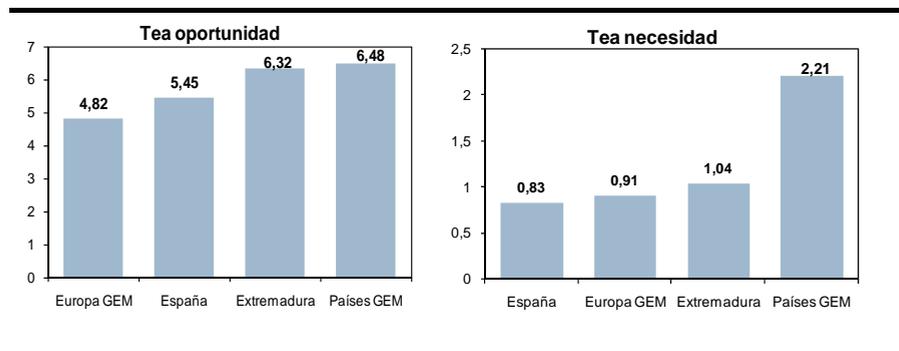
A pesar del corto periodo analizado, nos gustaría pensar que estas subidas de las motivaciones por oportunidad y las bajadas de la necesidad tienen que ver con la incorporación paulatina de la región a situaciones de un mayor desarrollo en el que se emprende más para aprovechar una oportunidad de negocio que a la necesidad de encontrar un modo de vida.

GRÁFICO 38. Evolución de la actividad emprendedora en Extremadura según la motivación.



Cuando ponemos en comparación estos tipos de comportamiento emprendedor con el resto de España, u otros países, podemos observar la importancia relativa de éste. Así observamos cómo en el gráfico 39 las tasas por oportunidad están muy cercanas a las del resto de los países del GEM, siendo superiores a las de las medias europeas de los países que realizan el estudio y a las de España.

Por otra parte, la necesidad también ha movido en Extremadura a más personas que en Europa o España, no sucediendo así con el resto de los países GEM que tienen tasas por encima del doble que la extremeña.

GRÁFICO 39. TEA Medio 2003-2007 según motivación.

Cuando nos planteamos observar la motivación en función del género (tabla 7), nos percatamos que mientras que la actividad emprendedora de los hombres ha crecido en estos cinco años un 7,25%, la de la mujer ha disminuido un 2,46%. Los hombres han basado su crecimiento en la oportunidad, mientras que las mujeres han visto disminuir su actividad debido al descenso de la necesidad.

Si como veíamos anteriormente, la subida de la tasa de actividad emprendedora (TEA) en el último quinquenio ha crecido, se ha debido al ascenso de las tasas por oportunidad, ya que las tasas por necesidad han disminuido. Este crecimiento de las tasas por oportunidad ha estado basado en los aumentos de las iniciativas emprendedoras por oportunidad tanto de hombres como de mujeres, que han crecido un 14,42% y 18,04% respectivamente. Por su parte, la disminución de las tasas de actividad emprendedora por necesidad se ha sustentado también en las caídas de las iniciativas de hombres (76,45%) y de mujeres (49,6%).

Por tanto, en este periodo, tanto hombres como mujeres han emprendido más por oportunidad y menos por necesidad, pero en el caso de las mujeres la creación de nuevas empresas por oportunidad no ha tenido la suficiente fuerza como para superar a la falta de iniciativas por necesidad y obtener una TEA general positiva.

TABLA 7. Actividad emprendedora total (TEA). Desglose por motivación, sexo y año.

	Tea	Tea	Tea	Tea	Tea	Tea	Tea
	hombres	mujeres	oportunidad	oportunidad	necesidad	necesidad	
			hombres	mujeres	hombres	mujeres	
Año 2003	7,69	9,51	6,09	7,28	4,48	2,42	1,25
Año 2004	6,97	9,52	4,16	8,81	3,43	0,7	0,73
Año 2005	6,98	8,5	5,5	6,5	4,9	1,6	0,4
Año 2006	8,33	10,03	6,54	8,7	5,8	1,3	0,8
Año 2007	8,12	10,2	5,94	8,33	4,84	0,57	0,63
%Variación 2003/2007	5,59%	7,25%	-2,46%	14,42%	8,04%	-76,45%	-49,6%

En resumen, podemos decir que el aumento de la tasa de actividad emprendedora en los últimos cinco años se ha debido al incremento de la actividad emprendedora para aprovechar una oportunidad de negocio por parte de hombres y mujeres en las zonas rurales, en la provincia de Badajoz y al aumento de otras motivaciones de ambos sexos. El descenso de las tasas de necesidad se ha producido tanto para hombres como mujeres de zonas rurales y urbanas de las dos provincias, si bien, las mayores bajadas se han producido en los hombres de zonas urbanas de la provincia de Badajoz, aunque las de las mujeres, las zonas rurales y las de la provincia cacereña han sido también bastante significativas.

Desde 2005, el Proyecto GEM ha querido profundizar en los diferentes motivos relacionados con la creación de la empresa, para lo que se han detallado los diversos tipos de motivación en los estados iniciales de la actividad emprendedora, ahondando en el motivo oportunidad. Para ello, se ha distinguido si el aprovechamiento de una oportunidad ha sido exclusivamente la causa del inicio de la empresa o si ha habido otros motivos que han compartido con éste la decisión.

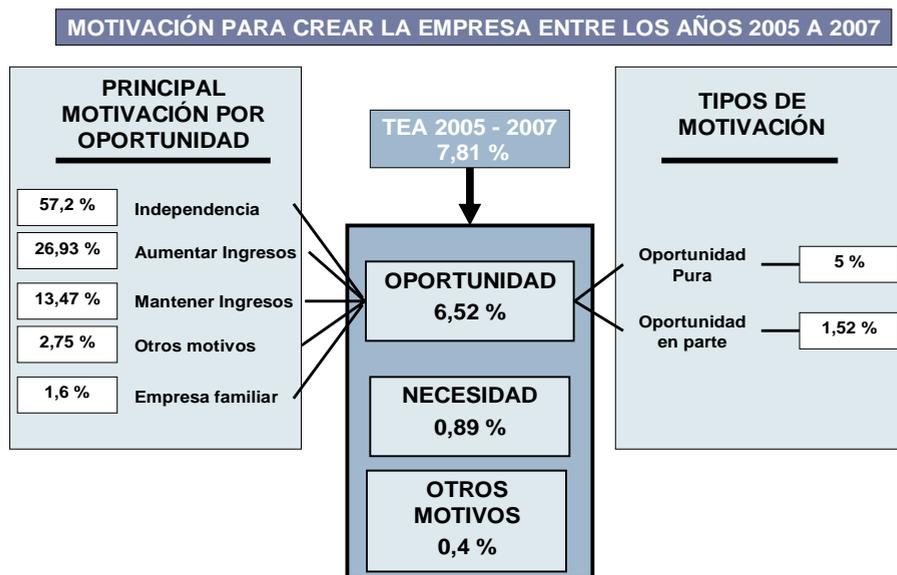
La figura 2 refleja de manera esquemática los resultados de estos tres años de análisis. Como podemos observar en ella, la tasa de actividad emprendedora (TEA) en este periodo ha sido del 7,81%. Es decir, desde el año 2005 al 2007 de cada cien personas entrevistadas en la región casi un 8% han participado en iniciativas emprendedoras que no han cumplido aún los tres años y medio de vida. De este porcentaje, el 6,52%, han iniciado una actividad para aprovechar una oportunidad de negocio, el 0,89% lo han hecho obligados por la necesidad y el 0,4% restante llevaron a cabo el arranque del negocio por otros motivos. Por tanto, al 83,48% de los empresarios les ha movido la oportunidad, al 11,4% la necesidad, y al 5,12% restante otros motivos.

De entre los empresarios movidos por la oportunidad, prácticamente tres cuartos de ellos (5%) se han sentido estrictamente motivados por una oportunidad de negocio, mientras que para el cuarto restante (1,52%), la oportunidad les ha guiado sólo en parte. Eso sí, para ambos casos, la independencia, en un 57,2% de los casos, ha sido la principal motivación que les ha impulsado a aprovechar esa oportunidad empresarial. En este sentido, España está a la cabeza como país en el que los empresarios que aprovechan una oportunidad lo hacen llevados por el deseo de independencia, mientras que para el resto de los países predominan otros motivos (De la Vega, et al.,2006). Si en estos tres últimos años la media de respuestas de los empresarios que han mencionado la independencia como principal razón ha sido del 56,1% en España, en Extremadura es aún un poco mayor, como veíamos anteriormente. Esto nos habla del carácter independiente del español en general y del extremeño en particular.

Por otro lado, el 40,4% de los empresarios han esgrimido razones económicas para aprovechar una oportunidad de negocio, ya sea con el fin de aumentar sus ingresos (26,93%) o mantenerlos (13,47%). Por último, los

menos, aducen otros motivos (2,75%) o la tradición empresarial familiar (1,6%) para involucrarse en una actividad empresarial.

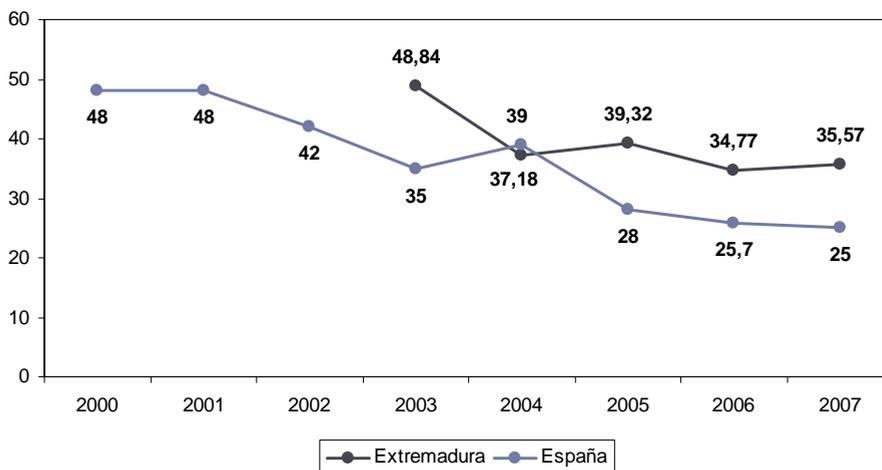
Figura 6. Motivación para crear una empresa entre los años 2005 a 2007 en Extremadura.



Como vemos, la existencia de oportunidades representa una parte vital en la actividad emprendedora, pero tan importante como esto, es que la sociedad perciba estas oportunidades de negocio. En este sentido, el clima económico, político o social que se viva en el país o región, puede incidir positivamente en la percepción que tenga la población sobre la existencia de buenas oportunidades para crear una empresa. El clima de expectativas en este aspecto en los ámbitos nacional y regional nos lo proporciona la evolución temporal que viene reflejada en el gráfico 40.

En términos generales, el porcentaje de percepción de oportunidades en España ha venido decreciendo desde el año 2002, aunque desde el 2004 la caída se ha acentuado. El descenso sufrido desde que se inicia el informe en España es ya del 47,92%, habiéndose empeorado sustancialmente en los tres últimos años con una bajada del 35,90%. Esta tendencia negativa podemos relacionarla, no sólo con la escasa necesidad para emprender, la oferta de empleo por cuenta ajena, la falta de competitividad o el escaso espíritu innovador, como mencionan De la Vega, Coduras, Cruz y Justo (2006), sino también, con lo que parece más obvio: el clima social, político y económico que se percibe a nivel nacional para la puesta en marcha de buenas oportunidades.

GRÁFICO 40. Evolución del porcentaje de la población que percibe buenas oportunidades para emprender en España y Extremadura en los 6 meses posteriores a la entrevista.



Fuente: Datos para España: De la Vega, et al. (2006:96) y De la Vega, et al. (2007).

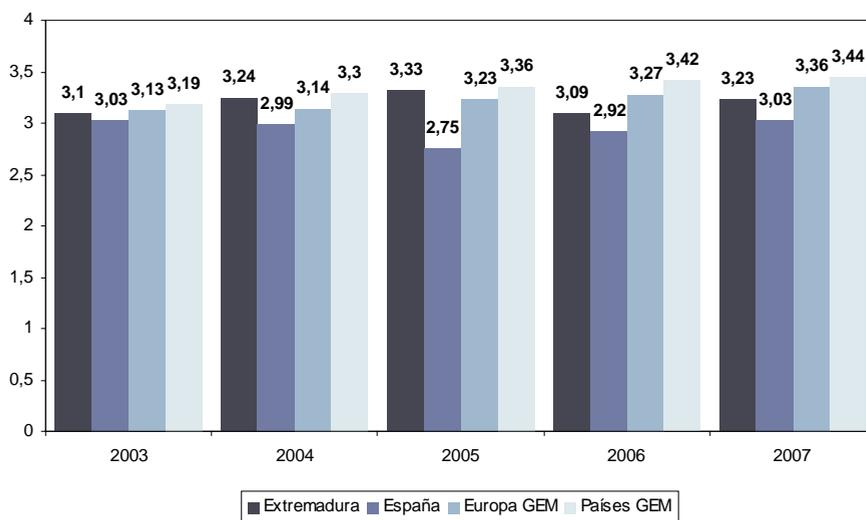
Esta tendencia negativa nacional, no parece encontrar reflejo en el ámbito regional, ya que en Extremadura, de la población comprendida entre 18 y 64 años, el 35,57% seguía percibiendo buenas oportunidades de negocio entre los meses de julio y diciembre de 2007, frente al 25% de la media española. La evolución extremeña nos demuestra una panorámica de cierto optimismo de la situación por la que atravesaba la región al mes de julio de 2007, ya que en los últimos cuatro años la caída de estas percepciones había sido sólo del 4,33%. No obstante, la llegada de la crisis económica nos dará una medida más real de este optimismo.

Por otra parte, como se observa en el gráfico siguiente, la opinión media dada por los expertos a nivel regional, nacional, de Europa GEM y de los países GEM, nos revelan que los resultados obtenidos a lo largo de los cinco años de estudio por parte de Extremadura, tienen un valor medio de un 3,2, superior al de España (2,94), similar al de la Europa GEM (3,22) y menor que el resto de los países GEM (3,34). Mientras que la evolución del valor de España no ha crecido nada en este periodo, la de Extremadura lo ha hecho en un 4,19%, la de Europa un 7,35% y la de los países GEM un 7,84%. Esto nos indica que los expertos han ido mejorando su opinión sobre las expectativas de buenas oportunidades, excepto en España.

Sin embargo si los analizamos individualmente observaremos cómo Extremadura, durante los años 2004 y 2005 ocupa la segunda posición detrás de los valores medios obtenidos por los países GEM, tras los cuáles España y los países europeos del GEM ocupan la cuarta y tercera posición

respectivamente. Posiciones que varían para el resto de años, para el caso extremeño, con unos valores medios de 3,1 para el año 2003, 3,09 para el año 2006 y 3,23 para el año 2007, se sitúa en tercer lugar por detrás de los países GEM y Europa GEM, que vuelven a ocupar la primera y segunda posición respectivamente; y donde España se posiciona en último lugar, al igual que pasaba en los años 2004 y 2005.

GRÁFICO 41. Evolución media de los expertos que perciben buenas oportunidades para la creación de empresas en escalas de 1-5 (falso-cierto).



Al profundizar en la opinión dada por los expertos extremeños acerca de la existencia de oportunidades de negocio durante los últimos seis meses de 2007 y compararlo con la de los cuatro años anteriores, observaremos las modificaciones que sus opiniones experimentan dentro del estudio en cuestión. El gráfico 42, nos muestra estas variaciones para las diferentes preguntas planteadas.

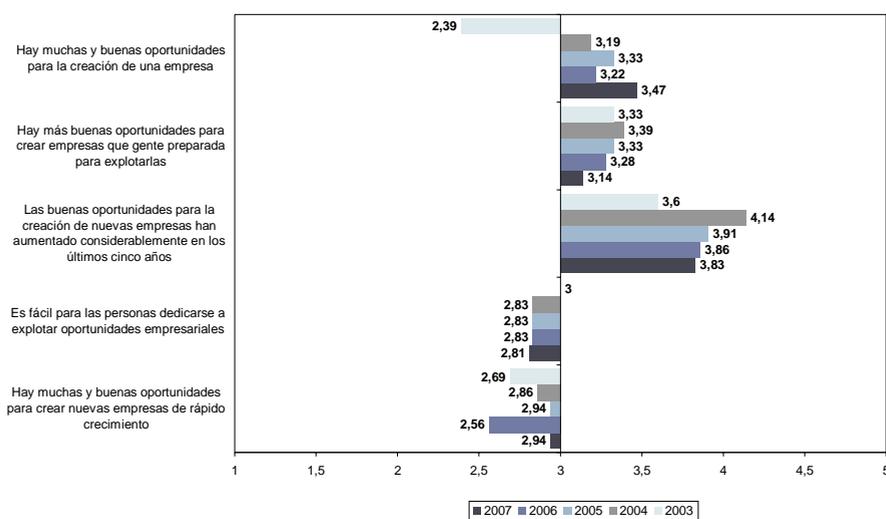
En cuanto a la pregunta de si existen muchas y buenas oportunidades para la creación de una empresa, la percepción de los expertos sigue una tendencia creciente desde 2003, pasando de una situación negativa (2,39) a una positiva en 2004 (3,19) y así sucesivamente para el resto de los años. Tendencia que sin embargo, sufre un ligero descenso durante el 2006 pero que vuelve a incrementarse en el 2007 llegando a alcanzar un valor medio de 3,47, siendo el máximo valor alcanzado a lo largo de estos cinco años.

En lo referente a si hay más buenas oportunidades para crear empresas que gente preparada para explotarlas, los expertos se muestran positivos a tal pregunta, aunque con una tendencia negativa que termina acentuándose a lo largo del 2007 donde alcanza su valor mínimo (3,14).

De igual manera, aunque aún no llega a alcanzar un valor aceptable, observamos una mejora respecto del año anterior en lo concerniente a la opinión dada por los expertos sobre la existencia de muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento. En este caso, vuelve a repetir el resultado obtenido en el 2005 cuyo valor medio fue de 2,94 (cercano al valor neutral).

Por tanto, y como conclusión de la opinión de los expertos sobre la percepción de oportunidades de negocio en Extremadura, podemos decir, que desde hace 5 años, cada vez más parecen existir muchas y buenas oportunidades, excepto para las empresas de rápido crecimiento, faltando tan sólo empresarios que las lleven a cabo, al no resultar nada fácil explotarlo.

GRÁFICO 42. Evaluación media de la percepción de oportunidades de negocio por parte de los expertos extremeños.



Escala 1-5 (Deficiente-Óptima)

Además de la existencia de oportunidades, la capacidad de estar “alerta” en el descubrimiento de ellas (Kirzner,1997) y la motivación personal (McClelland,1961) para poder aprovecharlas y convertirlas en nuevas empresas resultan imprescindibles.

Son muchas y muy variadas las motivaciones que existen para emprender como pueden ser: la consecución de un logro, la independencia, ganar dinero, realización personal o vocacional, etc.; obediendo todo ello a una serie de combinaciones, que independientemente del camino que tomen, tendrán como objetivo final culminar el deseo personal de la puesta en marcha del negocio. Pero fundamentalmente, la motivación para emprender viene condicionada por

la deseabilidad individual y social hacia la creación de empresas y la viabilidad percibida para poner en marcha un nuevo negocio.

La deseabilidad individual o deseo percibido, se ha definido como el grado en el que un individuo encuentra atractiva la creación de una empresa (Shapero y Sokol, 1982), es decir, la inclinación que se tiene hacia esta creación, mientras que la deseabilidad social hace referencia a la percepción que tiene el individuo sobre qué pensarán las personas más cercanas e importantes de su vida con relación a que cree una empresa, si lo verán como deseable o no (Krueger, 1998).

En este sentido, las normas sociales y culturales de la sociedad están unidas a estas percepciones, ya que en el entorno de la comunidad en la que viven, los potenciales empresarios pueden tener un amplio y difuso grupo de referencia que les condicione en mayor o menor medida a la hora de iniciar la empresa. Este grupo puede incluir a la familia, los amigos, los compañeros de profesión o estudio, los representantes de instituciones de ayuda a la empresa, los empresarios conocidos, e incluso las creencias culturales de la sociedad hacia el empresario, su imagen, prestigio, medios de comunicación, etc. (Krueger y Brazeal, 1994).

Como menciona North (1994), las percepciones derivadas del aprendizaje colectivo, se ven plasmadas en la cultura de la sociedad, y ésta, puede condicionar la deseabilidad social hacia la creación de empresas, por lo que las normas pueden reflejar frecuentemente la influencia de los valores sociales y las actitudes y han sido identificadas como una importante barrera a la creatividad y la innovación (Shane, 1992).

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

La tabla 8, nos ofrece algunos de los resultados más significativos sobre la motivación para emprender, tanto a nivel regional como nacional.

TABLA 8. Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población extremeña y española.

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación para emprender	% de la población de 18-64 años							
	EXTREMADURA				ESPAÑA			
	2007	2006	2005	2004	2007	2006	2005	2004
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	46,9%	50,9%	45,3%	47,3%	46,2%	52,7%	50,4%	51,7%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	62,6%	63,5%	62,5%	67%	60,4%	62,1%	64,8%	71,8%
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	59,8%	59,9%	57,6%	49%	55,7%	54,7%	51%	51,9%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	56,7%	59,6%	55,7%	54,8%	53,3%	53,4%	55,2%	54%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	48,5%	50,6%	38,7%	36,6%	43,7%	42,9%	39%	39,4%

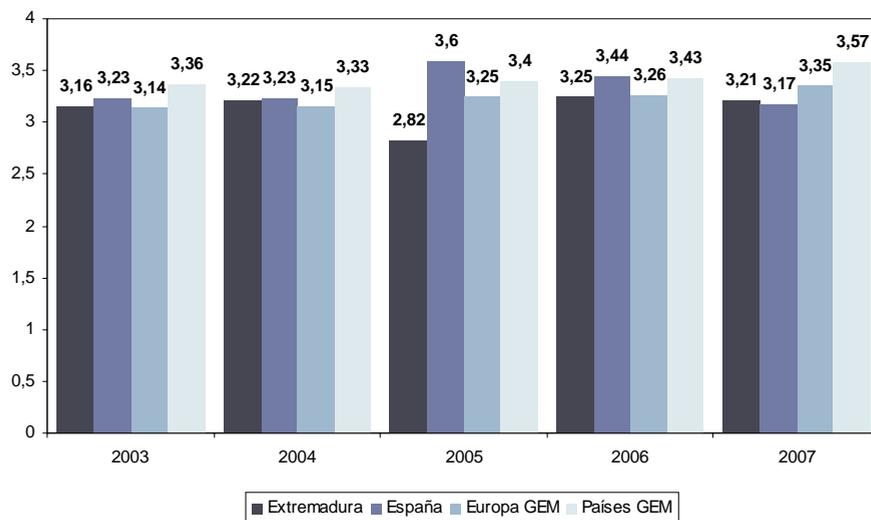
En estos cuatro años analizados, por término medio, el miedo al fracaso a la hora de emprender un negocio ha condicionado menos a la población extremeña (47,69%) que a la media de España (50,25%), aunque ésta siga una tendencia que la ha llevado hasta los mismos niveles que Extremadura en 2007.

Tanto en España como en Extremadura, a pesar de que los medios de comunicación cada vez proporcionan un mayor cobertura de noticias relacionadas con los empresarios, se considera menos socialmente la carrera empresarial como una buena elección profesional, eso sí, aunque se siga considerando de la misma forma que hace cuatro años, que los empresarios exitosos ascienden en su estatus social.

Cada vez hay más gente que le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar, aunque en Extremadura el porcentaje es ligeramente mayor.

Por otro lado, podemos tomarle el pulso a la región extremeña en lo que concierne a la motivación a través de diferentes expertos, profesionales o empresarios, que conocen la actividad emprendedora a fondo. Para ello, en primer lugar, compararemos la situación de Extremadura con España, Europa o el resto de los países GEM, y en segundo lugar, evaluaremos los factores que influyen en la motivación para crear una empresa en la región.

Así, la evaluación media dada por los expertos sobre la motivación para crear empresas viene reflejada en el siguiente gráfico, que nos ofrece la posibilidad de comparar los resultados obtenidos a lo largo de los cinco años de estudio. Resultados que nos hablan de una motivación media aceptable en la región extremeña (3,13), aunque por detrás de la Europa GEM (3,23), de España (3,33) y en los países GEM (3,42).

GRÁFICO 43. Evolución media dada por los expertos sobre la motivación para crear empresas en escalas de 1-5 (falso-cierto).

Ahora bien, si consideramos la opinión que tienen los expertos extremeños de algunos factores que pueden incidir en la motivación para la creación de empresas, podremos observar a través del gráfico 44 que en términos generales, casi todos los valores medios de las cinco preguntas planteadas son aceptables, pues tienen valoraciones por encima de tres. Además, con más o menos altibajos, todos han mejorado con relación a 2003. El único concepto que aún no ha llegado a una valoración media de tres es el referido a la consideración de la carrera de empresario como deseable, aspecto que ya destacamos más arriba que venía disminuyendo en la consideración de la sociedad, aún a pesar de mantener unos porcentajes altos de contestaciones positivas (entre el 62% y el 67%) reflejados en la tabla anterior.

Lo más valorado por los expertos durante estos cinco años ha sido la consideración de que los empresarios que tienen éxito gozan de un gran prestigio y reconocimiento social (3,37) y la frecuencia de noticias en los medios de comunicación sobre estos empresarios (3,18).

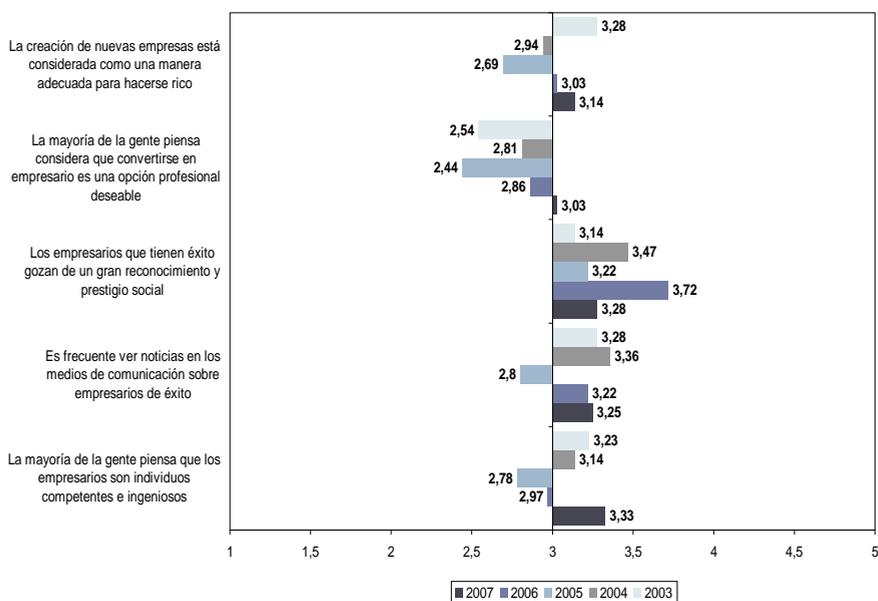
Aquélos valores que apenas han alcanzado un nivel aceptable son los referidos a la consideración de la creación de nuevas empresas como una forma adecuada de hacerse rico (3,02) y a la competencia e ingeniosidad de los empresarios (3,09).

En definitiva, podemos decir que en el periodo desde 2003 a 2007 los expertos regionales opinan que aunque la sociedad no considera aún lo suficientemente deseable la carrera profesional de empresario, no dejan de reconocer que éstos son individuos competentes e ingeniosos, que pueden hacerse ricos a través de sus nuevas empresas y que cuando tienen éxito

alcanzan un gran prestigio y reconocimiento social saliendo frecuentemente en los medios de comunicación.

Además de percibir las oportunidades y tener la motivación suficiente para iniciar el camino empresarial, es necesario poseer las habilidades y conocimientos suficientes para poder llevar a buen fin las iniciativas emprendidas.

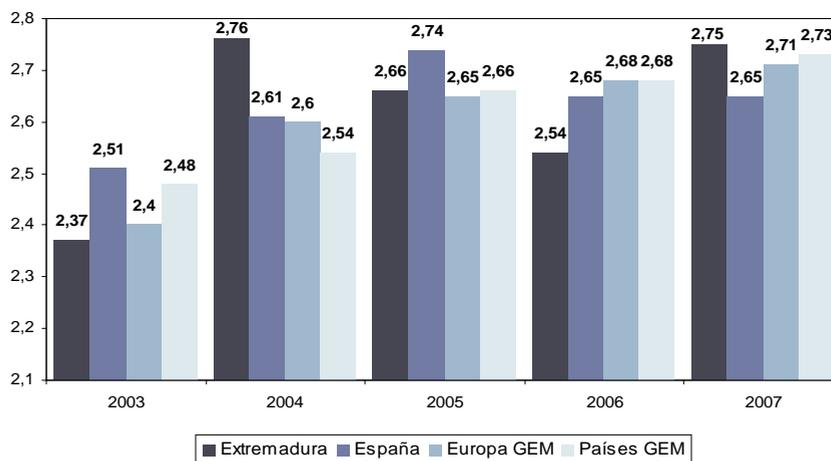
GRÁFICO 44. Evaluación media de los expertos extremeños de los factores que influyen en la motivación para crear una empresa.



Escala 1-5 (Deficiente-Óptimo)

Un análisis generalizado del siguiente gráfico nos muestra que la percepción de los expertos de los diferentes territorios sobre las habilidades y conocimientos necesarios para crear y desarrollar una empresa, a pesar de los altibajos anuales, es muy similar en Extremadura (2,62), España (2,63), la Europa GEM (2,61) y el resto de los países del GEM (2,62). Además, todas estas percepciones han crecido desde el año 2003 hasta el 2007. En Extremadura es donde más lo han hecho, ya que han subido un 16,03%. En general, parece que las sociedades están más preparadas para afrontar la puesta en marcha y desarrollo de un negocio que hace cinco años, pero aún este nivel de habilidades y conocimientos no llega a ser aceptable, ya que su valoración no alcanza la media de 3.

GRÁFICO 45. Evolución media de los expertos sobre las habilidades y conocimientos para crear y desarrollar una nueva empresa en escalas de 1-5 (falso-cierto).



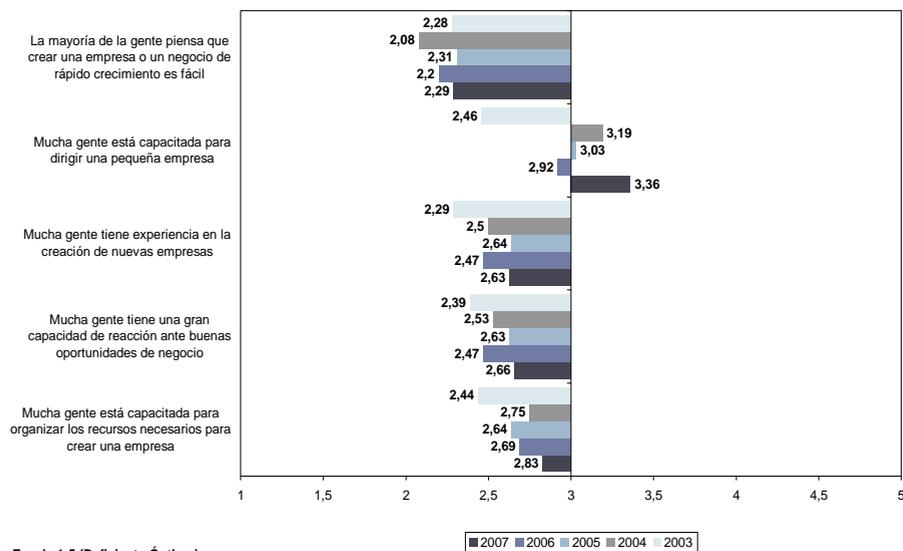
Ahora bien, si desglosamos el valor medio obtenido mediante un análisis factorial y observamos las diferentes respuestas dadas por los expertos de Extremadura en cuanto a conocimientos y habilidades se refiere, comprobaremos que casi todas las preguntas tienen valores inferiores al considerado neutral; es decir, los expertos consideran de forma negativa casi todas las afirmaciones propuestas de una forma neutra (gráfico 46).

Así por ejemplo, se considera más bien falso que la mayoría de la gente piense que crear una empresa o un negocio de rápido crecimiento sea fácil. Resultados que se acercan más al valor neutral y que se acentúan en el año 2005 con un valor de 2,31; frente al más lejano con un 2,08 obtenido en el año 2004.

Por el contrario, mejora la consideración de que mucha gente tenga la experiencia para crear empresas o la capacidad de reacción ante las buenas oportunidades de negocio o incluso, que esté capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa.

En cuanto a la excepción a esta neutralidad y que pudiera destacarse como el único aspecto positivo de los expertos, es la que viene reflejada en la pregunta realizada sobre si hay mucha gente capacitada para dirigir una pequeña empresa, pasando de tener unos valores considerados fundamentalmente falsos en los años 2003 y 2006 (2,46 y 2,92 respectivamente) a otros en los que se cree que es más bien cierto y que conciernen al 2004 (3,19), 2005 (3,03) y 2007 (3,36), suponiendo un incremento de un 15% respecto al año 2006.

GRÁFICO 46. Evaluación media de los expertos extremeños de las habilidades y conocimientos para crear y desarrollar una nueva empresa.



En definitiva, parece que en términos generales, la sociedad extremeña no tiene aún los suficientes conocimientos y habilidades necesarias para afrontar la puesta en marcha y desarrollo de un negocio, aunque ya sí se encuentra capacitada para dirigir una pequeña empresa, cosa que en 2003 no lo estaba.

No obstante, y aunque no sea todavía suficiente, durante estos últimos cinco años se ha ido mejorando en diferentes aspectos relacionados con estas habilidades y conocimientos. Así, mientras que aún seguimos pensando que crear un negocio de rápido crecimiento no es fácil, sí creemos que hay mucha más gente con experiencia en creación de empresas, que tiene la capacidad para organizar los recursos necesarios para el arranque o para poder reaccionar ante buenas oportunidades de negocio cuando estas se presenten.

Por último, hemos reflejado en una sola tabla, a modo de resumen, los diferentes indicadores sobre las oportunidades, motivación y habilidades que se han analizado a lo largo de estos cinco años para tener una visión de conjunto sobre ellos.

Como podemos observar en dicha tabla, el mayor porcentaje de población adulta entre 18 y 64 años que percibía buenas oportunidades en los 6 meses siguientes a la entrevista se concentraba en el año 2004 con un 48,84% de la población; frente al 34,77% alcanzado en el año 2006. Resultados que muestran un empeoramiento de las percepciones que se ha visto reflejada en una variación negativa del 27,17% desde el 2003 hasta el 2007.

Estos resultados contrastan con la opinión dada por los expertos, ya que la percepción de éstos sobre la oportunidades de negocio, es positiva y ha mejorado desde el 2003 un 7,67% desde 2003, alcanzando en el 2007 un valor medio que iguala casi en su totalidad al obtenido en 2004 (3,24) y que tan sólo es superado por el 3,33 obtenido en el año 2005.

En lo que se refiere a la evaluación media de los expertos sobre los factores que afectan a la motivación, ésta ha sufrido una serie de variaciones a lo largo de los años, pasando en 2004 del 3,22, a sufrir una bajada en 2005 hasta un valor medio de 2,82, llevándola a situarse incluso por debajo de la media obtenida en el 2003; pero que a lo largo del 2006 logra alcanzar un valor superior a los obtenidos anteriormente (3,25). Valor que se mantiene casi igual a lo largo del 2007 (3,21); lo que representa en términos porcentuales un aumento del 1,6% respecto al primer año.

Por último, el indicador que hace referencia a la evaluación media de los expertos sobre las habilidades y conocimientos de la sociedad extremeña para crear y desarrollar una nueva empresa, nos advierte de la presencia de una mejora a lo largo de los años, siendo más representativo el valor medio alcanzado en el 2004, que vuelve a repetirse en el último año. Podemos decir en términos generales que se ha producido una mejora desde el 2004 en adelante, a pesar del revés sufrido en el 2006; lo que en términos porcentuales se refleja en un 16% de subida media en los 5 años.

TABLA 9. Evolución de indicadores sobre oportunidades, motivación y habilidades.

	2003	2004	2005	2006	2007	Variación 2003/2007
OPORTUNIDADES						
- % de la población adulta (18-65 años) que percibe buenas oportunidades de negocio para emprender en Extremadura en los 6 meses posteriores a la entrevista	48,84	37,18	39,32	34,77	35,57	Empeora
- Evaluación media de la percepción de oportunidades de negocio por los expertos . Escalas de 1-5 (falso-cierto)	3	3,24	3,33	3,09	3,23	Mejora
MOTIVACIÓN						
- Evaluación media de los expertos de los factores que influyen en la motivación para crear una empresa en Extremadura. Escalas de 1-5 (falso-cierto)	3,16	3,22	2,82	3,25	3,21	Mejora
HABILIDADES						
- Evaluación media de los expertos de las habilidades y conocimientos de la sociedad extremeña para crear y desarrollar	2,37	2,76	2,66	2,54	2,75	Mejora

En general, podemos decir que, mientras que la percepción acerca de la existencia de buenas oportunidades de negocio por parte de la población adulta extremeña empeora, los expertos valoran positivamente la existencia de oportunidades, observando incluso cierta mejora desde el 2003.

Por otro lado, los expertos también valoran de forma positiva la motivación necesaria para crear una empresa, que crece con relación al inicio del estudio.

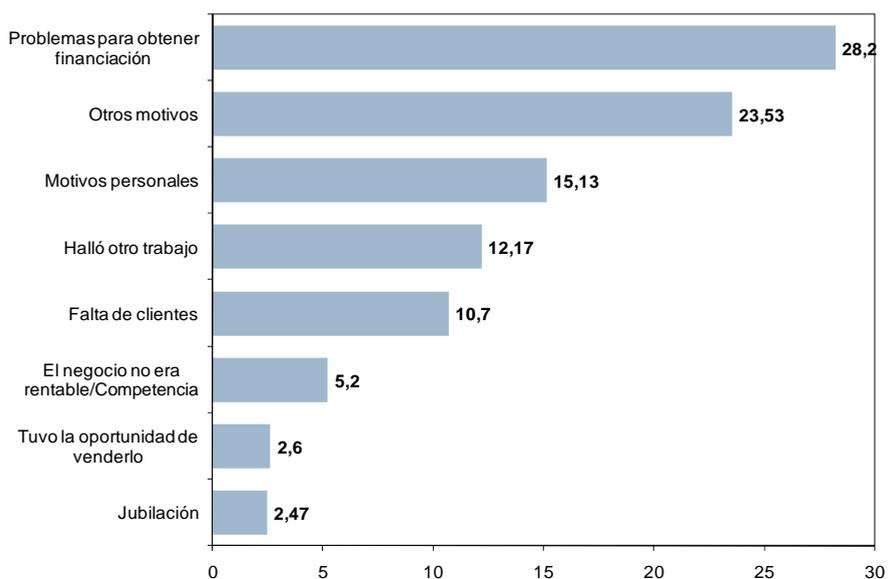
Y en último lugar, en cuanto a la percepción que tienen los expertos sobre las habilidades y conocimientos de la sociedad para crear y desarrollar una empresa, podemos decir, que si bien es cierto que la valoración ha sido negativa año tras año, sí se observa una cierta mejoría que se ve plasmada en el último año principalmente.

En resumen, los extremeños poseen mayor motivación para emprender que en 2003, sus habilidades y conocimientos, sin llegar a ser adecuadas aún, también han crecido en este periodo, e incluso, los expertos perciben cada vez más buenas oportunidades de negocio, que no son correspondidas en su totalidad con las percibidas por el resto de la población.

Después de todo lo anterior, podemos decir que parecen claros los motivos principales que llevan a las personas a implicarse en la aventura empresarial y a aprovechar las oportunidades de negocio con las habilidades y conocimientos de los que se disponen, pero ¿qué las lleva a dejar la actividad empresarial?, ¿deciden acabar con ella voluntariamente?, ¿se ven obligados a cerrarla?

Parece que la mayoría se ve abocada a ello, ya que sólo un 2,6% de los empresarios ha cerrado su actividad en los últimos tres años porque tuvo la oportunidad de venderlo. Incluso en este caso no sabemos si el negocio que se vendió estaba en dificultades o no.

GRÁFICO 47. Principal motivo de cierre de negocios en Extremadura. Media de tres años (7/2005-7/2007)

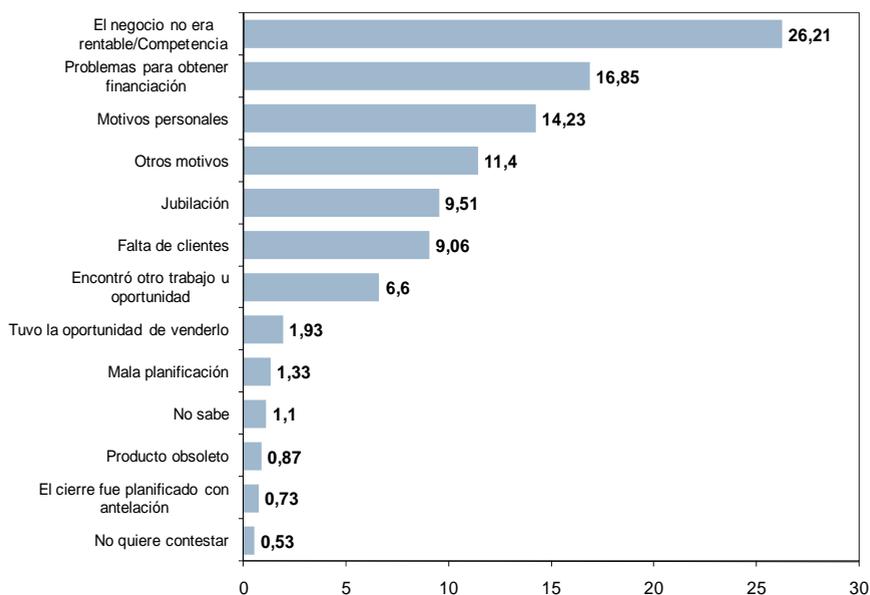


Por tanto, la necesidad parece ser la causante de los cierres, aunque bien es cierto que un importante 38,66% de los casos se deben a una serie de “motivos personales” u “otros motivos” en los que el empresario no ha especificado sus razones y que quizás estén ocultando las verdaderas causas

del cierre. En todo caso, los problemas financieros son los aducidos con mayor frecuencia por los empresarios que cierran sus empresas en Extremadura. La falta de clientes, la excesiva competencia, la baja rentabilidad del negocio o el haber hallado otro trabajo han sido también causas significativas del abandono del negocio.

En el resto de España, el principal motivo de cierre ha sido la escasa rentabilidad del negocio o la excesiva competencia, que junto con los problemas para la obtención de financiación, aglutinan más del 43% de las causas. Motivos personales u otros motivos (25,63%), la jubilación del empresario, la falta de clientela o el haber encontrado otro trabajo u oportunidad también son citados por cierto número de empresarios.

GRÁFICO 48. Principal motivo de cierre de negocios en España. Media de tres años (7/2005-7/2007)





GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

UNA VISIÓN DE LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA EN EXTREMADURA.



¿DÓNDE?

“Dadme un punto de apoyo y moveré la tierra.”

Arquímedes (287 a.C.-212 a.C.)

“No basta saber dónde está el tesoro, hace falta trabajar y sacarlo.”

Francisco de Quevedo y Villegas (1580-1645)

5 AÑOS DE INFORMES GEM (2003-2007)

Autores: Ricardo Villaverde Mogalán • José Carlos Díaz Castro • María de la Cruz Sánchez Lemaire • María Victoria Puigga Jordán



D. José Julián Barriga Bravo.

Periodista.

José Julián Barriga Bravo, nacido en Santiago del Campo (Cáceres) en 1943. En sucesivas etapas profesionales, ostentó las direcciones de Coordinación y de Servicios Especiales de la Agencia EFE, la Dirección de la Agencia Económica CONTELSA, la subdirección del diario YA, la dirección adjunta de los Servicios Informativos de la Cadena COPE y la jefatura de Nacional de la revista TIEMPO. Director General y Vicepresidente de la agencia de Noticias SERVIMEDIA. Desde 1978 a 1989 desempeñó el cargo de director de los Servicios Informativos de la Presidencia del Gobierno y en 1981 fue designado Director General de Relaciones Informativas de la Presidencia del Gobierno, durante el mandato de Adolfo Suárez.

“Otro modo de ver el nivel de emprendedores en Extremadura”

Madrid, noviembre de 2008.

Para hacer una estimación sobre la situación en la que se encuentran los emprendedores en Extremadura se puede y se debe hacer mediante dos sistemas: el estadístico y el sociológico. Y no crean que este último sea menos científico que el anterior, aunque lo ideal resida en la combinación de ambos. Desde el punto de vista estadístico, utilizando sólo los cómputos más solventes, los que proceden del INE, FUNCAS, del Banco de España, dejando fuera otras apreciaciones parciales o de simple estimación, el nivel emprendedor en la Comunidad extremeña es francamente mejorable.

Y, sin embargo, es justo reconocer la preocupación de las Administraciones regionales, de las Cajas de Ahorros y de la Universidad en el fomento del factor emprendedor entre la población más joven. Prueba de ello es el proyecto GEM, que con tanto entusiasmo dirige el equipo del profesor Hernández Mogollón. Pero estas apreciaciones no ocultan la realidad de una historia huérfana de emprendedores y de empresarios.

Debiéramos plantearnos algunas cuestiones previas. Por ejemplo, éstas: ¿Cuál es el ratio de empresas existentes en relación con la población y con el territorio? ¿Qué tamaño y situación en el ranking nacional tienen las empresas

regionales? ¿Cuál es el grado de contribución al PIB nacional de las empresas extremeñas? Por no hablar de otras cuestiones más complicadas y polémicas, como es el de las Balanzas Fiscales. Otro modo de analizar el estado del emprendedor en cualquier territorio, en el plano igualmente de la estadística, sería el de cuantificar los niveles de renta, de equipamiento, y de consumos industriales. Y, en todo caso, conviene distinguir qué porción de la actividad empresarial corresponde a la estrictamente productiva –industrial o transformadora- y cual otra a la distribución de productos y servicios importados o a la producción de materias primas no transformadas en la región.

Existe otro procedimiento de entender los niveles de emprendimiento en cualquier territorio basados en la observación objetiva y desinteresada. La siguiente anécdota ilustra sobradamente el factor emprendedor entre la juventud universitaria. Una institución financiera nacional financia un “training” entre los licenciados en Económicas o Empresariales que han obtenido los dos mejores expedientes en cada curso académico. Aquel año, muy recientemente, obtuvieron esta calificación dos alumnas que hicieron la inmersión profesional en el extranjero en conocidas y reconocidas delegaciones o filiales de la entidad financiadora del programa. Pasaron unos meses, y la institución reclamó de nuevo a las licenciadas para ofrecerles la incorporación a su plantilla. Ambas renunciaron aduciendo que preparaban oposiciones a la Junta extremeña. Los ejecutivos que narraron la anécdota –insisto en que se trata de una anécdota, aunque esclarecedora- elevaron a categoría el comportamiento de las licenciadas. Y -reparen- que les ofrecieron sólo un empleo, aunque de largo recorrido profesional, pero prefirieron el calor de la nómina pública.

Permítanme otra anécdota –insisto en lo de anécdota- de tiempos muy remotos. Cuando niños, escuché la siguiente conversación entre mi madre y la madre de otro pequeño de la vecindad. Mi madre le comunicó ufana que su hijo iba a estudiar.

La réplica de la otra interlocutora fue ésta: “pues el mío, gracias a Dios, no tiene que estudiar”. No tenía que estudiar, “gracias a Dios”, porque tenía “posibles”. Pues bien, de aquellos polvos ancestrales bajan estos lodos y quién sabe si las dos alumnas de mi cuento, no son deudoras de aquel entendimiento de la vida y de la gracia de los dioses.

Esta es la base de lo que llamo enfoque sociológico del factor emprendedor. Durante muchos años, he circulado por las carreteras nacionales extremeñas y he podido comprobar el cambio radical que se ha operado en las infraestructuras y en el adecentamiento de los pueblos y ciudades. Como ha sucedido, en mayor o menor medida, en el resto de las Comunidades. ¿Pero ha evolucionado al mismo ritmo y de modo tan radical, la mentalidad emprendedora? La afortunada aplicación a la sociedad regional de las políticas sociales ¿ha podido afectar igualmente al nivel de riesgo que acompaña toda actividad emprendedora? La disponibilidad de fondos estructurales y sociales de los organismos europeos ¿ha impulsado como debiera, y era esperable, la actividad de emprendimiento?

Las carreteras nacionales, las autovías, puesto que el ferrocarril no tiene significación en el tráfico de mercancías, son las grandes arterias del empresariado. Por ellas discurren los productos que se importan o se exportan. Los transportes son uno de los mejores observatorios para conocer los flujos comerciales y determinar los niveles de capacidad emprendedora. La mera observación de gran parte del transporte de mercancías por nuestras autovías arroja datos escalofriantes. ¿Por qué, en temporada de sacrificios, decenas y decenas de camiones de gran tonelaje salen de Extremadura en dirección a Huelva, Salamanca, Ávila, cargados con cerdos ibéricos vivos, tal vez los mejores ejemplares de la cabaña regional? Los gruñidos que se escapan de las inmensas jaulas tal vez sean el mejor símbolo de tan grave incuria. Lo mismo ocurre con los terneros “para vida” que viajan vivos a Galicia, Toledo, Cataluña, Francia, no sólo directamente a mataderos, también a las instalaciones de cebo. Igual ocurre con los corderos, en dirección a los mataderos y salas de despiece de otras Comunidades. Como el corcho, como el tabaco, el tomate apenas transformado, etc., etc. Es cierto que las cosas van cambiando, pero no a la velocidad debida, que sirva para aminorar los diferenciales que nos separan de otros territorios. Y existe aún otro tráfico, absolutamente respetable, pero humanamente deplorable: el de las furgonetas que, cada semana, andan y desandan la A-5 camino de las iniciativas de otros emprendedores, que no de los extremeños.

Traten de hacer el ejercicio a la inversa. ¿Qué transportan los camiones camino de los pueblos y de las ciudades extremeñas? Ladrillos, cemento, manufacturas de todo orden. Es claro, Extremadura adolece de falta de empresarios. Y, lo que es peor, siente escaso aprecio por el empresariado. Continúa pensando que el desarrollo y la prosperidad llegarán algún día de la mano de la iniciativa pública, del Gobierno autónomo o del Gobierno de la nación, de los ayuntamientos. Este convencimiento está instalado en la médula de gran parte de la sociedad. Todavía tienen mayor prestigio un funcionario que un emprendedor, un dirigente político que un empresario. Y no estoy seguro de que los jóvenes no sigan aspirando a ser funcionarios, empleados, antes que emprendedores.

¿Cómo cambiar la situación? Con iniciativas como el GEM, tratando de atajar el problema desde el inicio, entre los jóvenes universitarios, para evitar que su máxima aspiración sea ingresar en la nómina del funcionariado o la de emigrar irremediamente a otras regiones a la búsqueda de empleos profesionales de los que carecen en su tierra. Paralelamente, habría que fomentar iniciativas para favorecer un mayor aprecio del empresariado, poniendo en valor la iniciativa privada, como generadora de empleo y de riqueza, en una sociedad más vigorosa y menos intervenida.



D. Carlos Arce Pardo.

Ingeniero T. Industrial y Empresario.

Currículum académico:

Diplomado por el Instituto Internacional San Telmo, en: alta dirección de empresas (promoción 91); internacionalización de la empresa (promoción 2000); alta dirección de empresas de la cadena agroalimentaria (promoción 2003); alta dirección de empresas líderes (promoción 2008). European Engineer (eur ing.). European Federation of National Engineering Associations (Feani). Número de registro 19.769-es. 1996. Ingeniero Técnico Industrial. Especialidad en centrales y líneas. Universidad de Extremadura, 1981, colegiado 231. Badajoz.

Experiencia profesional:

Arram Consultores, S.L.P. presidente y consejero delegado. Consejero en los siguientes consejos de administración: - Arram Consultores SLP; Arram Patrimonial SL; Corporación de Medios de Extremadura, S.A. (Grupo Vocento); Ingeniería de Sistemas de Información Cartográfica S.L.; Env Projec slr (Rumanía). Miembro de los siguientes consejos asesores: Vocal consejo asesor del Instituto linternacional San Telmo en Extremadura. Vocal del Consejo Gem Extremadura; Vocal del Consejo de Env Consult; presidente Clúster Energía de Extremadura.

“Emprender desde Extremadura”

Badajoz, agosto de 2008.

Desde mi humilde punto de vista, emprendedor es todo aquel que tiene una ilusión, un proyecto que quiere realizar y que está dispuesto a arriesgar para ponerlo en marcha.

Los emprendedores, podríamos clasificarlos por etapas y edades:

Los noveles: son emprendedores cuya edad está comprendida entre los 18 y los 28 años, no han afrontado con anterioridad este reto, es decir, es su primera experiencia en el mundo empresarial (no tienen nada que perder y mucho que ganar) sus recursos económicos son limitados, y como consecuencia sus garantías ante las instituciones financieras y de capital también lo son para poder financiar su idea o proyecto (negocio).

En la mayoría de los casos recurren a su entorno más próximo (familiares y amigos) y su inversión por lo general se encuentra situada entre 30.000 y

60.000 €, encontrándose fundamentalmente en el sector de los servicios y/o nuevas tecnologías.

La globalidad nos permite una oportunidad y no hay fronteras para poder desarrollar nuestra imaginación e ingenio, mi consejo es que orienten sus esfuerzos a la “i” *de la investigación*, pues en mi opinión un emprendedor joven en la mayoría de los casos de lo que dispone es de tiempo, su ilusión y empeño le permitirá invertir horas y horas en su proyecto, sin que por ello sea un lastre económico. Son proyectos que están enfocados a desarrollar nuevos procesos, procedimientos o tal vez productos, empleando una gran cantidad de tiempo en el desarrollo de la idea.

Durante esta etapa no se tiene la necesidad imperiosa del éxito, ni de una rentabilidad excesiva del proyecto, lo que se exige es que dé para devolver el préstamo y un “pequeño beneficio”. Es el momento de dedicar tiempo a la formación en la gestión empresarial.

Los maduros: son los emprendedores cuya edad media en la mayoría de los casos, está comprendida entre los 28 y los 48 años, ya tienen alguna experiencia empresarial y por lo tanto su ilusión, idea o proyecto (empresa) será sin duda de mayor envergadura (tienen algo que perder, pues su situación económica es más holgada), pero están en la etapa de afrontar riesgos, de demostrarse a sí mismos que son capaces, que sus ideas y/o proyectos son viables. Su inversión por lo general se encuentra situada entre una banda de los 60.000 € y 600.000 €.

Sus sectores son más diversos, ya que con una formación (reglada o no) y con el bagaje de la experiencia inicial la financiación suele venir de las entidades financieras (no sin que éstas exijan que empeñen hasta la camisa y que avalen con todo y más), esta financiación puede ir acompañada por sociedades de capital riesgo a las cuales se les transmite un know how en el mundo de los negocios. En esta ocasión la idea o proyecto tiene una carga empresarial mucho mayor, ya no solo se habla de producto o servicio, también de personas y mercados.

En esta etapa los esfuerzos los deberían enfocar al campo de la “D” del *desarrollo*, de aquellos productos o servicios que conocen y dominan y que se deberían centrar en cómo y de qué forma se hacen o realizan más allá de nuestras fronteras. En analizar ¿cómo perciben los mercados esos productos y/o servicios?, ¿en qué nos diferenciamos realmente del resto de nuestros competidores? y ¿en qué somos realmente buenos?, ¿tenemos amenazas?, ¿están nuestros productos y/o servicios maduros?

Durante esta etapa las exigencias son mayores, nos encontramos al frente de un proyecto que afecta a la empresa y a una parte importante de su personal, es importante gestionar adecuadamente los recursos de la empresa (tanto los económicos como los sociales) y por ello no podemos permanecer inmóviles, pues éxitos pasados no garantizan éxitos futuros. Hoy las empresas están en continua evolución y la responsabilidad del empresario (emprendedor), debe ser guiarla hacia el éxito, no solo por un afán económico sino también por la responsabilidad que tiene de crear empleo y retribuirlo de forma justa.

Para lograrlo se requerirán esfuerzos y sacrificios, esto lo debemos afrontar en equipo y con transparencia. Si informamos a nuestros colaboradores se comprometerán con el proyecto y por lo tanto tendremos mayor posibilidad de éxito.

Los experimentados: son los emprendedores cuya edad media está comprendida entre los 48 y los 75 años, saben lo que es correr riesgos en el mundo empresarial, sin embargo siguen afrontando nuevas ideas y retos; su motivación no suele ser económica, si no más trascendental.

La inversión es variada y se pueden enfrentar a proyectos tanto de gran envergadura, más de 1.000.000 €, como a proyectos de pequeña inversión (business angels). La financiación de sus proyectos suele ser más sencilla pues cuentan con una trayectoria empresarial y tanto las entidades financieras como de capital confían en su experiencia, además de contar con patrimonio y recursos que avalan la financiación.

Los sectores son muy diversos y es el momento (la edad) de afrontar nuevos retos: apertura de nuevos mercados, la exportación, la adquisición de empresas, etc... Estos retos nos aportarán volumen de negocio, dimensión de empresas y sinergias.

Es el momento de centrarnos en la "I" de *innovar*, de hacer las cosas en otros formatos y de nuevas maneras, de plantearnos que pasaría si reinventásemos nuestro negocio, haciendo aquello que nunca nos hemos atrevido a realizar, sin duda la empresa habrá crecido en estructura, otros gestionaran el día a día, es el momento de pensar en las líneas estratégicas a medio y largo plazo. Esta es la etapa en la que el emprendedor aporta capacidad de análisis, como consecuencia de su bagaje de experiencias, es la etapa en la que el emprendedor debe dedicar su tiempo a detectar nuevas oportunidades de negocio y/o nuevos empresarios.

Extremadura, hasta hace muy poco solo tenía emprendedores de las dos primeras categorías, noveles y maduros, por primera vez en su historia se encuentra con emprendedores experimentados, éstos tienen un gran reto por delante, identificar nuevos sectores, productos y servicios, así como detectar a nuevos emprendedores y que estos tengan un entorno mucho más fácil y menos hostil donde desarrollen sus ideas y proyectos.

El reto de la Administración Extremeña es facilitar la formación en el campo empresarial, así como crear un entorno legal y de infraestructuras que facilite estos objetivos. Asimismo sería fundamental para el desarrollo de estos proyectos y/o objetivos que dispusieran de herramientas financieras adecuadas, como la Sociedad de Capital Riesgo, adaptando esta a las nuevas tendencias y exigencias que marcan los mercados.

Las Empresas Extremeñas, deben enfocar sus esfuerzos en ganar dimensión, ello les permitirá aprovechar mucho mejor las oportunidades que ofrecen los mercados y una buena recomendación son las asociaciones, convenios de colaboración, fusiones y/o adquisiciones entre Empresas.

Análisis de Dónde se centran los emprendedores en Extremadura (2003-2007)

¿En qué entorno llevan a cabo sus empresas o sus iniciativas emprendedoras las personas que acometen una nueva andadura empresarial? ¿Qué ambiente les envuelve? ¿Es favorable u hostil?...

Como Darwin mencionó en su libro "El Origen de las Especies", "*una diferencia inferior a un grano en una balanza puede determinar qué individuos han de vivir y cuáles perecerán*" (Darwin, 1876:409).

Sin llegar a ser tan deterministas, en el mundo actual, las condiciones del entorno pueden jugar un papel relevante para el desarrollo de las sociedades, de las personas o de sus empresas. Condiciones que el ser humano ha ido instituyendo con el paso del tiempo.

A lo largo de la historia las diferentes sociedades han establecido para su convivencia una serie de normas y reglas que han condicionado y dirigido el marco de relaciones que se han producido en ellas. Estos mecanismos han sido ideados para favorecer y conducir las relaciones y el comportamiento humano (North, 1990, 2005).

Este conjunto de reglas restrictivas que actúan sobre las relaciones humanas pueden considerarse de dos tipos: unas, de carácter explícito y escrito, como son las constituciones, leyes, reglamentos, derechos de propiedad, etc., que constituyen el marco formal; y otras, implícitas, agrupadas en un conjunto de valores sociales o culturales, como ideas, creencias, actitudes, comportamientos, códigos de conducta, etc., que establecen el considerado marco informal de relaciones.

Este tipo de entorno legal, social, político y económico, afecta al desarrollo económico condicionando la estructura de incentivos y oportunidades de la sociedad y las acciones de los diversos agentes que actúan en ella. Los futuros empresarios y sus empresas, como unos agentes económicos más, verán limitadas o impulsadas sus acciones por esta estructura institucional³⁹, que condiciona qué empresas nacen y cómo evolucionan. Estas empresas, y en general las organizaciones, se crean con un propósito determinado como consecuencia de las oportunidades existentes, y con el fin de poder aprovecharlas. Las organizaciones o empresas, en función de sus objetivos, demandarán y adquirirán las habilidades y conocimientos que refuercen sus posibilidades de supervivencia. Por tanto, el entorno institucional o la estructura de normas formales e informales, está condicionando, a través de sus sistemas de incentivos y oportunidades, el modo en que evoluciona el conjunto de conocimientos de la sociedad y el uso que se les da.

³⁹ El concepto de "institución" entendido de una manera muy amplia, hace referencia a las restricciones concebidas e impuestas por los seres humanos para favorecer la interacción entre ellos, es decir, las instituciones constituyen las "reglas de juego" de una sociedad (North, 1990, 2005), y por tanto, la estructura o marco institucional constituye el conjunto de normas formales o informales de esa sociedad.

El proyecto GEM analiza una serie de variables que hacen referencia a estas condiciones específicas del país o de la región que pueden incidir en el entorno empresarial, y por consiguiente, en la actividad emprendedora. Como mencionan Levie y Autio (2008:9), podríamos ver estas condiciones específicas como la definición de las reglas del juego para la actividad empresarial en cualquier contexto dado, en el que si cambiamos éstas, el precio y la naturaleza de la actividad empresarial (productiva) pueden cambiarse.

Las condiciones específicas del entorno analizadas son:

- Acceso a financiación.
- Políticas gubernamentales.
- Programas gubernamentales.
- Educación y formación.
- Transferencia tecnológica e I+D.
- Infraestructura comercial y de servicios.
- Apertura del mercado interior.
- Acceso a infraestructura física.
- Normas sociales y culturales.
- Apoyo institucional y derecho intelectual.
- Apoyo a la mujer emprendedora.
- Fomento del alto crecimiento.

La valoración de estas condiciones se ha efectuado a través de 567 encuestas personales a expertos extremeños relacionados con las diferentes condiciones del entorno mencionadas. Para recoger las respuestas se ha utilizado una escala de 1 a 5 puntos tipo Likert en la que podemos interpretar el estado de las diferentes condiciones de entorno para favorecer la actividad emprendedora: 1 = completamente inadecuada, 2 = poco adecuada, 3 = medianamente adecuada, 4 = bastante adecuada, 5 = muy adecuada. Cada valor es la puntuación media obtenida por la condición de entorno cada año.

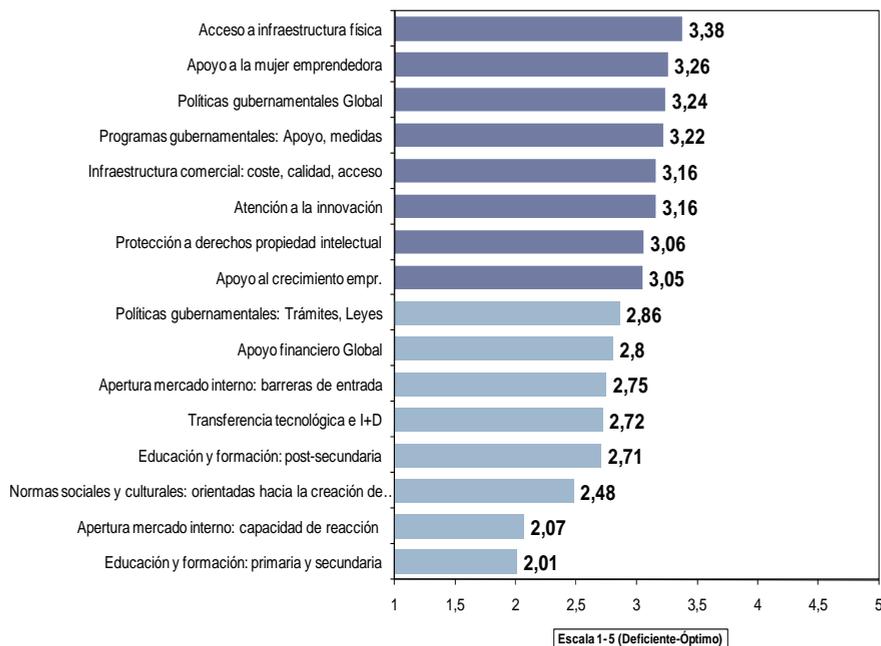
Aunque los resultados son tomados como medias de tendencia que nos aproximan a la realidad valorada por estos expertos, la fiabilidad de los datos obtenidos con este número de opiniones para un nivel de confianza del 95%, es más que aceptable. Es más, *"...el comportamiento sólido de los conceptos y la estabilidad de las respuestas de estos colectivos de expertos en todos los países GEM garantizan la calidad de las conclusiones que permiten alcanzar estos datos de corte cualitativo"* (De Castro et al., 2008).

Los expertos han valorado de forma global la situación de las condiciones específicas del entorno que pueden influir en la actividad emprendedora de la región extremeña, lo que nos brinda una visión general del contexto en el que nacen y se desarrollan las empresas.

El gráfico 49 nos muestra esta visión general. En él vemos que las condiciones específicas del entorno que superan el valor medio de tres en orden de importancia son: el acceso a infraestructura física, el apoyo a la mujer emprendedora, el énfasis en las políticas gubernamentales, el apoyo y medidas de los programas gubernamentales, el coste, calidad y acceso a la

infraestructura comercial y de servicios, la atención prestada a la innovación, la protección a los derechos de propiedad intelectual o el apoyo al crecimiento de las empresas.

GRÁFICO 49. Valoración media por los expertos de las condiciones específicas del entorno en Extremadura. Periodo 2003-2007.



En cambio, aquellos factores del entorno peor valorados por los expertos son: la educación primaria y secundaria, la capacidad de reacción del mercado interno, las normas sociales y culturales orientadas hacia la creación de empresas, la educación y formación en post-secundaria, la transferencia tecnológica y de I+D, las barreras de entrada al mercado interno, apoyo financiero a las nuevas empresas y la burocracia de las políticas gubernamentales.

Si miramos cinco años atrás, vemos que en 2003 había seis condiciones del entorno con valores positivos y 8 negativos. En 2007 sucede lo mismo, sólo que hay dos valores positivos más sobre los que se ha empezado a preguntar recientemente. Como podemos apreciar en la tabla 10, ocho condiciones del entorno incrementan sus valores, dos los mantienen (una positiva y otra negativa) y cuatro los empeoran.

De las condiciones del entorno que ya tenían valoraciones positivas hace cinco años, han mejorado su situación las políticas gubernamentales globales, el acceso a la infraestructura física y el apoyo a la mujer emprendedora. La han empeorado, pasando a tener valoraciones negativas, la protección a los derechos de propiedad y las políticas gubernamentales (burocracia, trámites,

leyes,...). Sigue en una situación estable y positiva el apoyo y medidas de los programas gubernamentales a las nuevas empresas.

Entre las condiciones que tenían valoración negativa y ahora la tienen positiva están, la infraestructura comercial, en cuanto a coste, calidad y acceso, y la apertura del mercado interior, en lo referente a barreras de entrada. Han mejorado también, aunque no han conseguido tener aún valores positivos, la educación y formación para la actividad emprendedora en enseñanzas superiores, el apoyo financiero y las normas sociales y culturales orientadas hacia la creación de empresas.

Por otra parte, siguen hundiéndose en las valoraciones negativas, la transferencia tecnológica e I+D y la educación y formación en espíritu emprendedor en primaria y secundaria. Sigue siendo negativa, aunque estable, la valoración de la capacidad de reacción del mercado interno.

Desde el año 2005 sigue creciendo el apoyo al crecimiento de las empresas, mientras que la valoración hecha sobre la atención a la innovación en 2007 ha sido positiva.

TABLA 10. Comparación de las valoraciones medias de las condiciones del entorno 2003-2007.

	EXTREMADURA		
	Media 2003	Media 2007	Variación 2003/2007
Políticas gubernamentales Global	3	3,37	Mejora
Acceso a infraestructura física	3,19	3,34	Mejora
Apoyo a la mujer emprendedora	3,16	3,36	Mejora
Infraestructura comercial: coste, calidad, acceso	2,82	3,28	Mejora
Programas gubernamentales: Apoyo, medidas	3,28	3,25	Estable
Apoyo al crecimiento de empresas	--	3,25	Mejora (2005-07)
Atención a la innovación	--	3,16	---
Apertura mercado interno: barreras de entrada	2,85	3,02	Mejora
Educación y formación: post-secundaria	2,43	2,98	Mejora
Apoyo financiero Global	2,79	2,91	Mejora
Protección a derechos propiedad intelectual	3,09	2,85	Empeora
Transferencia tecnológica e I+D	2,78	2,66	Empeora
Normas sociales y culturales: orientadas a la creación empresa.	2,29	2,65	Mejora
Políticas gubernamentales: Trámites, Leyes	3,28	2,61	Empeora
Apertura mercado interno: capacidad de reacción	2,09	2,06	Estable
Educación y formación: primaria y secundaria	2,13	2	Empeora

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

Los expertos también han manifestado su opinión sobre los factores que a su juicio están favoreciendo u obstaculizando la actividad emprendedora en Extremadura, tanto en el ámbito de la creación de empresas como en la generación de nuevos proyectos innovadores en las empresas existentes.

En general, los expertos han señalado a las políticas y programas gubernamentales en los primeros lugares como los factores que más vienen

favoreciendo a la actividad emprendedora en la región, pero además, también mencionaron a lo largo de estos años en lugares preferentes, el clima económico, el acceso a la infraestructura física o a las barreras de acceso al mercado interno, aunque en los dos últimos años éstas han caído de manera alarmante. Son destacables también por su progresión en el ranking de clasificación, la capacidad emprendedora y el contexto político, social e institucional, que han venido obteniendo cada vez más posiciones mejores a lo largo de estos años.

Los factores menos favorecedores, son los que hacen referencia al estado del mercado laboral, la infraestructura comercial y profesional o la composición de la población, que ha mejorado mucho el último año. También debemos mencionar aquí a las barreras del mercado interior, que repite por segundo año consecutivo el puesto 12, después de haber ocupado el tercer lugar los tres años anteriores.

TABLA 11. Comparación de la clasificación de los factores que favorecen la creación de empresas en Extremadura.

EXTREMADURA						
	% de Tabla	Ranking 2007	Ranking 2006	Ranking 2005	Ranking 2004	Ranking 2003
Acceso a infraestructura física	50	1	8	6	7	2
Programas gubernamentales	47,22	2	1	1	1	6
Políticas gubernamentales	41,67	3	2	2	2	1
Clima económico	25	4	3	7	4	4
Capacidad emprendedora	24	5	9	9	12	11
Contexto político, social e institucional	22,22	6	7	8	10	10
Composición de la población	16,67	7	14	14	14	14
Normas sociales y culturales	13,89	8	6	11	8	9
Transferencia de I+D	11,11	9	10	12	9	13
Educación y formación	11,11	10	5	4	5	5
Apoyo financiero	8,33	11	4	5	6	7
Apertura de mercados, barreras	5,56	12	12	3	3	3
Infraestructura comercial y profesional	5,56	13	13	10	11	8
Estado del mercado laboral	0	14	11	13	13	12

Entre los factores que más vienen dificultando la actividad emprendedora en Extremadura, el ranking de clasificación en sus primeros cuatro lugares se mantienen bastante constante en los últimos cinco años. Las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales, el apoyo financiero o el acceso a la infraestructura física necesaria en comunicaciones, servicios públicos, transporte, etc., constituyen el grupo de factores que más dificultan la iniciativa empresarial a juicio de los expertos.

De forma similar sucede con los factores que menos parecen obstaculizar la creación empresarial. Los últimos lugares vienen ocupados por el mismo grupo de condiciones: la infraestructura comercial y profesional, el clima económico general, el estado del mercado laboral o la transferencia de I+D.

TABLA 12. Comparación de la clasificación de los factores que obstaculizan la creación de empresas en Extremadura.

	EXTREMADURA					
	% de Tabla	Ranking 2007	Ranking 2006	Ranking 2005	Ranking 2004	Ranking 2003
Normas sociales y culturales	50	1	1	1	1	1
Políticas gubernamentales	38,89	2	2	3	3	3
Apoyo financiero	38,89	3	3	2	2	2
Acceso a infraestructura física	22,23	4	4	4	4	4
Contexto político, social e institucional	19,44	5	8	7	11	10
Programas gubernamentales	19,44	6	9	5	5	6
Composición de la población	16,67	7	10	12	12	13
Apertura de mercados, barreras	13,89	8	5	8	8	7
Educación y formación	13,89	9	6	6	4	5
Capacidad emprendedora	11,11	10	7	11	6	9
Transferencia de I+D	11,11	11	11	9	9	11
Estado del mercado laboral	8,33	12	12	14	14	8
Clima económico	2,78	13	13	10	10	14
Infraestr. comercial y profesional	0	14	14	13	13	12

En cuanto a las recomendaciones para incrementar la actividad emprendedora que sugieren los expertos, también suelen repetirse en las primeras posiciones. Así, podemos destacar que hay que incidir en la educación y formación de la población en el espíritu emprendedor y en la mejora de las políticas y programas oficiales hacia la actividad emprendedora. Asimismo, parece importante mejorar el contexto político, social e institucional, avanzar en los sistemas de apoyo financiero y transferencia tecnológica a las empresas de nueva creación, seguir mejorando el acceso a la infraestructura física, o incluso intervenir en los aspectos culturales y sociales informales que repercuten en la creación empresarial.

TABLA 13. Comparación de las recomendaciones para mejorar la creación de empresas en Extremadura.

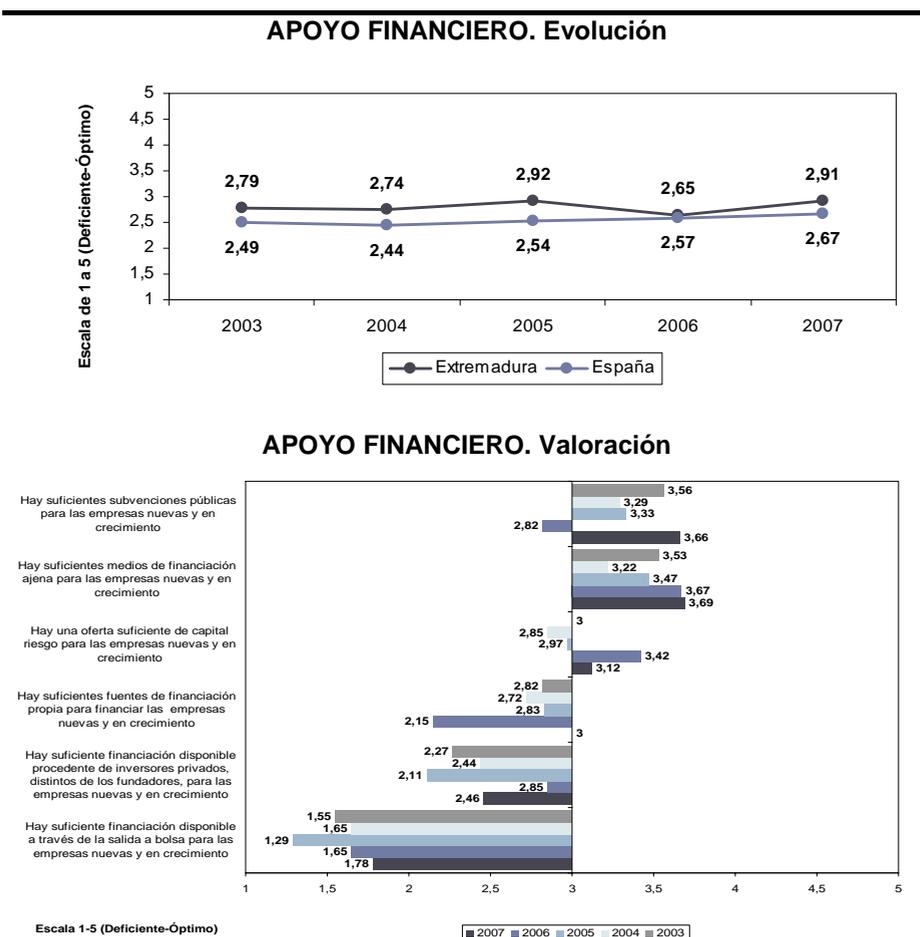
	EXTREMADURA					
	% de Tabla	Ranking 2007	Ranking 2006	Ranking 2005	Ranking 2004	Ranking 2003
Políticas gubernamentales	61,11	1	2	1	2	2
Educación y formación	47,22	2	1	2	1	1
Programas gubernamentales	27,28	3	3	4	3	3
Contexto político, social e institucional	25	4	7	13	13	8
Apoyo financiero	25	5	4	7	5	6
Transferencia de I+D	22,22	6	6	8	8	7
Acceso a infraestructura física	13,89	7	8	5	4	4
Capacidad emprendedora	8,33	8	10	10	10	11
Normas sociales y culturales	8,33	9	5	3	6	5
Infraestr. comercial y profesional	8,33	10	9	9	7	10
Apertura de mercados, barreras	5,56	11	12	6	9	9
Composición de la población	2,78	12	13	11	11	13
Estado del mercado laboral	2,78	13	11	12	12	14
Clima económico	0	14	14	14	14	12

A continuación realizaremos el análisis de cada una de las condiciones específicas del entorno empresarial en la comunidad autónoma extremeña, profundizando en la situación concreta de cada una de ellas.

El apoyo financiero

En general, la disponibilidad de recursos financieros (capital, deuda, subvenciones, subsidios,...) para los nuevos empresarios o incluso para los que tienen empresas que están en crecimiento, no ha llegado durante estos cinco años a unos niveles mínimos adecuados, aunque sí es cierto que se han aproximado, ya que sus valores se han estado moviendo cerca de la media (entre el 2,6 y el 3). Mientras unos aspectos han sido valorados positivamente, otros no aún no lo han conseguido. Las valoraciones otorgadas por los expertos extremeños son superiores a las que otorgaron los expertos nacionales.

GRÁFICO 50. Condiciones Apoyo Financiero.



Así, existe suficiente disponibilidad de recursos financieros ajenos y subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas o para aquéllas que quieran crecer. Además, la oferta de capital riesgo y la existencia de fuentes de financiación propia para llevar a cabo nuevos proyectos parecen aceptables. No ocurre así con la financiación que pueden ofrecer los inversores privados, ni mucho menos con la que se pueda encontrar mediante la salida a bolsa.

Las políticas gubernamentales

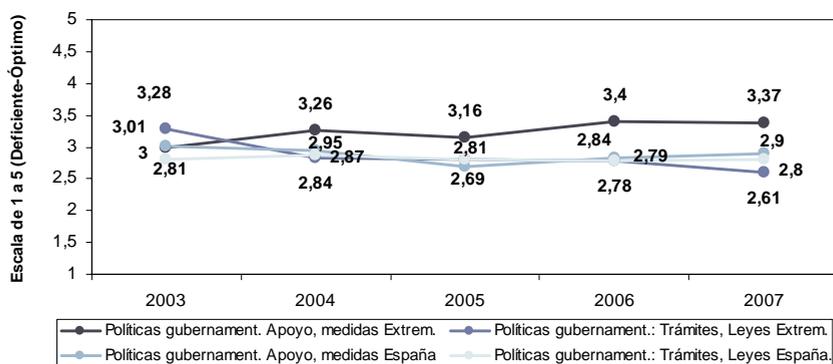
El énfasis, el apoyo y las medidas que el gobierno regional y las administraciones locales han venido prestando a la actividad emprendedora ha sido uno de las tres condiciones de entorno que tenían valores positivos en 2003 y que han seguido aumentándolos a lo largo de los últimos años. No sucede lo mismo con la valoración de las políticas gubernamentales relacionadas con los impuestos o regulaciones legales que se ponen en marcha para las nuevas empresas, que ha bajado un 20,43% en los últimos cinco años, pasando de una valoración media de 3,28 a 2,61.

Por tanto, no parece que la burocracia y los trámites administrativos necesarios para poner en marcha un nuevo proyecto empresarial hayan venido favoreciendo la iniciativa emprendedora o vayan a hacerlo en el futuro. España como país, no parece asumir el reto de reformar a fondo la reglamentación empresarial para que se constituyan más empresas. De hecho, a pesar de las medidas tomadas a finales de 2006 sobre la sociedad limitada nueva empresa, la situación no parece mejorar, ya que en el último informe Doing Business 2008 que proporciona una medición objetiva de las regulaciones que influyen en la "Facilidad de hacer negocios" para 178 países, España se sitúa en el lugar 38 en el ranking general, y en la apertura de negocios en el 118, con medias de 10 procedimientos por empresa y 47 días de duración para la apertura de la empresa (Doing Business Spain, 2008).

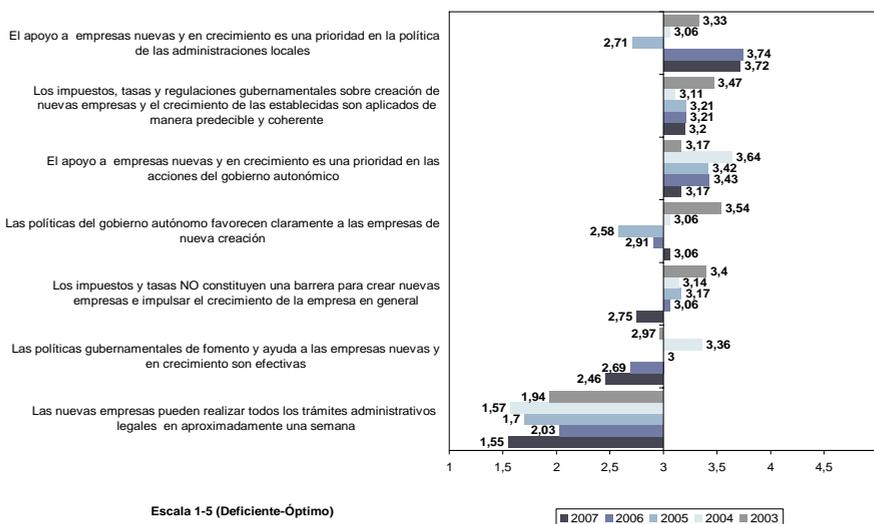
En el ámbito regional sucede lo mismo, ya que por término medio las empresas no pueden realizar todos los trámites legales administrativos en menos de una semana, sino al contrario. Sin embargo, los impuestos y tasas, que han sido aplicados de manera predecible y coherente desde 2003, no han venido considerándose por los expertos como barreras para la creación o el crecimiento empresarial, aunque en el último año sí lo hayan hecho. No obstante, en estos últimos años, el apoyo a las nuevas empresas y a las que están en crecimiento ha sido una prioridad en la política y las acciones del gobierno autonómico y de las administraciones locales, aunque no parece que las políticas gubernamentales de fomento y ayuda a estas empresas, sea percibida como efectiva.

GRÁFICO 51. Condiciones Políticas Gubernamentales.

POLÍTICAS GUBERNAMENTALES. Evolución



POLÍTICAS GUBERNAMENTALES. Valoración



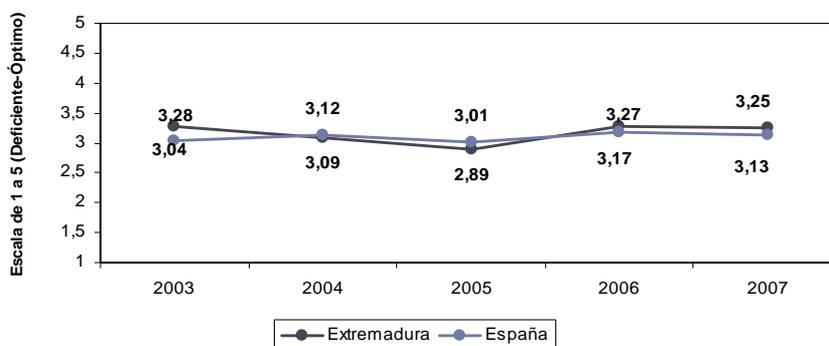
Los programas gubernamentales

La existencia de programas gubernamentales que directamente asistan o apoyen la creación y el crecimiento de nuevas empresas en los diferentes ámbitos de gobierno, ya sea nacional, regional, provincial o municipal, es en general adecuada. Muy similar en Extremadura y España. En términos generales, la situación positiva no ha cambiado con respecto a 2003.

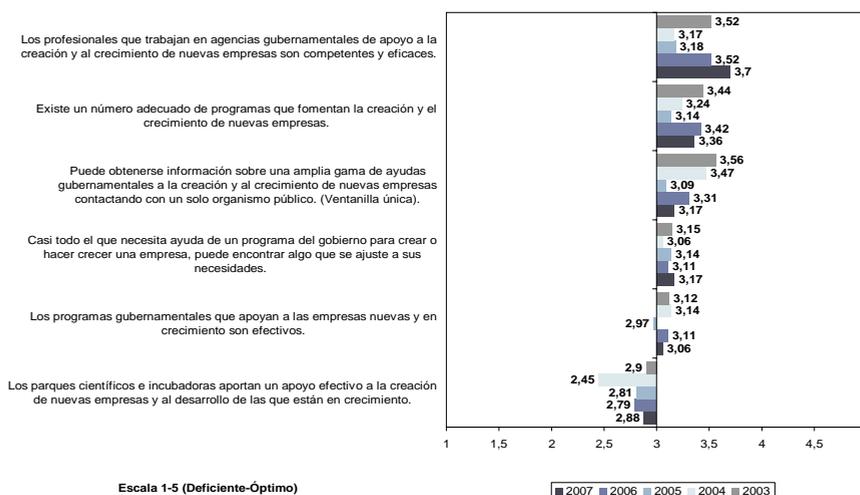
Así, cualquier futuro empresario que desee montar su empresa en la región se encontrará con suficientes y variados programas efectivos, que son atendidos por profesionales competentes y eficaces. Podrá informarse sobre la amplia gama de ayudas a través de un solo organismo público y no podrá esperar que los parques científicos e incubadoras le aporten adecuadamente un apoyo efectivo en su proyecto empresarial.

GRÁFICO 52. Condiciones Programas Gubernamentales.

PROGRAMAS GUBERNAMENTALES. Evolución



PROGRAMAS GUBERNAMENTALES. Valoración



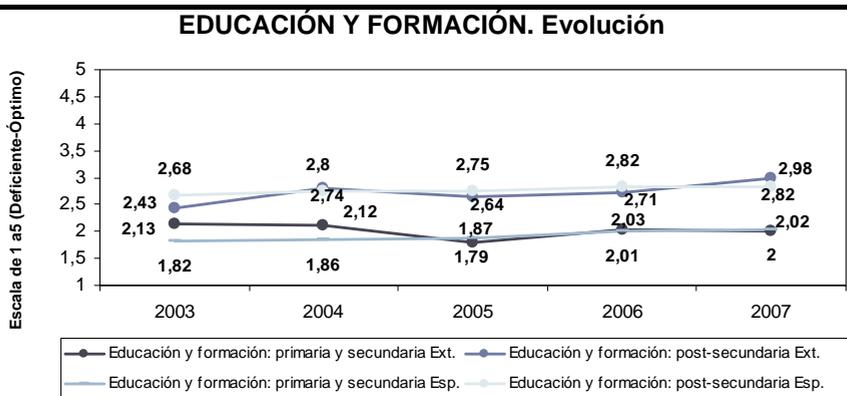
Educación y formación emprendedora

En términos generales, los sistemas educativos y de formación en España no incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar en

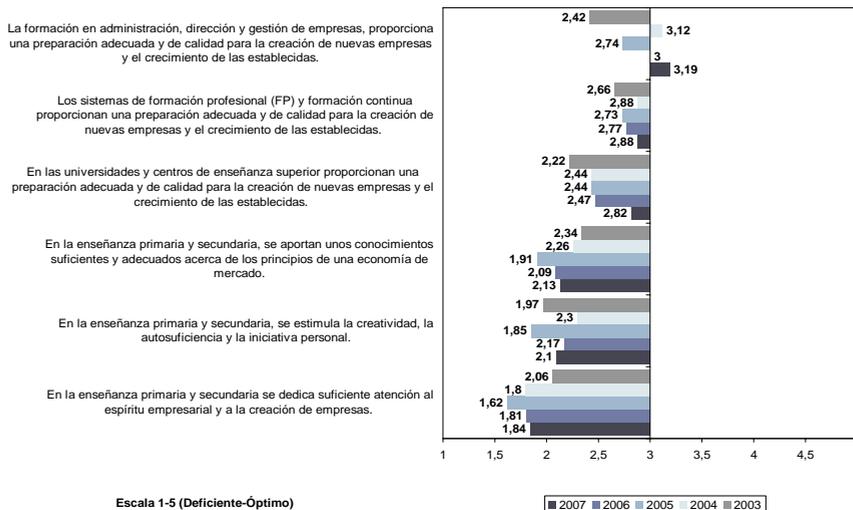
creación y dirección de nuevas empresas. Aún menos cuando se trata de la educación primaria y secundaria que de la formación profesional y la superior.

Extremadura no se distingue prácticamente de la media española en este sentido, y aunque recientemente se han introducido algunos programas educativos favorecedores del espíritu emprendedor en las enseñanzas de la educación secundaria extremeña, indudablemente aún no se recogen sus efectos en las percepciones de los expertos.

GRÁFICO 53. Condiciones de Educación y formación emprendedora.



EDUCACIÓN Y FORMACIÓN. Valoración



En estos últimos cinco años apenas ha cambiado la situación de la educación y formación sobre el espíritu emprendedor. Sólo ha evolucionado significativamente la formación en administración, dirección y gestión de

empresas para la creación o el crecimiento de nuevas empresas, que es más adecuada y de calidad que entonces. Por lo demás, aún la enseñanza primaria y secundaria no aporta los conocimientos suficientes y adecuados acerca de la economía de mercado y el papel del empresario, no presta la suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas y no estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal entre los más jóvenes. Tampoco los sistemas de formación profesional (FP), continua o los universitarios y de enseñanza superior aportan la adecuada preparación y calidad para la creación de nuevas empresas o de las que ya están en crecimiento.

Transferencia tecnológica e I+D

La situación de la transferencia tecnológica e I+D, tanto en España en general, como en Extremadura en particular, no favorece en gran medida la aparición de nuevas oportunidades de negocios que puedan ser aprovechadas por las nuevas empresas.

A pesar de que haya áreas concretas en las que la ciencia y la tecnología permitan la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global, no se están transmitiendo eficientemente por parte de las universidades y centros de investigación públicos las nuevas tecnologías y los conocimientos científicos a las nuevas empresas o las que están creciendo. Aún no parece que éstas tengan el mismo acceso que las empresas ya establecidas, a las nuevas investigaciones y tecnologías o que se las puedan costear.

Por otro lado, aunque después de cinco años las subvenciones y ayudas gubernamentales para que las empresas jóvenes puedan adquirir nuevas tecnologías no son aún suficientes y adecuadas y siga sin existir suficiente apoyo para que los ingenieros y científicos puedan convertir sus ideas en empresas, sí parece haberse producido una tendencia positiva y discreta en este sentido.

GRÁFICO 54. Condiciones Transferencia tecnológica e I+D. Evolución.

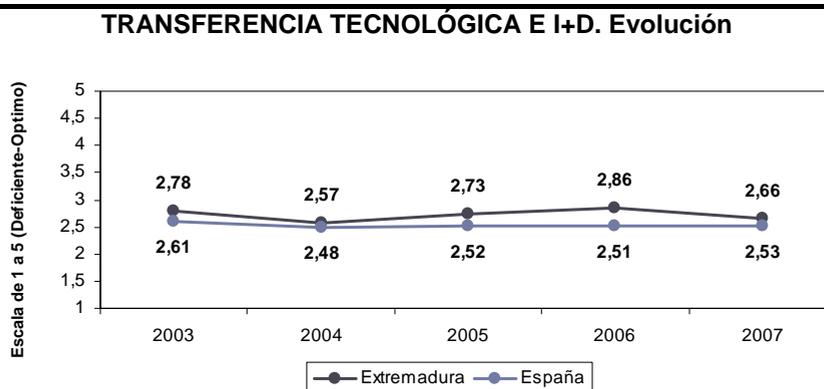
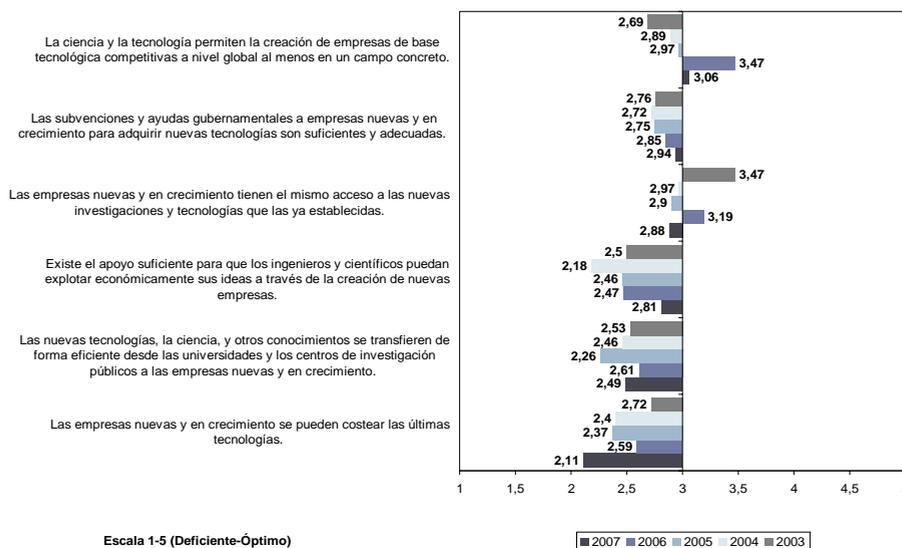
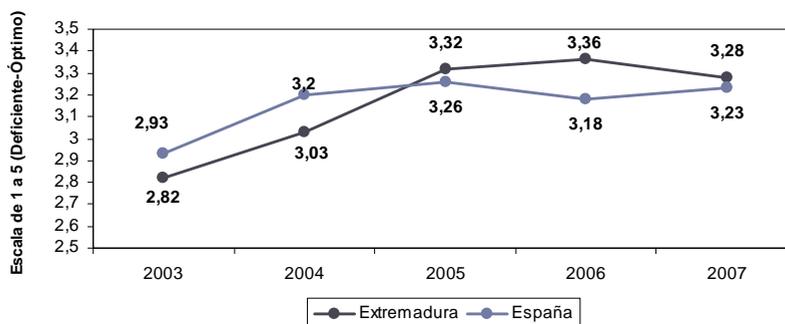
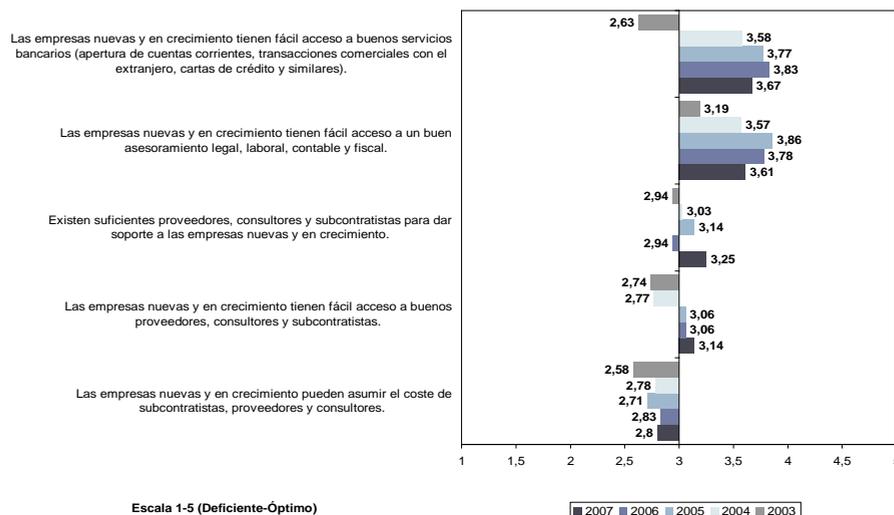


GRÁFICO 54 (bis). Condiciones Transferencia tecnológica e I+D. Valoración.**TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA E I+D. Valoración****Infraestructura comercial y profesional (servicios a empresas)**

La disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales para las empresas así como de instituciones de apoyo que faciliten la creación o el desarrollo de negocios, no sólo parece ser bastante adecuada en Extremadura, sino que ha ido evolucionando muy positivamente a lo largo de este último quinquenio, al igual que ha sucedido en España. Seguramente la bondad del ciclo económico en el quinquenio estudiado y el auge en el nacimiento de nuevas empresas ha tenido que ver en esta aparición de profesionales que vienen prestando sus servicios a las empresas.

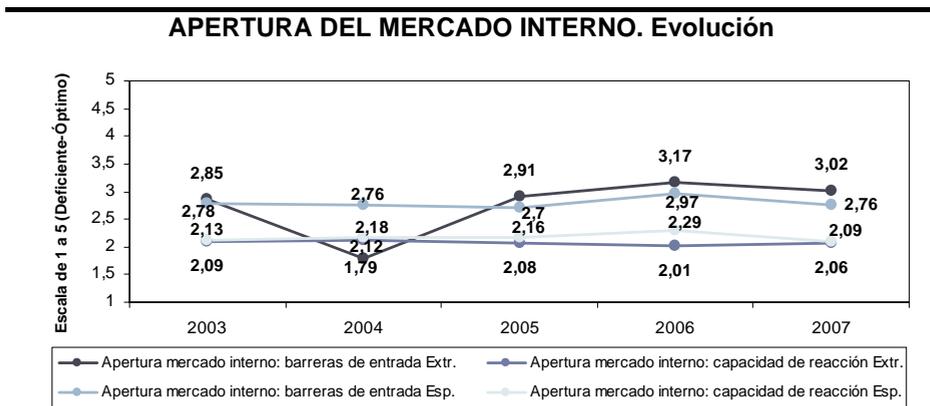
Así, encontramos que existen buenos servicios bancarios y buenos asesores legales, laborales, contables o fiscales a los que las nuevas empresas o las que están en crecimiento puedan acceder, así como buenos y suficientes proveedores con los que puedan contratar. Sin embargo, aún no parece que las nuevas empresas puedan asumir totalmente el coste de la contratación de estos servicios, aunque esta posibilidad ha ido mejorando en los años pasados.

GRÁFICO 55. Condiciones Infraestructura comercial y profesional (servicios a empresas).**INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y DE SERVICIOS. Evolución****INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y DE SERVICIOS. Valoración****Apertura del mercado interno**

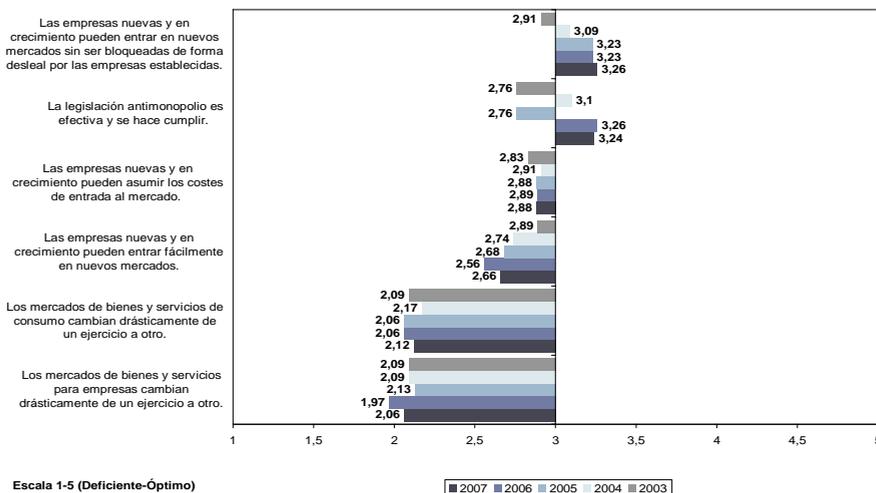
La situación del mercado de Extremadura se puede resumir en dos palabras: estabilidad y mejoría. Estabilidad en cuanto a la capacidad de reacción, ya que ésta es escasa y no ha mejorado prácticamente en los últimos cinco años. Ni los mercados de bienes y servicios para las empresas ni los de consumo tienen la capacidad de cambiar drásticamente de un año para otro. Mejoría, en cuanto a las barreras de entrada, ya que han evolucionado muy positivamente la efectividad y el cumplimiento de la legislación antimonopolio y la posibilidad de entrar en nuevos mercados por parte de las empresas jóvenes y en crecimiento sin que sean bloqueadas de forma desleal por las ya

establecidas. Sin embargo, las nuevas empresas tienen aún dificultades para asumir los costes de entrada al mercado, teniendo cada vez menos facilidades para acceder a ellos.

GRÁFICO 56. Condiciones Apertura del mercado interno.



APERTURA DEL MERCADO INTERNO. Valoración



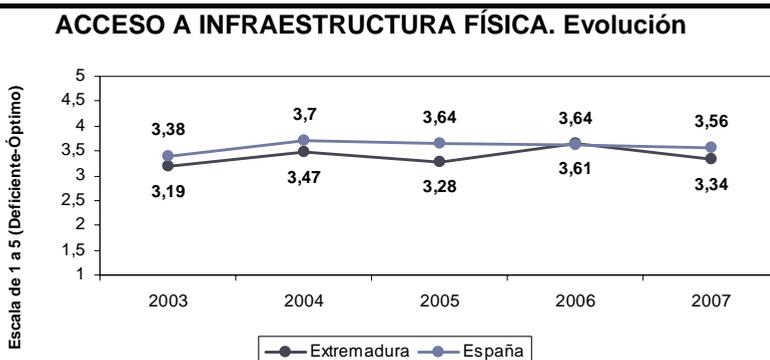
Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas

En estos últimos años ha existido facilidad para que las empresas nuevas o las que han querido crecer hayan podido acceder a los recursos físicos existentes -comunicación, servicios públicos, transporte, tierra - a un precio que no las ha discriminado frente a las existentes en el mercado.

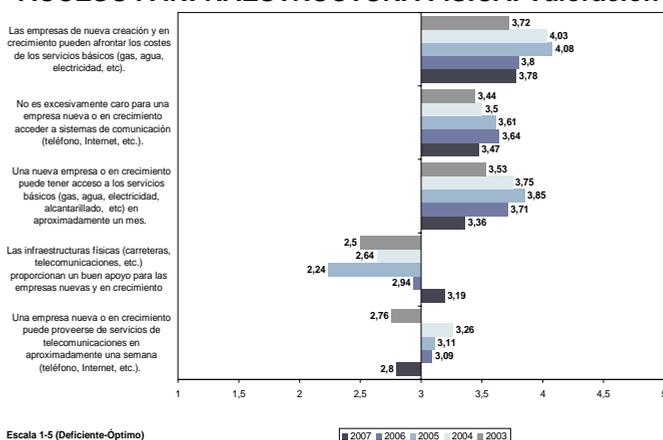
Así, las nuevas empresas han podido acceder a los servicios básicos de agua, luz, alcantarillado, etc. en menos de un mes a un costo razonable, y

aunque no ha sido excesivamente caro el acceso a servicios de telecomunicaciones (teléfono, Internet, etc.), el tiempo de espera para proveerse de éstos no ha mejorado. También las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) en las que se han podido apoyar las empresas, ha ido mejorando.

GRÁFICO 57. Condiciones Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas.



ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA. Valoración



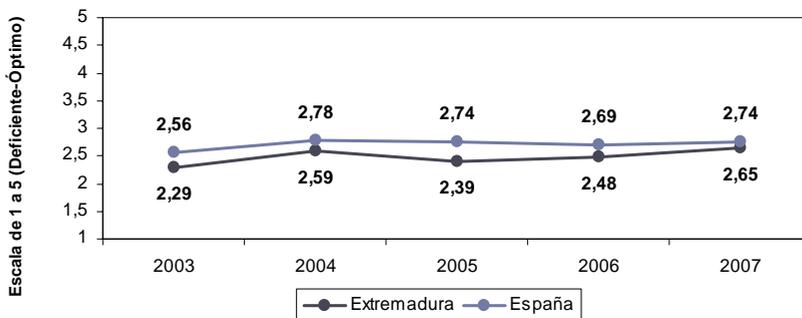
Normas sociales y culturales

En Extremadura, una región con poca tradición empresarial, las normas sociales y culturales siguen suponiendo un obstáculo para el desarrollo de la actividad emprendedora. Esto nos indica que la sociedad extremeña desalienta más que incentiva al individuo para que pueda llevar a cabo iniciativas

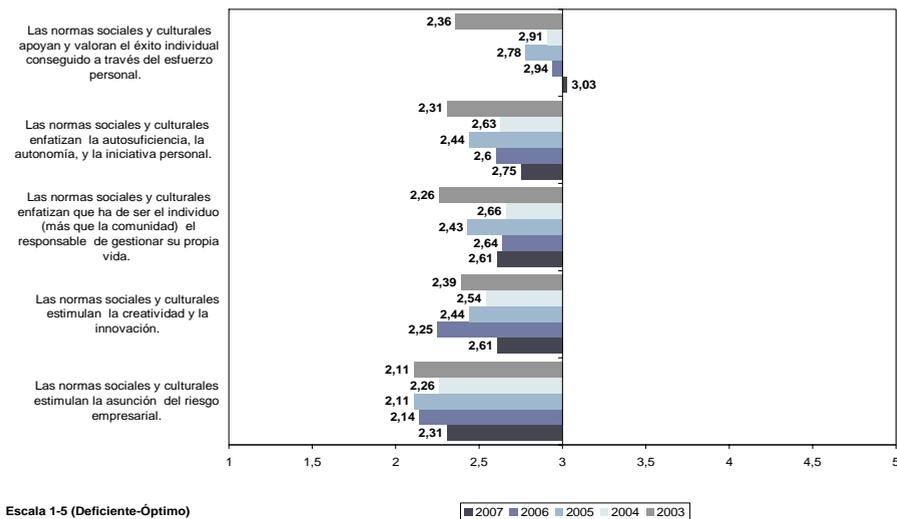
empresariales, que en definitiva mejoren la distribución del ingreso y la riqueza. En concreto, no lo incentivan cuando se trata de estimular la creatividad, la innovación, la asunción del riesgo empresarial, la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal; o de impulsar al individuo a ser el responsable de gestionar su propia vida más que la comunidad. No obstante, en los últimos años se aprecian ciertas mejoras en todos los indicadores, llegando incluso a conseguir un valor positivo en 2007 aquél que mide el apoyo y valoración del éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.

GRÁFICO 58. Condiciones Normas sociales y culturales.

NORMAS SOCIALES Y CULTURALES. Evolución



NORMAS SOCIALES Y CULTURALES. Valoración

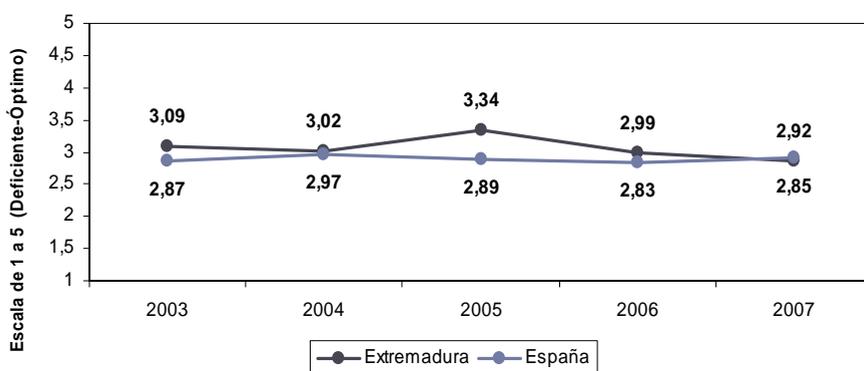


Legislación y derechos de propiedad intelectual

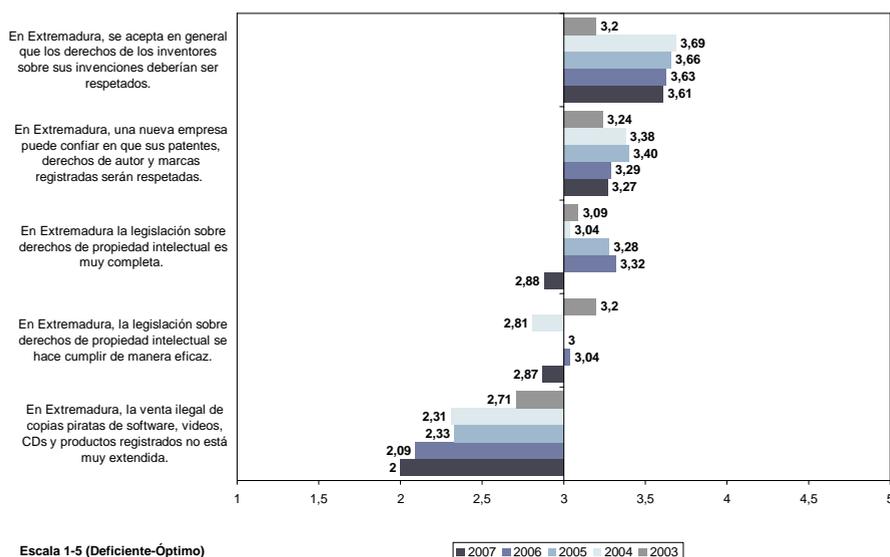
En Extremadura se respetan los derechos de los inventores y empresas sobre sus invenciones, patentes, marcas registradas y derechos de autor. Además, existe una completa legislación sobre derechos de propiedad intelectual, aunque la eficacia de su cumplimiento fluctúa. Asimismo, en los últimos cinco años está creciendo la opinión de que se está extendiendo la práctica de la venta ilegal de copias piratas de software, vídeos, CDs y productos registrados.

GRÁFICO 59. Condiciones Legislación y derechos de propiedad intelectual.

LEGISLACIÓN Y DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL. Evolución



LEGISLACIÓN Y DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL. Valoración

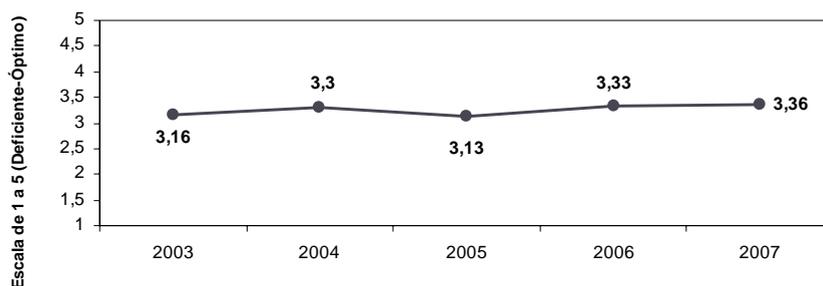


Apoyo a la mujer emprendedora

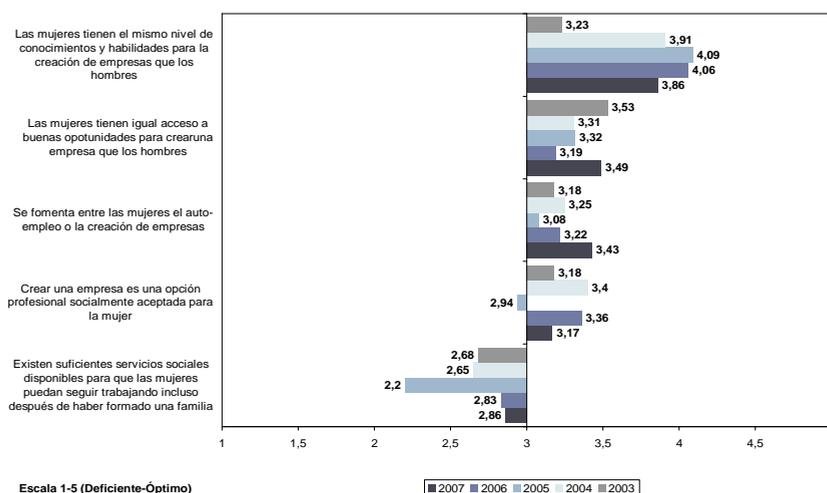
La valoración sobre el apoyo a la mujer emprendedora en Extremadura es positiva y muy similar a la del resto de España. Se considera que las mujeres tienen los mismos conocimientos y habilidades que los hombres y gozan de las mismas posibilidades para acceder a buenas oportunidades a la hora de crear sus empresas. Además, se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de sus propias empresas, siendo esta opción profesional cada vez más aceptada socialmente. Sin embargo, aún se cree que no existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia, aunque esta percepción va mejorando poco a poco.

GRÁFICO 60. Condiciones Apoyo a la mujer emprendedora.

APOYO A MUJER EMPRENDEDORA. Evolución



APOYO A MUJER EMPRENDEDORA. Valoración

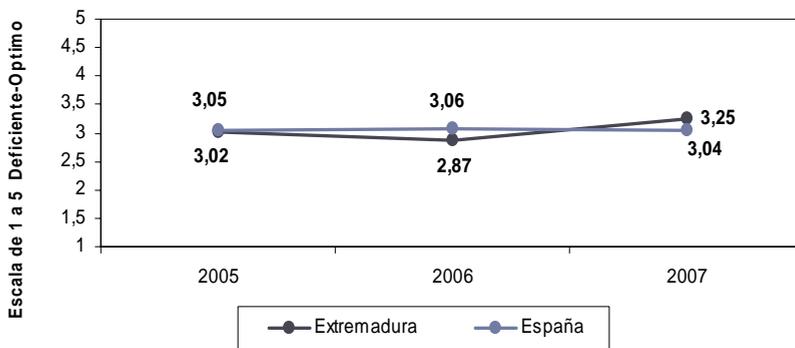


Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo

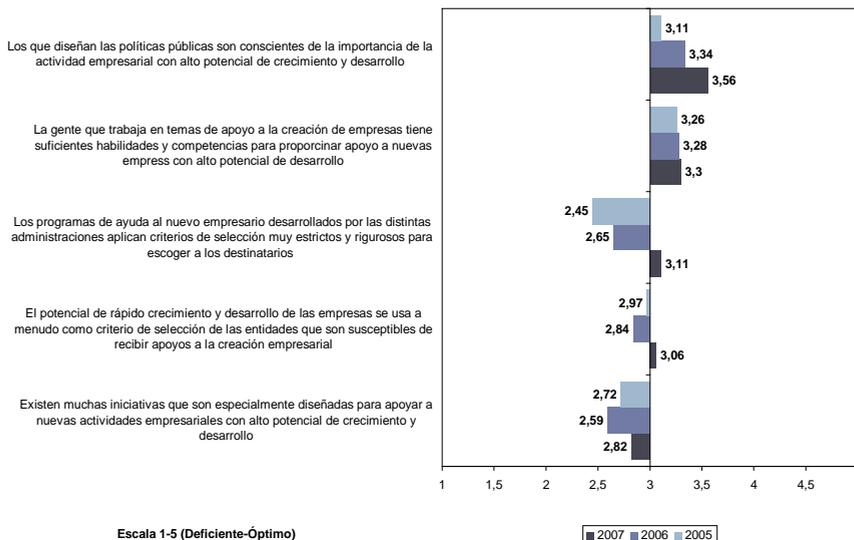
Extremadura se encuentra en una buena situación para impulsar de forma importante la creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo, ya que se dan las condiciones necesarias para ello.

GRÁFICO 61. Condiciones Creación y desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento.

EMPRESAS ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO. Evolución



EMPRESAS ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO. Valoración



Los diseñadores de políticas públicas son muy conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo, considerándolo como un tema prioritario de la política pública de creación de empresas. El alto potencial de crecimiento se utiliza como criterio de selección de las entidades y empresarios que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial, y además, se cuenta con los recursos humanos necesarios, ya que los profesionales que ya se dedican a la creación de empresas tienen las suficientes competencias y habilidades para apoyar a este tipo de empresas. Sólo falta que existan más iniciativas que se diseñen especialmente para apoyar a las nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo.



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

UNA VISIÓN DE LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA EN EXTREMADURA.

¿HACIA DÓNDE?

“Me gustan más los sueños del futuro que la historia del pasado.”

Thomas Jefferson (1743-1809)

*“El hombre cauto jamás deplora el mal presente;
emplea el presente en prevenir las aflicciones futuras.”*

William Shakespeare (1564-1616)

5 AÑOS DE INFORMES GEM (2003-2007)

Autores: Ricardo Velasco / Magalán • José Carlos Díaz Castro • María de la Cruz Sánchez Lemaire • María Victoria Pardoja Jiménez



D^a. María Dolores Serrano González.

Vicepresidenta del Grupo Katry.

Ingeniero Técnico Industrial: Especialidad Electricidad (Universidad de Extremadura). EXPERIENCIA: 1975-1982: - MONTAJES ELÉCTRICOS JOCA, S.A. Funciones: (I) Jefe de Compras, (II) Controller, (III) Recursos Humanos. Desde 1982: - AGROTÉCNICA EXTREMEÑA, S.A. Funciones: (I) jefe de Producción, (II) Jefe de Dpto. de I+D, (III) Directora General. Desde 1990: - VEGENAT, S.A. Funciones: Directora General. Desde 1996: - GRUPO KATRY, S.A. Funciones: (I) Directora de Desarrollos Corporativos, (II Miembro del Comité Ejecutivo. Desde 1992: - ESCUELA NACIONAL DE SANIDAD-MADRID. Funciones: Profesor Colaborador en Formación Continuada de Inspectores de Sanidad del Territorio Nacional. Desde 2003: - SOCIEDAD DE FOMENTO INDUSTRIAL DE EXTREMADURA, S.A. Funciones: Presidenta Ejecutiva. - SOCIEDAD DE GESTIÓN PÚBLICA DE EXTREMADURA, S.A.U. Funciones: Presidenta Ejecutiva. - FOMENTO DE LA INICIATIVA JOVEN, S.A.U. Funciones: Administradora Única. Desde 2007: - GRUPO KATRY Funciones: Vicepresidenta. - VEGENAT, S.A. Funciones: Consejera Delegada. - JOCA INMO Funciones: Vicepresidenta.

“Emprender desde Extremadura. ¿Hacia dónde?”

Badajoz, noviembre de 2008.

El inicio de un proyecto empresarial exitoso, tanto en Extremadura como en cualquier otra región, requiere una visión globalizadora y convincente capaz de anticiparnos las necesidades del futuro, de modo que lleguemos con la mirada más allá del aquí y el ahora del mercado, y seamos capaces de articular las mejores ventajas competitivas, al tiempo que elegimos el rumbo óptimo para alcanzar nuestros objetivos de progreso.

El entorno en el que nos movemos es siempre cambiante y dinámico, por tanto, no es posible establecer parámetros estáticos a la hora de tomar decisiones empresariales. Sin embargo, es imprescindible, mediante un análisis adecuado de la evolución de los factores económicos determinantes, disponer de referencias fiables. Así, la planificación es una herramienta

fundamental para aproximar las decisiones económicas a la metodología científica.

Una vez admitido que la actividad emprendedora es uno de los elementos dinamizadores más importantes en el desarrollo económico, se hace necesario potenciar una cultura emprendedora desde las instituciones educativas primarias hasta la universidad.

Una cultura a favor del emprendimiento que sí se potencia desde la cuna en otros países como Estados Unidos, Inglaterra, Alemania o Japón, casualmente las primeras potencias mundiales en cuanto a creación de empresas se refiere, y que sin embargo no tiene la misma raigambre en Extremadura.

Un reciente estudio de la Universidad de Extremadura, Los intangibles en el desarrollo rural, interrogaba a más de mil estudiantes extremeños de educación secundaria sobre los valores que les eran inculcados. Entre las 6 opciones que se ofrecían, “no tener temor al riesgo montando una empresa” fue la última seleccionada.

Max Weber ya mostró hace un siglo que existe una relación directa entre los valores culturales arraigados en una sociedad y el desarrollo económico alcanzado por la misma. En el último informe GEM encontramos que según el grupo de expertos consultados, las normas sociales y culturales obstaculizan en Extremadura la actividad emprendedora, ya que la sociedad no estimula la innovación, la creatividad, la autosuficiencia, la autonomía, la iniciativa personal y la asunción del riesgo empresarial, cualidades estas imprescindibles para afrontar la actividad emprendedora.

Se hace por tanto imprescindible promover la cultura emprendedora acompañada de la formación de empresarios y gestores en nuevos modelos de gestión y organización que contribuyan al desarrollo de su actividad.

Programas como “De Universitario a Empresario”, puesto en marcha por Fomento de Emprendedores, y cuyo objeto era promover la formación de jóvenes estudiantes para crear empresas, suponen un paso en la dirección correcta para fomentar el ánimo emprendedor en la región.

Pero no debemos caer en la visión simplista de ver qué pueden hacer los demás y no fijarnos en lo que podemos hacer cada uno de nosotros para fomentar esa cultura emprendedora. Citando a John Fitzgerald Kennedy en su famoso discurso de investidura presidencial “no preguntes lo que tu país puede hacer por ti, sino lo que tú puedes hacer por tu país”.

En ese sentido, los empresarios tenemos que convertirnos en modelos de referencia para los jóvenes emprendedores, líderes de la gestión empresarial, iconos del management ético y profesional.

Apuntaba el maestro Ortega y Gasset en su evolución de la teoría deductiva que todos los jóvenes profesionales necesitan un espejo donde verse de mayores, un espejo que refleje el camino a seguir, ¡esa debe ser la tarea del

empresario!: ser un referente de los que están aprendiendo; un ejemplo que les inspire a emprender a los más jóvenes.

Sin embargo, más importante aún que la labor de promoción de una cultura emprendedora, es el acceso al conocimiento y a la información de otras realidades empresariales.

Es por ello, muy importante el enriquecimiento con experiencias empresariales puestas en marcha en otros países a través de redes sociales que permitan poner en común la experiencia de dos emprendedores en puntos diferentes del globo terráqueo, suponen una fuente de enriquecimiento extraordinaria, porque llena de frescura la visión del empresario, y le anima a tomar como referencia otros modelos de éxito diferentes, que le eran desconocidos en su ámbito más cercano.

Cultivar una cultura exogámica de modelos empresariales supone romper con lo conocido y adentrarse en nuevas fórmulas de creación de empresa que serían prácticamente inalcanzables en sociedades cerradas a experiencias foráneas.

Precisamente, en esta cultura de la imitación de otras realidades empresariales, creo sinceramente que las mujeres tienen mucho que aportar. No en vano, las mujeres jóvenes con estudios universitarios están incrementando año tras año su actividad emprendedora, del mismo modo, otros grupos como las amas de casa son capaces de detectar oportunidades y necesidades en su quehacer diario y convertirlas en negocio.

En este sentido, son especialmente interesantes las estadísticas, ya que indican cómo el miedo al fracaso en la mujer empresaria extremeña se ha reducido a la mitad en el último año.

Sin embargo, los jóvenes, los mayores y las mujeres siguen siendo los colectivos más afectados por el desempleo, por lo que deben seguirse aplicando políticas que favorezcan la integración de los mismo.

Instituciones y programas como Fomento de Mercados, Fomento de Emprendedores o el Gabinete de Iniciativa Joven, nacieron con la intención de contribuir a la creación de una red lo más densa posible de apoyo, tanto a los proyectos de emprendedores como a la consolidación y ampliación de las empresas ya existentes.

Creo que este es el camino que tenemos que seguir para conseguir fomentar el desarrollo de nuevas empresas, y que se resume en: apoyo institucional, fomento de la cultura emprendedora, enriquecimiento de nuevas experiencias, acceso al conocimiento y apertura al cambio.

Pero como decía el poeta griego Píndaro: "El viaje empieza en mí". Por ello, merece la pena no olvidar que aunque al final todos debemos ayudar, en la aventura empresarial como en la vida, el éxito requiere ciertos riesgos que sólo el entusiasmo y dedicación personal pueden superar.

**D. Vicente Sánchez-Cano.*****Economista y Empresario.***

Reside en Madrid desde muy joven. Licenciado en CC. Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense, en la cual, también, cursó los dos años de Doctorado. Es Máster en Dirección Comercial y Marketing por el Instituto de Empresa de Madrid. -Jefe Comercial y Director de Oficina del Banco Central en Madrid (1974-77). -Responsable estrategia Banca al por menor y Director Comercial del Banco Exterior de España (1980-88). -Subdirector General Relaciones Externas e Institucionales de Banesto, (con competencias sobre el Grupo Bancario e Industrial). Adjunto al Consejero Delegado de la Corporación Industrial Banesto. Secretario General de la Fundación Cultural Banesto. Subdirector General responsable Área de Racionalización del Gasto (Grupo Banesto). Gerente General y Vocal Junta Directiva de Asociación Deportiva Banesto (1988-2001). -Profesional independiente asesoramiento financiero, comunicación, marketing. Proyectos propios (2002). -Otros cargos: Consejero de Exterior Hipotecario, Gexterior, Meridiana de Aviación, Broker de la Corporación, Corporación Empresarial de Extremadura, Consejo Social Universidad Extremadura, Profesionales Asociados, Unikos de Comunicación, Meta Image (presidente). Comisión Mercado Común y Consejo Promoción Exterior de la CEOE.

“El Futuro Emprendedor de Extremadura”

Madrid, octubre de 2008.

Desde el punto de vista empresarial, la actividad emprendedora podemos contemplarla como una cualidad individual del propietario o directivo de la empresa o como una característica más de la propia empresa que supera el ámbito individual. En ambos casos, definiremos dicha orientación como la capacidad de desarrollar proyectos creativos e innovadores para anticiparse a las iniciativas de la competencia y a las oportunidades del mercado, con objeto de llevar a efecto unas expectativas de éxito, no exentas de riesgo, que debe ser conocido lo mejor posible. Por tanto, la propia definición de capacidad emprendedora comporta: innovación, capacidad de asumir riesgos y actitud proactiva. Íntimamente ligado al concepto de orientación emprendedora

tendríamos los de orientación al mercado y el desempeño empresarial. Por el contrario, la orientación no emprendedora supondría la negación de estos principios y se basaría en la indolente postura de “espera y ver”.

Dicho lo anterior, hemos de manifestar que los elementos que inciden en la iniciativa emprendedora de una economía desfavorecida, como la extremeña, presentan aspectos diferenciados con relación a economías más veteranas o consolidadas. También es de justicia reconocer los importantes logros obtenidos en cuestiones de infraestructura en Extremadura, así como el extraordinario esfuerzo realizado para la convergencia con Europa. Pero los datos son obstinados, y nos sitúan en los últimos puestos de la economía comunitaria europea. Obviamente, uno de los elementos determinantes para el cambio de esta situación radica en el desarrollo y potenciación de la iniciativa o capacidad emprendedora.

Tomando como referencias algunas de las Conclusiones del Informe GEM 2007 para Extremadura, se puede extraer una precisa radiografía de cuáles son los sombreros que amenazan a la economía extremeña, y cuáles pueden ser las consecuencias de las mismas, en el medio y largo plazo, si no se abordan con determinación y firmeza. Nos permitimos esbozar unas pequeñas pinceladas del Informe, remitiendo a su lectura a todo aquel que desee profundizar en estas cuestiones. Se dice en el mismo:

- *“...en estos últimos cinco años existen más oportunidades para la creación de empresas que empresarios que quieran o estén preparados para llevarlas a cabo,...”* → (1.- Falta de actitud emprendedora).
- *“...casi un 47% de la sociedad sigue percibiendo el miedo al fracaso como un obstáculo para crear empresas,... el miedo al fracaso sigue condicionando de forma muy importante las decisiones empresariales.”* → (2.- Aversión al riesgo).
- *“...aún siguen pensando que la mayoría no posee la capacidad de reacción para aprovechar las oportunidades o no tiene la experiencia o la capacidad para organizar los recursos necesarios para crearlas.”* → (3.- Falta de formación y conocimiento).
- *“...mala percepción sobre el tiempo que se tarda y la dificultad que se tiene a la hora de realizar los trámites burocráticos u obtener licencia para iniciar un negocio, viéndose agravado por las barreras que representan los impuestos y tasas que se piden para la creación de la empresa o el crecimiento de la misma.”* → (4.- Dificultades burocráticas).
- *“...los expertos vienen resaltando... las políticas y programas gubernamentales en los primeros lugares como factores de freno.”* → (5.- Las políticas gubernamentales como freno).

Los elementos de diagnóstico que se desprenden de estas conclusiones se recogen entre paréntesis y numerados. Como puede observarse, son trazos de un boceto en el que se atisba un cuadro no muy halagüeño de la capacidad emprendedora de la economía extremeña. Una primera reflexión, al hilo de los

comentarios apuntados, es poner de manifiesto la importancia que tiene, para una economía como la extremeña, una herramienta tan eficaz, como el Informe GEM, para el conocimiento preciso de estos aspectos cualitativos.

Partiendo de esta realidad, hemos de preguntarnos ¿Cuáles son las posibilidades de desarrollo futuro de la iniciativa emprendedora en Extremadura? Entendemos que deberíamos diferenciar entre el corto y el medio-largo plazo, ya que no se trata de un aspecto coyuntural, sino de una cuestión de carácter estructural que afecta profundamente al sistema productivo extremeño. De lo dicho se desprende que las posibilidades de modificar esta situación, en el corto plazo, son muy limitadas, motivo por el cual, consideramos que las acciones a desarrollar deberían ir orientadas hacia un horizonte temporal más largo. A continuación apuntamos algunas líneas de actuación, las cuales están interrelacionadas:

1.- Cultura empresarial: Las famosas circunstancias orteguianas, en el caso de la economía extremeña, tienen pleno valor. Por las condiciones del pasado no existe una cultura y tradición empresarial, como puede haber en otras zonas geográficas, y ello condiciona las capacidades de desarrollo de iniciativas emprendedoras, innovadoras, creativas y con capacidad de asumir riesgos.

2.- Formación y conocimiento: Un elemento muy positivo para el desarrollo de la formación y el conocimiento empresarial ha sido la creación de la Universidad. Se han alcanzado logros muy importantes, en estos aspectos, pero es necesario profundizar en una mayor relación entre el ámbito universitario y el empresarial, para que esos conocimientos académicos tengan en cuenta las necesidades y experiencias de la realidad empresarial, de manera que conocimientos y experiencias se retroalimenten.

3.- Aversión al riesgo: Es una consecuencia directa de esa falta de cultura empresarial. Los acuerdos de colaboración entre el ámbito empresarial y el universitario, para que los estudiantes complementen su formación académica con prácticas empresariales, y los ejecutivos y profesionales completen y actualicen su formación en la universidad son políticas muy eficaces en la superación de estas carencias.

4.- Modelo de desarrollo: La definición de un modelo de desarrollo, por parte de los responsables económicos, sin que suponga la panacea para todos los problemas de la economía, si puede convertirse en un referente, en una hoja de ruta, para coordinar los esfuerzos del sector público y el sector privado, y aunarlos en la misma dirección, al fijar los objetivos hacia los que se deben encaminar los sectores productivos.

5.- Políticas económicas: Deben orientarse a fomentar actitudes emprendedoras, incentivar la creación de nuevos puestos de trabajo para jóvenes, favorecer la creación de riqueza en las empresas, y a desarrollar mecanismos que favorezcan estos comportamientos.

6.- Burocracia: La Administración Pública debe orientarse hacia una estructura equilibrada y profesional con el sector privado, para evitar toda burocracia innecesaria, que pudiera convertirse en un elemento perturbador del desarrollo emprendedor, en lugar de favorecedor.

7.- Políticas sociales: En una sociedad democrática y solidaria, las ayudas y subvenciones a las personas necesitadas, son un elemento de vertebración de la misma. Pero dichas políticas deberán velar por no perder su sentido original, para evitar convertirlas en elemento desincentivador de esa actitud emprendedora.

8.- Financiación: Sin recursos es muy difícil poner en marcha proyectos empresariales. La tradicional postura captadora de pasivo del sistema financiero extremeño, ha ido cambiando en los últimos años, gracias, fundamentalmente, a la actuación de las cajas de ahorro regionales. Pero sigue siendo insuficiente, por lo que es preciso desarrollar políticas favorecedoras e incentivadoras de la inversión.

9.- Canales de comercialización: También se ha avanzado considerablemente en la comercialización de la producción extremeña, que en tiempos pasado era comercializada por otras comunidades, perdiendo la parte más sustancial del valor añadido del proceso productivo. El desarrollo profesional de canales de comercialización y de distribución de los productos extremeño es otro elemento parejo al fomento de iniciativas emprendedoras.

10.- Principios y valores: La ética y el espíritu puritano de los protestantes, con su amor al trabajo, honradez, ahorro y un apego permitido a lo material, alumbró el espíritu del capitalismo, según Max Weber. Esos valores han perdido la fuerza que tuvieron en la sociedad occidental, sin que se hayan sustituidos por otros. Esta puede ser otra de las grandes aportaciones de esa interrelación Empresa-Universidad, a la que nos hemos referido, la definición y desarrollo de los valores y principios que, en la sociedad actual, deben sustentar la actitud emprendedora.

Este decálogo de cuestiones estructurales es una aproximación a lo que entendemos podría ser la senda por la que se debería caminar en la potenciación y desarrollo de las actitudes emprendedoras, en el contexto de la economía extremeña.



D. José Marcelo Muriel Fernández.

Ingeniero y Alto Directivo.

Ingeniero Industrial por la Escuela Superior de Ingenieros Industriales de Sevilla. Diplomado en Gestión y Administración de Empresas, por la Universidad Complutense de Madrid. Miembro del Pleno de Cámara de Comercio de Cáceres en los periodos 1976 al 1986 y 1991 al 2002, siendo Vicepresidente de la misma entre 1982 y 1986. Presidente de la Asociación para la Promoción de la Calidad en Extremadura del año 1994 al 2000. Secretario de Colegio Oficial de Ingenieros Industriales de Extremadura de 1986 a 2002. Socio fundador y miembro del Patronato de la Fundación Cáceres Capital Director de la División de Piezas Moldeadas para el Automóvil del Grupo Hutchinson. Director Gerente de CATELSA Cáceres S.A.

“Hacia adelante”

Cáceres, diciembre de 2008.

Después de cuatro siglos de aislamiento geográfico y económico, Extremadura tiene ante sí un futuro lleno de posibilidades.

Tres factores han coincidido en los últimos años que vienen a apoyar la afirmación contenida en el párrafo anterior; el primer factor ha sido la incorporación de España en la Comunidad Económica Europea, el segundo la organización política en Comunidades Autónomas y la tercera la creación de la Universidad de Extremadura.

La incorporación a la Comunidad Económica Europea de España y Portugal ha supuesto la apertura de nuestra Región hacia el mundo; si España en general se fue encerrando en sí misma a partir del siglo XIX con la pérdida progresiva de las Colonias y de su papel preponderante en el mundo, Extremadura quedó aún más enclaustrada entre las fronteras naturales y políticas que la rodeaban; la Sierra de Gredos por el norte, Portugal por el oeste y Sierra Morena por el Sur. Las ayudas recibidas de la CEE, pero aún más las posibilidades de intercambios de todo tipo que esta incorporación a un

mercado diez veces superior, pone a disposición de los extremeños un abanico de posibilidades que hasta ahora se nos había negado.

La organización política por Comunidades Autónomas, pone en manos de los propios extremeños la capacidad de tomar decisiones estratégicas que potencien los recursos y las iniciativas que puedan surgir, dándonos la oportunidad a la vez que la responsabilidad, de poder priorizar líneas de actuación que van a condicionar nuestro futuro.

Finalmente la Universidad de Extremadura, supone la oportunidad de dar un salto histórico en el nivel medio de formación del pueblo extremeño. Hasta hace pocos años los extremeños teníamos que salir a Salamanca, Madrid o Sevilla para realizar los estudios universitarios y la mayor parte se quedaba fuera de Extremadura para desarrollar su vida profesional. La facilidad actual para la realización de los estudios superiores, más las posibilidades de investigación que la Universidad representa, constituyen una base muy importante para poder plantear un desarrollo económico y social muy prometedor para esta Región.

Los tres factores anteriormente citados son en sí mismo condiciones necesarias, aunque no suficientes para plantearse de forma muy positiva el futuro de Extremadura, pero falta un cuarto factor que sirva de catalizador y encauce todas estas potencialidades hacia una "Visión común", de la misma forma que a lo largo del siglo XVI el pueblo extremeño supo aprovechar las oportunidades que surgieron con el descubrimiento de un "nuevo mundo", de alguna forma habría que conseguir que se generaran de nuevo ilusiones de aventura en este nuevo momento histórico de apertura en todos los sentidos, y que estos nuevos retos hicieran que los extremeños no se conformaran con lo que son y lo

que tienen actualmente y se empeñaran, como ya lo hicieron en aquella época, en dar un salto importante en su devenir. Para ello hay que infundir ilusión y confianza, y sobre todo, no caer en la fácil tentación de aprovechar las ayudas que nos llegan, para subsidiar con la "sopa boba" a los extremeños; esa actitud supondría anestesiar las potencialidades y perder una oportunidad histórica de dar un salto importante.

El momento de crisis económica que estamos viviendo, viene a añadir un elemento perturbador en ese proceso de "incentivación hacia la acción", que necesita el pueblo extremeño; se puede caer en la tentación de dudar que es fomentando las iniciativas individuales y la asunción de riesgos, la forma adecuada de impulsar a Extremadura hacia delante y concentrar exclusivamente los recursos en paliar los efectos de la crisis aumentando la subsidiación aún más. De nuevo se siente la necesidad de tener clara esa "visión común" para conseguir convertir las dificultades en oportunidades y estas sirvan para afianzar aún más la convicción de que para conseguir algo importante, es necesaria una dosis de esfuerzo y de sacrificio.

Después de un periodo de sobreabundancia es difícil vender ideas de esfuerzo, por que las cosas se han tenido de forma excesivamente fácil; los jóvenes, sobre todo, solamente han conocido ese periodo de bonanza y no

tienen interiorizados el valor del esfuerzo que hay que realizar para conseguirlas. La tendencia natural de los extremeños que acompañaban a Pizarro era la de volver a Nueva España, a la vista de las dificultades que encontraban, por eso tuvo que quemar las naves y ponerles ante la alternativa de asumir los esfuerzos que una difícil misión siempre lleva consigo.

Las bases, como hemos visto, existen, como antes nunca habían existido, las oportunidades están fuera esperando a los más audaces, sólo queda saber transmitir a los extremeños que su futuro lo tienen que hacer cada uno de ellos, profundizando en los terrenos para los que estén mejor preparados y ayudar, sobre todo, a aquéllos que no se conformen, asuman riesgos y realicen sacrificios.



D. Diego Hidalgo Schnur.

Empresario y Emprendedor Social.

Presidente de FRIDE, Fundador del Club de Madrid y del Centro internacional de Toledo para la Paz; Presidente de DARA Evaluación; Presidente y Fundador de la Fundación Los Santos de Maimona; Consejero de la Comisión de las Naciones Unidas Legal Empowerment of the Poor; Miembro Fundador y Senior Fellow de la Fundación Gorbachov de Norteamérica; Miembro del Comité Asesor del Weatherhead Center for Internacional Affairs de la Universidad de Harvard; Miembro del Consejo de Administración del Grupo PRISA, de SOGECABLE y de la SER y miembro de la Comisión Ejecutiva de PRISA y SOGECABLE; Fundador del European Council for Foreign Relations.

El futuro de Extremadura: ¿Hacia dónde?

Boston, diciembre de 2008.

En un entorno mundial de crisis económica muy severa, en el que España está siendo especialmente castigada, Extremadura se encuentra, al llegar 2009, en una gran encrucijada. No sabemos, a la hora de escribir este modesto artículo, cuando y a qué nivel vamos a “tocar fondo”.

En un Manifiesto escrito con mi hijo Diego Hidalgo Demeusois publicado en la Cuarta de El País⁴⁰ y difundido en el resto de la prensa española describía la ya mala situación de competitividad de España que condiciona el futuro desarrollo de Extremadura, y esbozaba las posibles soluciones, todas ellas basadas en factores en los que Extremadura tiene una gran ventaja comparativa dentro de España. Todas las referencias a España son aún más relevantes para Extremadura. Reproduzco la sección sobre empleo y competitividad.

“El debate sobre lo que España debe hacer para poder competir en un mundo cada vez más globalizado es imperativo y urgente por muchas razones.”

⁴⁰ “Crispación y el Futuro de España”. Diario El País, fecha .

Primero, no podemos presumir de ser competitivos en el mundo. A pesar de habernos convertido en la octava economía del mundo, logro del que podemos estar legítimamente orgullosos, estamos cada vez más lejos de poder competir con éxito como muestra la tabla siguiente:

Índice (2007/2008)	Nuestro ranking en el mundo
Competitividad (WEF)	29 (de 131)
Competitividad en IT (EIU)	24 (de 61)
Competitividad en Europa (Fundación Orange)	24 (de 28)
Competitividad (IMD World Yearbook)	30 (de 55)
Competitividad (Connectivity Scorecard)	13 (de 16)
Facilidad para iniciar una empresa (Banco Mundial)	118
Expedición de licencias (B.M.)	46
Flexibilidad del mercado laboral (B.M.)	154
Cumplimiento de contratos (B.M.)	55

Segundo, nuestras locomotoras de crecimiento del pasado están agotadas y necesitamos una dirección para evitar caer en una situación de desempleo masivo (hace 15 años llegamos a tener más de un 25%) que sería ahora aún más grave considerando el aumento de la población activa y el flujo de inmigrantes en los últimos años. Tras la base agrícola y la nefasta autarquía de los años 40 y 50 del siglo pasado con una política de sustitución de importaciones, España fue un país de mano de obra barata donde se desarrollaron industrias como el textil y el calzado; posteriormente se desarrolló la metalmecánica y la industria automóvil.

El gran crecimiento provino del desarrollo de industrias como el textil y el calzado, la metalmecánica o el automóvil, y, posteriormente del turismo de masas y el desarrollo del sector servicios tanto en grandes empresas como en PYMES. En los últimos años, la gran "locomotora" ha sido la industria de la construcción, que ha ya empezado a dar señales de desaceleración y agotamiento mientras el "boom" inmobiliario ha sido contraproducente por crear una burbuja nociva para la economía, y ha caído en picado ¿Qué sectores-clave pueden representar un futuro sostenible para España?

Tercero, el futuro mercado de trabajo determina a su vez la educación que debe impartirse ahora para que los niños y jóvenes adquieran conocimientos que les permitan integrarse mejor en la economía y la sociedad y no se encuentren con que su bagaje educativo no les permita encontrar trabajo. Sin embargo ninguno de los dos hemos oído no ya debates sino incluso opiniones de los políticos sobre nuestras dos preguntas: ¿Qué sectores clave pueden representar un futuro sostenible para España? ¿Cuáles son las ventajas comparativas de nuestro país y cómo puede utilizarlas?

¿Cómo debemos apoyar estos sectores con una verdadera política de Estado (a largo plazo y no de gobierno cuatrienal)? (estas preguntas están obviamente vinculadas a las que se abordan en el capítulo sobre educación) ¿Dónde deben ponerse los incentivos a la inversión? El objetivo de este manifiesto no es contestar exhaustivamente a todas estas preguntas, sino más bien centrar el debate sobre estos temas que nos parecen fundamentales. Sin embargo, se pueden sugerir ideas que podrían constituir la base del debate y consenso mencionado en la introducción.

Todo lo que contribuya a traer a España a personas cualificadas y que puedan aportar su experiencia es positivo. En este caso, dadas las ventajas que tiene España en una UE cada vez más abierta y con más movilidad y en un mundo globalizado, un sector-clave entre otros, podría el "turismo inteligente":

- Por un lado, nuestra calidad de vida es una de las mejores de Europa, y a medida que los "baby-boomers" europeos van jubilándose, es probable que cada vez más quieran retirarse en países como España que podría convertirse en una "sun-belt" europea (que ya lo es de un cierto modo). Pienso que a pesar de su falta de acceso al mar Extremadura podría postularse como residencia ideal para jubilados europeos. Esto podría contribuir a desarrollar el sector médico, paramédico y el trabajo social. España está dotada de una medicina avanzada, especialmente en geriatría, y también es competitiva en la formación de enfermeras. Naturalmente debemos adaptarnos para que esta población no represente un peso más sobre nuestro sistema de salud, sino que sea una oportunidad para desarrollar servicios.

- Por otro lado, en los próximos años y décadas, en cuanto la economía mundial se recupere de la crisis financiera actual, el turismo asiático debería dispararse. Ya lo hizo cuando Japón comenzó a despuntar, y debería multiplicarse exponencialmente al aumentar las clases medias en China e India no sólo en tamaño sino eventualmente en poder adquisitivo con una previsible revalorización del Yuan y de la Rupia. El turismo asiático no está interesado en sol y la playa sino en espacio, paisaje, patrimonio y cultura.

- Se podría así reinventar el turismo español, y privilegiar un turismo limpio, respetuoso del medio-ambiente, de lujo etc. aprovechando el enorme capital cultural y arquitectónico español. Además, existen regiones patrimonialmente ricas y aun poco turísticas, como Extremadura. Y el turismo, a diferencia con la industria, se exporta sin deslocalizarse. Está claro que para ser competitivos en

este sector, la preservación del patrimonio cultural y el desarrollo y mantenimiento de infraestructuras son esenciales y también generan empleos.

Una comisión de "sabios" podría identificar centros de excelencia en nuestros científicos y en nuestras universidades, empresas y ONGs que puedan servir de base a desarrollos tecnológicos pioneros (desde nuestra sesgada óptica podemos poner como ejemplos entre miles el Centro de Cirugía de Mínima Invasión cuyo origen está en la Facultad de Veterinaria en la Universidad de Extremadura o el modelo de desarrollo económico, cultural y social puesto en marcha por la Fundación Maimona.

Las PYMES constituyen una gran parte del tejido empresarial de Extremadura. En el futuro inmediato en el que va a haber una gran recesión y contracción del consumo, es importante que las pequeñas y medianas empresas se embarquen en planes de austeridad y contención de gastos para que una gran mayoría de ellas consiga sobrevivir a la crisis. Además de este plan de reducción o congelación de gastos muchas de ellas necesitarán el apoyo del sistema financiero. El apoyo público masivo que van a recibir las instituciones bancarias debe ir acompañado de resortes e incentivos para extender crédito a las empresas que se consideren viables a medio y largo plazo, para ayudarles a superar la crisis, considerando también posibles inversiones de bancos y cajas en los fondos propios de las empresas.

Obviamente las empresas en las que la elasticidad de la demanda es menor tendrán más armas para sobrevivir; otras, como las comerciales y turísticas tendrán más problemas y requerirán una mayor atención. Algunas cesarán su actividad pero podrán reanudarla más adelante.

A largo plazo, los sectores con futuro requieren desarrollar aún más Extremadura como modelo de calidad de vida, gastronomía, respeto al medio ambiente y gran región de turismo exterior e interior, además de otros esbozados en el Manifiesto, como trabajo social, refuerzo de las capacidades creativas informáticas, desarrollo de energías renovables, impulso a los centros de excelencia que existen en la UNEX, y extensión del modelo creado por Alejandro Hernández y el patronato de la Fundación Maimona. La orientación del sistema educativo debe seguir a ese probable mercado de trabajo del futuro.

La enseñanza para el siglo XXI requiere cinco características para ser eficaz: (a) creatividad, b) destreza en medios de comunicación; c) cultura general, d) aprendizaje en resolución de conflictos, y e) saber trabajar en equipo. La Junta de Extremadura ha desarrollado de manera extraordinaria el sector de la informática, la innovación, creatividad y nuevas tecnologías: Esto va a constituir una extraordinaria base para el futuro.

Análisis de tendencias y aproximación de escenarios futuros

¿Hacia dónde se encamina la actividad emprendedora en Extremadura?

Se hace difícil tratar de avanzar o pronosticar en una situación de crisis económica global como la actual¹ hacia dónde se encaminará la actividad emprendedora en los próximos años. No obstante, a partir de los datos obtenidos en la región en el período estudiado (2003-2007) trataremos de descubrir las tendencias y los factores estructurales en la actividad emprendedora en Extremadura.

La actividad emprendedora en Extremadura se ha mantenido durante estos años en una situación bastante notable en comparación con otras regiones españolas, sustentada fundamentalmente por las iniciativas empresariales llevadas a cabo para aprovechar una oportunidad de negocio más que por la necesidad de tener que llevarlas a cabo ante la falta de alternativas para trabajar. Además, las TEAs se han mantenido bastante estables, fluctuando en una banda no mayor de 1,4 puntos porcentuales, con variaciones no superiores al 20% de un año a otro.

En esta situación, la línea de tendencia general para el futuro se adivina claramente hacia un alza moderada, como nos muestra el gráfico 3. No obstante, el cambio del contexto económico internacional y nacional, parecen indicarnos que esta tendencia se verá invertida, manteniendo las tasas de creación de nuevas empresas dentro de lo que viene siendo habitual en estos últimos años.

Por tanto, en este tiempo, las tasas por oportunidad han crecido mientras que las de necesidad han disminuido. Las zonas rurales han aumentado sus oportunidades de negocios frente a las zonas urbanas y parece que en un futuro seguirán ofreciendo más oportunidades, incluso frente a la necesidad. Creación de empresas motivada por necesidad que, a pesar de haberse moderado en el último año, aún sigue teniendo una media (1,04%) superior a la de España (0,83%) y a la de Europa GEM (0,91%), como observamos en el gráfico 39, lo que nos lleva a esperar, que en este cambio de tendencia motivado por la crisis, sufrirá un incremento paulatino.

Por tanto, parece que los descensos en la actividad emprendedora, en un futuro inmediato, podrían venir por la vía del menor aprovechamiento de oportunidades, que serían compensados sólo en parte, por mayores tasas de creación de empresas por necesidad.

Tan importante como la existencia de oportunidades es que la sociedad perciba estas oportunidades de negocio. En este sentido, el clima económico, político o social que vive el país, ciertamente incide negativamente en la percepción que tiene la población sobre la existencia de buenas oportunidades para crear una empresa, ya que el porcentaje de percepción de oportunidades en España ha venido decreciendo desde el año 2002 (42%), y se ha empeorado desde el 2004 (37,18%). Como nos mostraba el gráfico 40, el

descenso sufrido desde el año 2000 es ya del 47,92%, habiéndose empeorado sustancialmente en los tres últimos años con una bajada del 35,90%. No obstante, esta tendencia nacional negativa se ha visto muy atenuada en Extremadura, ya que el 35,57% de la población seguía percibiendo buenas oportunidades de negocio entre los meses de julio y diciembre de 2007, frente al 25% de la media española. Esta panorámica de cierto optimismo por parte de la población extremeña, se ha visto refrendada por la opinión dada por los expertos sobre los cinco últimos años, ya que han venido expresando que desde hace 5 años, cada vez más parecen existir muchas y buenas oportunidades para la creación de empresas, excepto para las empresas de rápido crecimiento, faltando tan sólo empresarios que las llevaran a cabo, ya que no resulta nada fácil explotarlas.

En cuanto al desglose de la actividad emprendedora, la tendencia observada en estos 5 años nos dice que, ya sea por unos motivos u otros, los empresarios potenciales seguirán creciendo, mientras que habrá menos empresas nacientes (0-3 meses) que inicien su actividad y las empresas nuevas (3-42 meses) serán las que sustenten la mayor parte del valor de la actividad emprendedora. Por otra parte, se prevé un descenso del número de empresas establecidas y que suba el porcentaje del número de empresas que cierran su actividad, ajustándose más a los valores medios de España, que en los cinco últimos años estaban en el 1,26% de media frente al 0,99% de Extremadura. Esta subida en el cierre de negocios se puede acentuar más ante la crisis, ya que los problemas financieros han sido los aducidos con mayor frecuencia (28,53%) por los empresarios que han cerrado sus empresas en Extremadura durante los tres últimos años.

Hasta ahora, la actividad emprendedora viene teniendo un marcado carácter masculino, y en Extremadura, también se manifiesta esta diferencia (63,66% vs. 36,34%), aunque menos que en el resto de España y Europa, que tienen ratios de participación femenina menores (0,59 vs. 0,52 y 0,49). No obstante, a corto plazo no parece que vaya a modificarse esta situación, ya que en los últimos cinco años, mientras que la actividad emprendedora de los hombres ha crecido un 7,25%, la de la mujer ha disminuido un 2,46%. Los hombres han basado su crecimiento en la oportunidad (14,42%), mientras que las mujeres han visto disminuir su actividad debido al descenso de la necesidad (49,06%), a pesar de haber tenido tasas por oportunidad que han crecido un 18,04%. Es más, quizás esta diferencia entre ambos sexos se vea incrementada, ya que si decimos que en las zonas rurales se está emprendiendo más, y se seguirá haciéndolo, por oportunidad, y los hombres emprenden más en estas zonas (32,64% vs. 29,9%), frente a las mujeres que lo hacen más en las zonas urbanas (23,96% vs. 13,48%); podemos deducir que la brecha pueda abrirse aún más. Si bien es cierto, que el incremento de las iniciativas empresariales femeninas motivadas por la oportunidad, junto a la necesidad y la creciente formación, sobre todo universitaria, de las mujeres empresarias, puede hacer que exista un desplazamiento de éstas hacia las zonas donde existan más oportunidades, como son las zonas rurales.

En cuanto a los rasgos socioeconómicos de los empresarios, podemos decir que, en un futuro inmediato, no parece que las tendencias encontradas en los últimos años vayan a cambiar mucho.

Así, parece que se mantendrá la edad media de los empresarios en torno a los 39 años, emprendiéndose más en la franjas de edad comprendidas entre 25 y 44 años, tanto por parte de los hombres como de las mujeres, aunque es posible que los grupos más representativos sean cada vez más jóvenes.

También se puede apreciar una cierta tendencia en los últimos años que viene marcada por el aumento de hombres que emprenden sin estudios o con un nivel primario, quizás debido a la necesidad, y un aumento del número de universitarios, sobre todo mujeres, que toman la vía empresarial para desarrollar su profesión. Ésta puede ser una cuestión crucial en un futuro próximo, debido a la mejora del capital humano empresarial de la región.

En cuanto al nivel de renta de los empresarios podemos decir que en los últimos años, a pesar de que predominan ligeramente los empresarios con niveles de rentas bajas y medias, también ha habido un cuarto de ellos que iniciaron la empresa contando con niveles de ingresos más altos. No obstante, la mala situación económica seguramente haga que en el futuro vayamos encontrado más empresarios entre los dos niveles primeros.

La empresa extremeña se ha venido constituyendo con un tamaño inicial muy pequeño, por uno o dos propietarios, que poseen la totalidad de la propiedad del capital en más de la mitad de los casos (55,85%). Sin embargo, ya se viene observando cierta tendencia a constituir las con más socios y más capital en propiedad, aunque este aspecto ha disminuido fuertemente en el último año.

Es previsible que si la situación económica se alarga en el tiempo y empeora, la falta de trabajo y la escasez de recursos financieros hagan que las personas unan esfuerzos y recursos económicos para llevar a cabo pequeños proyectos de inversión o subsistencia, que seguirán estando orientados en mayor medida hacia el consumidor o al sector transformador, y en menor medida, hacia las empresas o al sector extractivo.

Por otro lado, la innovación de las empresas extremeñas parece seguir una senda adecuada, en cuanto que viene subiendo el porcentaje de empresas que estiman que todos sus clientes considerarán a sus productos como nuevos, y que ha crecido el número de empresas que esperan no tener ninguna competencia para sus nuevos productos y/o servicios. No obstante, los datos que podemos extraer de la evolución de este periodo no nos dan indicaciones fiables sobre si hay más empresas hoy que accedan a nuevas tecnologías que en el pasado.

También, la exportación sigue una tendencia positiva, aunque puede que se vea afectada en breve por la situación internacional.

En cuanto a la financiación de la empresa, la tendencia nos indicaba que hoy se necesita más capital para arrancar el negocio que hace unos años, se

aporta más capital propio por parte del empresario (78,9% vs. 94,48%) y los capitales mínimos y máximos necesarios e invertidos son mayores.

Por otro lado, las tendencias lineales nos indican que, cuando los empresarios necesitan financiación ajena, acuden menos que hace unos años a las entidades financieras y a las ayudas gubernamentales, y algo más, a los inversores informales. No obstante, debido a los altibajos en los datos que se han producido en los últimos años, las tendencias pueden cambiar bruscamente en el futuro. De hecho, las restricciones del crédito para empresas y particulares que se han producido en los últimos meses (año 2008 y 2009), sin duda repercutirán de forma importante en las fuentes de financiación de los futuros y nuevos empresarios. Quizás las ayudas gubernamentales y los inversores informales cobren mayor importancia, aunque probablemente, en este último caso, la inversión media realizada por el inversor informal no supere los 13.038 € de este quinquenio.

Al analizar la evolución del empleo que crean las empresas jóvenes, observamos que han crecido las iniciativas de autoempleo (5,76%), previéndose que sigan subiendo con respecto a 2003. En cambio, disminuyen (1,53%), y se espera que sigan haciéndolo, las que generan empleo o esperan generarlo en los próximos años. De todas formas, todas las previsiones sobre la evolución del empleo se han visto desbordadas ante el agravamiento en los últimos meses de la situación económica y la destrucción masiva de puestos de trabajo. No obstante, no es mucho aventurar que, si como hemos mencionado anteriormente, la necesidad va a cobrar mayor importancia como motivación empresarial, muchas más iniciativas se pondrán en marcha para auto-emplear exclusivamente a sus promotores, siendo más difícil encontrar iniciativas que generen empleo.

Las condiciones del entorno empresarial en el que se desenvuelven las empresas en Extremadura han venido evolucionando y nos revelan ciertas tendencias para el futuro. De las catorce condiciones medidas, ocho han mejorado, dos permanecen igual (una positiva y otra negativa) y cuatro empeoran sus valores.

Tienen tendencias positivas: las políticas gubernamentales globales, el acceso a la infraestructura física, el apoyo a la mujer emprendedora, la infraestructura comercial, en cuanto a coste, calidad y acceso, la apertura del mercado interior, en lo referente a barreras de entrada y el apoyo al crecimiento de empresas (sólo tres años de medición). Han mejorado también, aunque no han conseguido tener aún valores positivos, la educación y formación para la actividad emprendedora en enseñanzas superiores, el apoyo financiero y las normas sociales y culturales orientadas hacia la creación de empresas.

Tienen tendencias negativas: la protección a los derechos de propiedad, las políticas gubernamentales (burocracia, trámites, leyes,...), la transferencia tecnológica e I+D y la educación y formación en espíritu emprendedor en primaria y secundaria.

Con una tendencia estable y valoración positiva: el apoyo y medidas de los programas gubernamentales a las nuevas empresas.

Con una tendencia estable y valoración negativa: la capacidad de reacción del mercado interno.

Por último, ante los retos que se avecinan para la actividad emprendedora en estos tiempos de crisis, cabría preguntarse ¿cómo responderán los extremeños?: ¿querrán afrontar estos retos?, ¿sabrán hacerlo?, ¿serán capaces de ver hacia dónde han de encaminarse?

Evidentemente, nadie sabe lo que sucederá en un futuro y hacia dónde se orientará la actividad emprendedora en la región, pero aún nos quedan en la recámara algunos datos que nos pueden acercar a estas respuestas.

Así, podemos decir, que ya desde el 2003 los extremeños tenían la suficiente motivación para afrontar los retos que conlleva iniciar nuevos proyectos empresariales, y desde entonces para acá, dicha motivación ha crecido un 15,82%. Si bien es cierto, que la sociedad extremeña aún no tiene los suficientes conocimientos y habilidades necesarias para afrontar la puesta en marcha y desarrollo de un negocio, el conjunto de éstos también ha crecido en este periodo (16,03%), e incluso, ya sí se encuentra bastante gente capacitada para dirigir una pequeña empresa (3,36), lo que no sucedía en 2003 (2,46). Además, los expertos extremeños consultados vienen percibiendo en los últimos cinco años buenas oportunidades de negocio, y aunque las percibidas por el resto de la población han venido disminuyendo en estos años, aún están un 42,28% por encima de las de la media nacional.

Todo esto nos hace ser un tanto optimistas frente al futuro, ya que el extremeño está dispuesto y motivado para asumir los retos empresariales, cada vez está más preparado para llevarlos a cabo, aunque aún le queden conocimientos y habilidades por aprender, y es capaz de descubrir buenas oportunidades de negocios que le acerquen al éxito.

A MODO DE EPÍLOGO

Respecto a la crisis económica global que padecemos, y que afecta, como es natural, a los indicadores económicos, incluyendo al GEM, desde el equipo GEM Extremadura tenemos claro lo siguiente:

- Los emprendedores desafían los sentimientos negativos que la crisis global genera.
- Los emprendedores pueden cambiar el panorama en tiempos de recesión económica.
- Son tiempos provocadores para la investigación en Creación de Empresas.
- Parece que, en Extremadura, hay más expectativas que emprendedores decididos a llevarlas a cabo.

Como señala el Dr. Eustaquio Sánchez Salor en este mismo libro... “El extremeño, cuando en su lugar no ha podido emprender acciones a favor de su bienestar, ha “emprendido” el camino de lugares en los que podía encontrar medios para ese bienestar. Y cuando en su lugar ha tenido posibilidades, las ha aprovechado y desarrollado.”

Por otro lado, Extremadura ha experimentado un cambio extraordinario en los últimos 10 años⁴¹ y tiene unas expectativas muy interesantes, como señalan Tamames et al. (2008), tanto por las relaciones con Portugal, como por el hecho de la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, en sectores diversificados. Es la primera vez que Extremadura cuenta con un empresariado en el que ya no es prevalente lo agropecuario, sino que se sitúa en relación más dinámica con la industria, el conocimiento y los servicios. Ésta es la gran oportunidad, en la sociedad del conocimiento, de reorientar el modelo económico de Extremadura, para ser sostenible, en todos los ámbitos y competitivo a nivel mundial.

En definitiva, es el momento de hacer *otra Extremadura*.

⁴¹ Según Funcas 2008, Extremadura creció un 14'75% desde el año 2000 hasta el año 2007, siendo el segundo más importante de España.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Capital semilla: Cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa. Constituye la inversión necesaria para cubrir los costes de creación de la empresa, compra de activos y capital de trabajo hasta alcanzar el punto de equilibrio, es decir, el momento a partir del cual la empresa ya genera suficientes ingresos como para cubrir sus costes.

Empresa naciente: También denominada empresa de reciente creación o *start-up*, hace referencia a la empresa de nueva creación que lleva un período de actividad no superior a los 3 meses. La tasa de actividad naciente se calcula como el porcentaje, respecto a la población adulta (individuos comprendidos entre los 18 y 64 años) de empresarios involucrados en empresas nacientes.

Empresa nueva: También denominada empresa bebé o *baby business*, se refiere a la empresa que lleva funcionando durante un período de actividad comprendido entre 3 y 42 meses (3,5 años). La tasa de actividad nueva se calcula como el porcentaje, respecto a la población adulta (entre 18 y 64 años), de empresarios involucrados en empresas nuevas.

Empresa consolidada o establecida: Hace referencia a la empresa que lleva operando durante un período de actividad superior a los 42 meses (3,5 años). La tasa de actividad consolidada se calcula como el porcentaje, respecto a la población adulta (entre 18 y 64 años), de empresarios involucrados en empresas consolidadas.

Empresario por necesidad: Aquellas personas que crean una empresa motivadas por la ausencia de una alternativa mejor a la falta de una alternativa laboral más adecuada o inducidos por las circunstancias.

Empresario por oportunidad: Aquellas personas que crean una empresa motivadas por la identificación, reconocimiento, desarrollo y explotación de una oportunidad única de negocio.

Empresario potencial: Adulto (entre 18 y 64 años) que piensa llevar a cabo una actividad emprendedora en los próximos 3 años.

Entrepreneurship: Término anglosajón de difícil traducción al español, que define el programa de investigación científica que estudia al empresario, la función empresarial y la creación de empresas, y que por razones de brevedad, podemos denominar simplemente como “creación de empresas”, como menciona el profesor Veciana (1999).

Inversor Informal: También denominado *business angel*, hace referencia a aquél agente que aporta fondos propios para financiar la puesta en marcha de un negocio ajeno, incluyendo tanto al que sólo financia la creación como al que además tutela el desarrollo de la nueva empresa. En sentido más estricto, una Red de Business Angels (*Business Angel Network*, BAN) es una organización

cuyo objetivo es el de acercar empresas pequeñas y medianas en crecimiento a inversores privados informales (*business angels*).

Tasa de actividad emprendedora total (TEA): También denominada tasa de actividad *early stage* o *Total Entrepreneurial Activity*, y se calcula como el porcentaje, respecto a la población adulta (entre 18 y 64 años), de empresarios involucrados en empresas que lleven funcionando durante un período de actividad inferior a 42 meses (3,5 años). Este indicador aglutina a la tasa de actividad nueva y a la tasa de actividad naciente, por lo que para realizar su cálculo definitivo, se eliminan las duplicidades que puedan producirse en cuanto a aquellas personas adultas que estén implicadas al mismo tiempo en las dos tipologías de empresa (naciente y nueva).

Tasa de cierre de negocio: Porcentaje de individuos entre 18 y 64 años que ha disuelto en los 12 meses anteriores alguna actividad empresarial que venían dirigiendo y de la que eran propietarios.

ÍNDICE DE GRÁFICOS, FIGURAS, TABLAS.

GRÁFICO 1.	Comparación de la Actividad Emprendedora Total en los países GEM en el período 2003-2007. TEA media (2003-2007). Países que han participado cuatro o cinco años.....	63
GRÁFICO 2.	Relación de dependencia del TEA respecto al nivel de desarrollo de los países y regiones españolas GEM 2007.....	64
GRÁFICO 3.	Comparación TEAs GEM, Europa, España para 2000-2007 y Extremadura 2003-07.....	65
GRÁFICO 4.	Extremadura en la España GEM (TEA 0307). Regiones que han participado tres o más años.....	66
GRÁFICO 5.	Evolución de las regiones en función del TEA GEM (TEA 0307).....	67
GRÁFICO 6.	Evolución de la TEA de las áreas, zonas y provincias de Extremadura.....	70
GRÁFICO 7.	Evolución de las Iniciativas nacientes, nuevas y en función del género.....	72
GRÁFICO 8.	Desglose de la actividad emprendedora. Media (2003-2007).....	73
GRÁFICO 9.	Evolución de las empresas potenciales, nacientes, nuevas, establecidas y cierres de negocios. Período 2003-07.....	74
GRÁFICO 10.	Porcentaje de Negocios Cerrados (7/2003-7/2007).....	75
GRÁFICO 11.	Evolución porcentual por sexo. Período 2003-2007.....	85
GRÁFICO 12.	Evolución porcentual por edad. Período 2003-2007.....	87
GRÁFICO 13.	Evolución porcentual del nivel de estudios por sexos. Período 2003-2007.....	89
GRÁFICO 14.	Evolución del nivel de renta. Período 2003-2007.....	90
GRÁFICO 15.	Evolución porcentual por áreas y sexo.....	91
GRÁFICO 16.	Evolución porcentual por zonas, sexo y año.....	92
GRÁFICO 17.	Evolución porcentual por provincias, sexo y año.....	92
GRÁFICO 18.	Promedio del número de socios de la empresa en Extremadura. Empresas nacientes y nuevas. Período 2003-2007.....	107
GRÁFICO 19.	Evolución del número de socios de la empresa en Extremadura 2003-2007. Empresas nacientes y nuevas.....	108
GRÁFICO 20.	Propiedad del capital de la empresa en Extremadura. Empresas nacientes y nuevas. Período 2003-2007.....	110
GRÁFICO 21.	Evolución de la propiedad del capital de la empresa en Extremadura 2003-2007. Empresas nacientes y nuevas.....	111
GRÁFICO 22.	Nuevos productos y/o servicios esperados. Período 2003-2007.....	112
GRÁFICO 23.	Nivel de competencia esperado. Período 2003-2007.....	113
GRÁFICO 24.	Evolución de la tecnología disponible hace un año.....	114
GRÁFICO 25.	Capacidad de Exportación. Período 2003-2007.....	114
GRÁFICO 26.	Distribución sectorial de la actividad emprendedora en Extremadura. Período 2003-2007.....	115
GRÁFICO 27.	Evolución de la distribución sectorial de la actividad emprendedora en Extremadura. Período 2003-2007.....	116
GRÁFICO 28.	Cantidad esperada de retorno de inversión por el empresario extremeño. Período 2003-2007.....	118
GRÁFICO 29.	Evolución de las fuentes de financiación. Período del 2003-2007.....	119
GRÁFICO 30.	Iniciativas emprendedoras generadoras de empleo actual o en cinco años. Período 2003-2007.....	123
GRÁFICO 31.	Número de empleos actuales en las empresas extremeñas en el período 2003-2007. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.....	125
GRÁFICO 32.	Número de empleos esperados en las empresas extremeñas en el período 2003-2007. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.....	125
GRÁFICO 33.	Empleo por cuenta ajena actual y esperado en las empresas extremeñas en el período 2003-2007. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.....	126
GRÁFICO 34.	Evolución del empleo actual y esperado en el período 2003-2007 de las empresas extremeñas. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.....	127
GRÁFICO 35.	Empleo actual por sectores en el período 2003-2007 de las empresas extremeñas. Empresas nacientes, nuevas.....	128
GRÁFICO 36.	Empleo esperado por sectores en el período 2003-2007 de las empresas extremeñas. Empresas nacientes, nuevas.....	129
GRÁFICO 37.	Evolución del empleo actual y esperado por sectores en el período 2003-2007. Empresas nacientes, nuevas y consolidadas.....	130
GRÁFICO 38.	Evolución de la actividad emprendedora en Extremadura según la motivación.....	140
GRÁFICO 39.	TEA Medio 2003-2007 según motivación.....	141
GRÁFICO 40.	Evolución del porcentaje de la población que percibe buenas oportunidades para emprender en España y Extremadura en los 6 meses posteriores a la entrevista.....	144
GRÁFICO 41.	Evolución media de los expertos que perciben buenas oportunidades para la creación de empresas en escalas de 1-5 (falso-cierto).....	145
GRÁFICO 42.	Evaluación media de la percepción de oportunidades de negocio por parte de los expertos extremeños.....	146
GRÁFICO 43.	Evolución media dada por los expertos sobre la motivación para crear empresas en escalas de 1-5 (falso-cierto).....	149
GRÁFICO 44.	Evaluación media de los expertos extremeños de los factores que influyen en la motivación para crear una empresa.....	150

GRÁFICO 45.	Evolución media de los expertos sobre las habilidades y conocimientos para crear y desarrollar una nueva empresa en escalas de 1-5 (falso-cierto).....	151
GRÁFICO 46.	Evaluación media de los expertos extremeños de las habilidades y conocimientos para crear y desarrollar una nueva empresa.	152
GRÁFICO 47.	Principal motivo de cierre de negocios en Extremadura. Media de tres años (7/2005-7/2007).....	154
GRÁFICO 48.	Principal motivo de cierre de negocios en España. Media de tres años (7/2005-7/2007).....	155
GRÁFICO 49.	Valoración media por los expertos de las condiciones específicas del entorno en Extremadura Período 2003-2007.	157
GRÁFICO 50.	Condiciones Apoyo Financiero.	171
GRÁFICO 51.	Condiciones Políticas Gubernamentales.	173
GRÁFICO 52.	Condiciones Programas Gubernamentales.	174
GRÁFICO 53.	Condiciones de Educación y formación emprendedora.	175
GRÁFICO 54.	Condiciones Transferencia tecnológica e I+D. Evolución.....	141
GRÁFICO 54 bis	Condiciones Transferencia tecnológica e I+D. Valoración.....	177
GRÁFICO 55.	Condiciones Infraestructura comercial y profesional (servicios a empresas).	178
GRÁFICO 56.	Condiciones Apertura del mercado interno.	179
GRÁFICO 57.	Condiciones Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas.	180
GRÁFICO 58.	Condiciones Normas sociales y culturales.	181
GRÁFICO 59.	Condiciones Legislación y derechos de propiedad intelectual.	182
GRÁFICO 60.	Condiciones Apoyo a la mujer emprendedora.	183
GRÁFICO 61.	Condiciones Creación y desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento.	184
FIGURA 1.	Modelo conceptual original del Proyecto GEM.	38
FIGURA 2.	El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del Proyecto GEM.	39
FIGURA 3.	Sistema operacional en la confección de los Informes GEM.	40
FIGURA 4.	Estructura organizativa y de funcionamiento del Equipo GEM España.....	42
FIGURA 5.	Mapa de las áreas de Extremadura.	68
FIGURA 6.	Motivación para crear una empresa entre los años 2005 a 2007 en Extremadura.	143
TABLA 1.	Extremadura por áreas, zonas y provincias. TEA (2003-2007).....	69
TABLA 2.	Estimación del número de iniciativas emprendedoras y número de empresarios en fase inicial entre la población adulta (18-64 años) entre 2003 y 2007.....	71
TABLA 3.	Evolución ratio mujer/hombre. Período 2003-2007	86
TABLA 4.	Actividad emprendedora total registrada en España y Extremadura desglosada en función del tipo de origen del empresario y su evolución.	93
TABLA 5.	Capital necesario para arrancar el negocio y capital propio que se espera invertir en las empresas nacientes. Valores estadísticos.	117
TABLA 6.	Perfil del inversor informal medio en España y Extremadura. Período 2003-2007.	121
TABLA 7.	Actividad emprendedora total (TEA). Desglose por motivación, sexo y año.	141
TABLA 8.	Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población extremeña y española.	148
TABLA 9.	Evolución de indicadores sobre oportunidades, motivación y habilidades.	153
TABLA 10.	Comparación de las valoraciones medias de las condiciones del entorno 2003-2007.	168
TABLA 11.	Comparación de la clasificación de los factores que favorecen la creación de empresas en Extremadura.	169
TABLA 12.	Comparación de la clasificación de los factores que obstaculizan la creación de empresas en Extremadura.	170
TABLA 13.	Comparación de las recomendaciones para mejorar la creación de empresas en Extremadura.....	170

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Acs, Z.J.; Arenius, P.; Hay, M.; Minniti, M. (2004): "Global Entrepreneurship Monitor. 2004 Executive Report". Babson College and London Business School.

Ajzen, I. (1987): "Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology". *Advances in Experimental social Psychology*. Vol. 20, pp.1-63.

Alcaide, J.; Alcaide, P. (2008): Balance Económico Regional (Autonomías y Provincias) años 2000 a 2007. Ed. Funcas.

Bosma, N.; Acs., Z. J.; Autio, E.; Coduras, A.; Levie. J. (2009): GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2008 Executive Report: Gera, Wellesley (MA), USA.

Cámaras de Comercio, Fundación INCYDE (2001): "La Creación de Empresas en España. Análisis por Regiones y Sectores". Servicio de Estudios de Cámaras de Comercio y Fundación INCIDE, con la colaboración de la Fundación Tomillo. Madrid.

Cámaras de Comercio (2005): "Espíritu Empresarial en España, Europa y Estados Unidos" Servicio de Estudios de Cámaras de Comercio. Marzo. Madrid.

Cámaras de Comercio, (2008): "Problemas de financiación en la empresa". Panel de Opinión, N°12. Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España. Servicio de Estudios. www.camaras.org.

Comisión de las Comunidades Europeas (2008): Pensar primero a pequeña escala. "Small Business Act" para Europa: iniciativa en favor de las pequeñas empresas. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones.

Darwin, C. (1876): "The Origin of Species". Hayes Barton Press.

De Castro, J.O.; Justo, R.; Maydeu, A.; Coduras, A.; Cruz, C. (2008): La naturaleza del proceso emprendedor en España en el contexto internacional. Ed. Fundación BBVA. Bilbao.

De la Vega, I; Coduras, A.; Cruz, C.; Justo, R.; Pía, M. (2006): "Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2005". Instituto de Empresa. Madrid.

De la Vega, I.; Coduras, A.; Hernández, R. (2007): Análisis regional en el Proyecto GEM: el caso español y sus implicaciones políticas. En "Conocimiento. Innovación y Emprendedores". Ed.: Ayala, J.C. y Universidad de La Rioja. ISBN: 978-84-690-3573-3. Logroño.

De la Vega, I; Coduras, A.; Cruz, C.; Justo, R.; Pía, M. (2007): "Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2007". Instituto de Empresa. Madrid.

De la Vega, I.; Coduras, A.; Cruz, C.; Justo, R. (2009): Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2008. Instituto de Empresa. Madrid.

Díaz, J.C. (2002): La Creación de Empresas. Revisión Histórica de Teorías y Escuelas. Ed. La Coria. Fundación Xavier de Salas. <http://www.fundacionxavierdesalas.com>. Trujillo (España)

Doing Business 2008 Spain. “A Project Benchmarking the Regulatory Cost of Doing Business in 178 Economies”. Doing Business Project. World Bank Group. www.doingbusiness.org.

Hernández, R. (2006): Función Empresarial. Siglo XXI. Lección Inaugural Apertura Curso Académico. Universidad de Extremadura.

Hernández, R.; Díaz, J.C.; Sánchez, M.C.; Postigo, M.V. (2008): Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo Extremadura 2007. Ediciones La Coria. Trujillo.

Hidalgo Schur, D.; Hidalgo Demeusois, D. (2008): “Crispación y el Futuro de España”. Diario “El País” España. X febrero 2008.

Hindle, K. (2005): A Measurement Framework for International Entrepreneurship Policy Research: From Impossible Index to Malleable Matrix. A Measurement Framework for International Entrepreneurship Policy Research: From Impossible Index to Malleable Matrix.

Kirzner, I.M. (1997): “El Descubrimiento Empresarial y el Proceso Competitivo del Mercado: El punto de vista Austriaco”. Journal of Economic Literature, Vol. XXXV. Marzo. Versión española de Jesús Huerta Soto. pp. 60-85

Klyver Kim (2008): “An analytical framework for micro-level analysis of GEM data”. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, Vol. 6, No. 4.

Krueger, N. (1998): “Encouraging the identification of environmental opportunities”. Journal of Organizational Change Management. Bradford. Vol.11, Iss. 2, pp.174-184.

Krueger, N.; Brazael, D.V. (1994): “Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs”. Entrepreneurship Theory and Practice. Spring. pp. 91-104.

Levie, J.; Autio, E. (2008): “A theoretical grounding and test of the Gem Model”. Small Business Economics Springer Netherlands DOI 10.1007/s11187-008-9136-8 <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-008-9136-8> 04/09/2008

McClelland, D.C. (1961): “The Achieving Society”. Princeton, NJ: Von Nostrand.

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

North, D. C. (1994): “Economic Performance Through Time”. The American Economic Review. Vol. 84 nº 3. June. pp. 359-368.

North, D.C. (1999): “Comprender el cambio económico”, La ilustración liberal, Revista española y americana, 3, Jun-Sept, http://www.libertaddigital.com/ilustracion_liberal/articulo.php/41.

North, D. C. (2005): “Understanding the Process of Economic Change”. Princeton. University Press.

Reynolds, P.; Hay, M.; Camp, R.M. (1999): "Global Entrepreneurship Monitor. 1999 Executive Report". Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership; London Business School (ed.).

Reynolds, P.; Bosma, N.; Autio, E.; Hunt, E.; De Bono, N.; Servais, I.; López-García, P.; Chin, N. (2005): Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. Small Business Economics, Volumen 24, Nº 3, Abril de 2005. ISSN 0921-898X CODEN SBCEX.

Schumpeter, J.A. (1912): "Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung". Verlag Dunker & Humblot. Munich. 4ª Reimpresión en español (1976). Fondo de cultura Económica. México.

Schumpeter, J.A. (1947): "The Creative response in Economic History". Journal of Economic History, vol.VII. November, pp. 149-159.

Shane, S. (1992): "Why do some societies invent more than others?". Journal of Business Venturing. Vol.7, nº.1, pp. 29-46.

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.

Tamames, R.; Hernández, R.; Fonseca, J. (2008): El Futuro Económico de Extremadura. Por un desarrollo innovador. Ed. Junta de Extremadura. Vicepresidencia 2ª. Mérida.

Veciana, J. M. (1996): Emprendedor o empresario. Innovando (Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad del ICESI, 17.

Veciana, J. M. (1997): "¿Emprendedor o Empresario?". Revista Innovando, Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad de ICESI. Núm. 17, Diciembre. Colombia.

Fuentes electrónicas:

<http://www.gemconsortium.org>

<http://www.ie.edu>

<http://www.fundacionxavierdesalas.com>

<http://www.ine.es>

ⁱ Este libro se termina de escribir en el mes de junio de 2009.

CONSEJO GEM EXTREMADURA

PATROCINADORES ACTUALES

JUNTA DE EXTREMADURA



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



PATROCINADORES PASADOS





Mª de la Cruz Sánchez Escobedo, Diplomada en Estadística y Licenciada en Ciencias Actuariales y financieras. Actualmente profesora de la Universidad de Extremadura, concretamente en la Facultad de Estudios Empresariales y Turismo de Cáceres, en la que imparte clases en la licenciatura de Ciencias Actuariales y Financieras. Actividad que compagina con la realización de los estudios de Doctorado en la Universidad de Extremadura, dentro del programa de "Empresa, Finanzas, Seguros y Turismo", obteniendo el Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en el 2007. Además participa en varios proyectos de investigación entre los que adquieren especial relevancia los pertenecientes al GEM, del que es investigadora en Extremadura, junto con los firmantes de este libro; y la incursión dentro de un grupo de investigación relacionado con el área de creación de empresas.



Mª Victoria Postigo Jiménez, Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, Especialista en Planificación y Métodos de Intervención para el Desarrollo Rural, y en Gestión Ambiental y Desarrollo Rural, lleva 16 años realizando en su actividad profesional de Agente de Empleo y Desarrollo Local, asesoramientos y análisis de proyectos de creación de empresas y formación, actualmente en el Ayuntamiento de Almaraz. Compagina esta actividad con sus estudios de Doctorado en la Universidad de Extremadura, en el programa de "Empresa, Finanzas, Seguros y Turismo", en el que ha obtenido el Diploma de Estudios Avanzados en el 2007 y como Investigadora del Equipo G.E.M. Extremadura. Es miembro de la European Academy of Management and Business Economics realizando colaboraciones como docente en diversas Instituciones y Empresas.

Colabora

Caja Duero

JUNTA DE EXTREMADURA

Vicepresidencia Segunda de
Asuntos Económicos y Consejería de
Economía, Comercio e Innovación

UNA VISIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EXTREMADURA.

