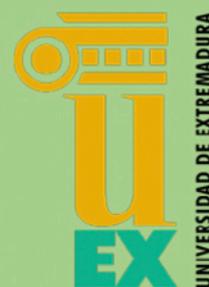
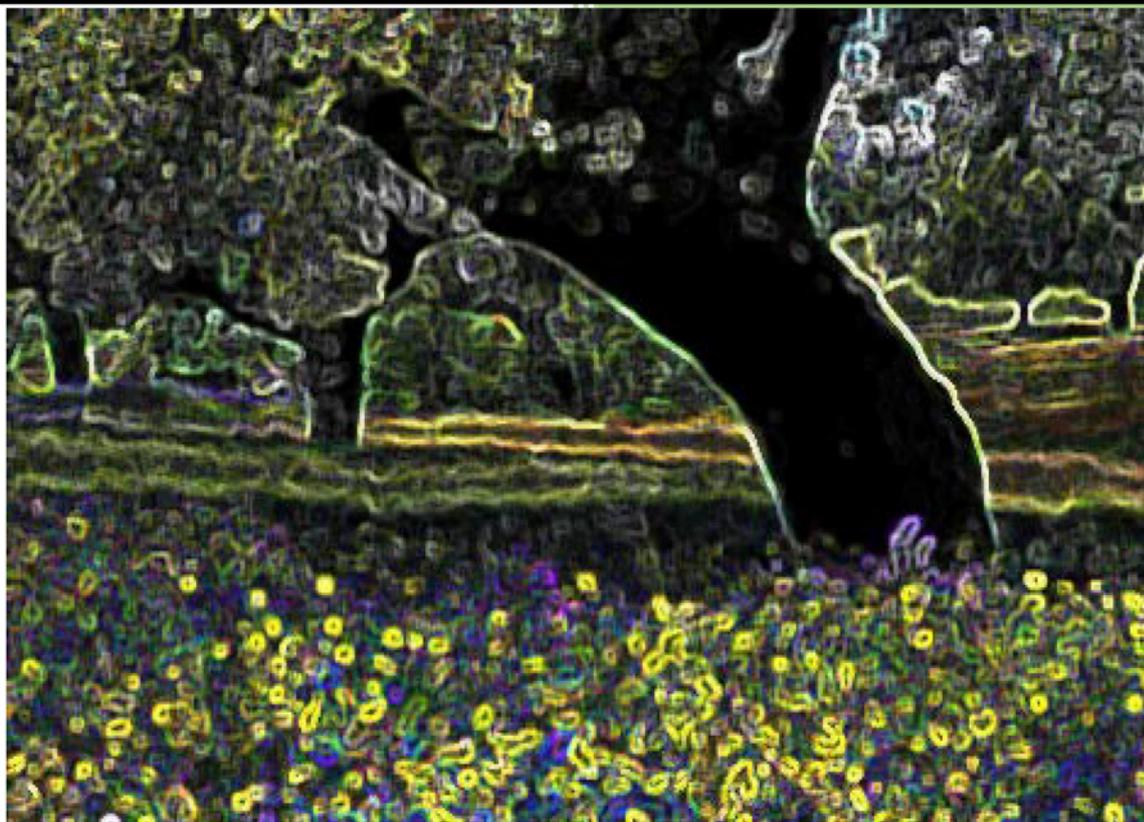




Fundación Xavier de Salas  
fxdsalas@telefonos.es  
Trujillo-Cáceres (España)



# *Situación del Emprendimiento Rural en Extremadura. Una perspectiva a partir del Proyecto GEM*



**Director Ejecutivo:** Ricardo Hernández Mogollón

**Coautores:** Juan Carlos Díaz Casero (Dirección Técnica)  
Antonio Fernández Portillo  
Yakira Fernández Torres  
Manuel Almodóvar González  
Raúl Rodríguez Preciado



Obra Social "la Caixa"





# *Situación del Emprendimiento Rural en Extremadura. Una perspectiva a partir del Proyecto GEM*

*Global Entrepreneurship Monitor*

*Director Ejecutivo: Ricardo Hernández Mogollón*

*Coautores: Juan Carlos Díaz Casero (Dirección Técnica), Antonio Fernández Portillo, Yakira Fernández Torres, Manuel Almodóvar González, Raúl Rodríguez Preciado.*



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

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



 GEM Extremadura  
 @GEMExtremadura  
[www.gemextremadura.es](http://www.gemextremadura.es)

## PROYECTO GEM EXTREMADURA Y PATROCINADORES 2016

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas - Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Fundación Academia Europea de Yuste Imedexsa Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Sodiex Fundación Universidad Sociedad Iberdoex Tambo Caja Rural de Extremadura Tany Nature

### *Situación del Emprendimiento Rural en Extremadura. Una perspectiva a partir del Proyecto GEM.*

Depósito Legal: CC-222-2017	ISBN: 84-88611-44-7	Noviembre 2016	Páginas: 42
-----------------------------	---------------------	----------------	-------------

©**Director Ejecutivo:** Ricardo Hernández Mogollón

©**Coautores:** Juan Carlos Díaz Casero (Dirección Técnica), Antonio Fernández Portillo, Yakira Fernández Torres, Manuel Almodóvar González, Raúl Rodríguez Preciado

©**Diseño de Portada:** Equipo GEM Extremadura

**Editor:** Fundación Xavier de Salas. Ediciones La Coria. Colección de Estudios Económicos de Extremadura.

**Lugar de publicación:** Fundación Xavier de Salas. C/ Convento de la Coria s/n. 10200 Trujillo (Cáceres). España. <http://www.fundacionxavierdesalas.com>. Teléfono: (0034) 927 321898.

**Impresión:** Panorama web. E-mail: [info@panoramaweb.es](mailto:info@panoramaweb.es) Web: [www.panoramaweb.es](http://www.panoramaweb.es)

**Citación:**

Hernández-Mogollón, R.; Díaz-Casero, J.C.; Fernández, A.; Fernández-Torres, Y.; Almodóvar, M.; Rodríguez-Preciado, R. (2016). Situación del Emprendimiento Rural en Extremadura. Una perspectiva a partir del Proyecto GEM. Ediciones La Coria. Trujillo (España).

Los datos utilizados para la confección de este estudio han sido recogidos por el *Consortio GEM*. Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de esta publicación puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito de los autores.

## ÍNDICE

PRÓLOGO.....	5
CARTA DEL DIRECTOR.....	6
RESUMEN EJECUTIVO.....	7
EXECUTIVE REPORT.....	9
1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA RURAL.....	11
2. ACTITUDES Y MOTIVACIONES DEL EMPRESARIO RURAL.....	22
3. ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS DEL EMPRESARIO RURAL.....	26
4. CONDICIONES DEL ENTORNO RURAL PARA EMPRENDER.....	31
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	37
BIBLIOGRAFIA.....	40

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Mapa de las áreas de Extremadura en función de su zona rural/urbana.....	13
FIGURA 2. Extremadura por áreas, zonas y provincias. TEA (2003-2014).....	14

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.1 Evolución de la TEA rural de las zonas y provincias de Extremadura. Período 2003-2015.....	14
GRÁFICO 1.2. Evolución de la TEA rural de las áreas de Extremadura. Período 2003-2015.....	15
GRÁFICO 1.3. Características socioeconómicas del emprendedor rural. Período 2003-2015.....	17
GRÁFICO 1.4. Número de socios de la empresa. Período 2003-2014.....	18
GRÁFICO 1.5. Distribución sectorial de la actividad emprendedora (%). Período 2003-2015.....	19
GRÁFICO 1.6. Motivos del cierre de las iniciativas emprendedoras rurales. Período 2005-2015.....	21
GRÁFICO 2.1. Evolución de las actitudes y percepciones emprendedoras por zona (% de respuestas afirmativas en cada categoría).....	22
GRÁFICO 2.2. Porcentaje de personas que emprenden en zonas urbanas o rurales según el tipo de motivación. Período 2003-2015.....	23
GRÁFICO 2.3. Porcentaje de iniciativas emprendedoras según la motivación y zona urbana o rural.....	24
GRÁFICO 2.4. Evolución de la percepción del emprendimiento como carrera deseable, status, atención de los medios de comunicación y equidad de estándares de vida similar. Período 2003-2015.....	25
GRÁFICO 3.1. Porcentaje medio del número de trabajadores actuales según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.....	26
GRÁFICO 3.2. Porcentaje medio del número de trabajadores futuros según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.....	27
GRÁFICO 3.3. Porcentaje medio de nuevos productos y servicios según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.....	28
GRÁFICO 3.4. Nivel de competencia esperado (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.....	28
GRÁFICO 3.5. Antigüedad de la tecnología utilizada (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.....	29
GRÁFICO 3.6. Expansión esperada (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.....	30
GRÁFICO 4.1. Valoración media por los expertos rurales/urbanos de las condiciones específicas del entorno. Período 2003-2015.....	32
GRÁFICO 4.2. Evolución de la valoración media de los expertos rurales/urbanos de las condiciones específicas del entorno. Período 2003-2015.....	33
GRÁFICO 4.3. Evolución de la valoración media de los expertos rurales/urbanos de las condiciones específicas del entorno. Período 2003-2015. Continuación.....	34

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.1. Superficie, población urbana/rural y nº de municipios de Extremadura por provincias. ....	12
TABLA 1.2. Capital necesario y capital propio a invertir por el empresario extremeño. ....	20
Valores estadísticos medios. Período 2003-2015. ....	20
TABLA 2.1. Percepción media del emprendimiento como carrera deseable, status, atención de los medios de comunicación y equidad de estándares de vida similar (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas). Período 2003-2015. ....	24
TABLA 4.1. Factores de freno e impulso por categorías según los expertos rurales/urbanos. ....	35
Período 2003-2015. ....	35
TABLA 4.2. Recomendaciones por categorías según los expertos rurales/urbanos. Período 2003-2015. ....	36

## PRÓLOGO

### Urbano o rural, pero en libertad

Este análisis que nos ofrece el equipo de GEM (Global Entrepreneurship Monitor) constituye una interesante herramienta para entender la vida de gran parte de la población extremeña, de los miles de hombres y mujeres que viven en la Extremadura rural. Por ello, es necesario agradecer ese esfuerzo puesto que para mejorar la vida de nuestros pueblos y nuestra gente es indispensable conocer con la mayor exactitud la situación actual.

Nos dice este informe GEM que en la Extremadura rural hay emprendimiento. Esa es una buena noticia. Esa percepción confirma que hay mucha gente que quiere ejercer su libertad viviendo en su territorio, pese a esa amenaza de despoblamiento que se cierne sobre buena parte de los pueblos de Europa.

Extremadura viene desarrollando durante las últimas décadas un gran esfuerzo para que las personas que viven en un entorno rural tengan las mismas oportunidades que aquellas que residen en el medio urbano. La singularidad del espacio no debe implicar nunca marginación, ni discriminación.

Ese apoyo al medio rural se plasma en múltiples iniciativas y medidas transversales que dotan de recursos e infraestructuras a nuestros pueblos. De manera especial, habría que resaltar el trabajo que hacen sobre el territorio los 24 Grupos de Acción Local (G.A.L.) que trabajan en nuestra Región en estrecha colaboración con la Junta de Extremadura y que impulsarán una inversión de 111 millones de euros para financiar proyectos en los núcleos rurales.

Nuestro mundo rural es rico en su diversidad, costumbres, culturas y paisajes, pero tiene en común un medio ambiente privilegiado, conservado con trabajo, sudor y cariño durante muchos siglos.

Ahora, la necesidad ineludible de luchar frente al cambio climático puede convertir al mundo rural en un aliado para un nuevo modelo de economía verde y circular, un modelo económico que ayude a generar empleo y riqueza en nuestros pueblos para que los hombres y mujeres elijan libremente dónde emprender y dónde vivir, sea en el medio urbano o en el medio rural.

**Begoña García Bernal**

Consejera de Medio Ambiente y Rural Políticas Agrarias y Territorio

## CARTA DEL DIRECTOR

El presente estudio mide la iniciativa emprendedora rural en Extremadura, en el período 2003-2015, lo cual permite tener datos de un ciclo de análisis de 13 años, que abarca el período pre-crisis, crisis e inicio de la recuperación económica y, todo ello, con un modelo de base científica, el modelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), y un proyecto internacional. Su objetivo es claro y simple: promover el emprendimiento en el mundo rural de Extremadura.

Esto es posible, porque Extremadura es parte, desde el año 2003, del Consorcio Mundial GEM, como otras 15 comunidades autónomas de España, y más de 100 países de los 5 continentes.

Lo más destacable de este informe, el 2º con este enfoque que produce el Grupo de Investigación Emturin, de la Universidad de Extremadura es lo siguiente:

- o La actividad emprendedora en las zonas rurales es mayor que en las zonas urbanas, siendo la Tierra de Barros, en términos medios, y para el período 2004-2015, la que lidera la calidad del emprendimiento rural en Extremadura.
- o En la percepción de oportunidades, se perciben mayores oportunidades en el ámbito urbano que en el rural (26,20% vs. 21,45%).
- o En el ámbito rural, y en el período analizado, el número de emprendedores que no crean empleo es superior al urbano (50,91% vs. 39,70%). En cambio, el número de empresas que crean más de veinte empleos (1,41% vs. 0,76%), es mayor en el entorno rural.
- o Aproximadamente el 30% de las iniciativas rurales iniciales no han previsto incrementar su plantilla al cabo de cinco años.
- o En los nuevos negocios se aprecia una mayor (aunque moderada) capacidad innovadora productiva del mundo rural sobre el urbano en lo referente a la utilización de tecnologías más modernas en la empresa (8,3% vs. 12,4%).
- o En cuanto a las recomendaciones para incrementar la actividad emprendedora que sugieren los expertos rurales, la educación y formación emprendedora y las políticas y programas gubernamentales son vitales para incrementar las iniciativas emprendedoras, así como el apoyo financiero a los emprendedores y las normas sociales y culturales como potenciadoras, o frenos, de actitudes hacia el emprendimiento.

Sin duda, el campo extremeño es una de las principales bazas, junto con las personas, de la nueva economía extremeña. A la excelente calidad de las producciones, algunas de ellas líderes a nivel nacional e incluso mundial, habría que añadir, en nuestra opinión, más iniciativa emprendedora, más industria agroalimentaria, más TICs, más modelo de negocio y estrategia competitiva y más visión de mercado y de competencia.

### Agradecimientos

A D<sup>a</sup> Begoña García, Consejera de Medio Ambiente y Rural, Políticas Agrarias y Territorio, y autora del prólogo del presente estudio.

A D. Atanasio Naranjo, fundador y Presidente de Tany Nature, empresario agrícola y agroindustrial un extremeño emprendedor que pasó, como él mismo suele afirmar, *de campesino a agricultor y de agricultor a empresario*, siendo hoy el mayor productor de ciruelas del mundo.

A D. Joaquín Chaparro, directivo de CaixaBank, Grupo financiero líder en España que en el año 2014 creó la marca AgroBank para dar servicio con una amplia oferta de productos a los clientes del sector agroalimentario, por su apoyo a éste y a otros estudios de este grupo de investigación.

Y a los autores del presente informe, miembros del Equipo GEM Extremadura, doctores Juan Carlos Díaz (Director Técnico), Antonio Fernández, Yakira Fernández, Manuel Almodóvar y el profesor Raúl Rodríguez, todos ellos de la Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo de la Universidad de Extremadura, campus de Cáceres.



**Ricardo Hernández Mogollón**

Coordinador Grupo de Investigación Emturin.UEX

[rhernand@unex.es](mailto:rhernand@unex.es)

## RESUMEN EJECUTIVO

1.- En general, las tasas de actividad emprendedora en las zonas rurales han venido siendo más altas que en las zonas urbanas en el período 2003-2015 (7,3% vs. 5,5% de media), aunque después del comienzo de la crisis económica ambas tasas han evolucionado de forma pareja, empezando a distanciarse de nuevo a partir de 2014.

2.- En el ámbito provincial, las zonas rurales de la provincia de Cáceres han sido más emprendedoras que las de Badajoz (8,07% vs. 6,52%).

3.- Las zonas Norte y Sur son las que tienen tasas emprendedoras medias rurales mayores (8,32% vs. 7,58%), siendo las tasas de las demás zonas muy similares entre sí (6,82%, 6,89%, 6,48%).

4.- El empresario extremeño rural ha emprendido más por oportunidad que por necesidad, tanto en las diferentes áreas como en las dos provincias, aunque en la provincia de Cáceres la necesidad ha impulsado a emprender más del doble que en la de Badajoz (2,07% vs. 0,93%), en las diferentes áreas geográficas la necesidad ha motivado al menos una de cada cinco iniciativas rurales en todo el período analizado.

5.- El 5,46% de los individuos de zonas rurales inició un negocio motivado por el aprovechamiento de una oportunidad, frente al 1,41% que lo hizo debido a una necesidad. En el entorno urbano al 4,18% de los emprendedores los movió la oportunidad, mientras que al 1,16% la necesidad.

6.- El perfil medio del emprendedor rural extremeño responde al de un hombre, de aproximadamente 33 años, con estudios secundarios o de grado medio universitario, que tiene un nivel de renta que oscila entre 1.200 € y 1.800 €, que trabaja a tiempo completo o parcial y que reside fundamentalmente en la zona norte de la provincia de Cáceres.

7.- El 63,7% de las iniciativas emprendedoras rurales se llevaron a cabo con un único propietario, el 24,3% con dos y en el 11,7% restante, con tres o más propietarios.

8.- En los nuevos negocios rurales predomina el sector orientado al consumidor (46,51%), seguido del transformador (22,47%), servicios a empresas (20,98%), y en menor porcentaje, el sector extractivo (9,51%).

9.- Los emprendedores extremeños han necesitado de media para la puesta en marcha de un negocio en el ámbito rural un capital de 76.641 €, del que han puesto el 87,51% del mismo, es decir, 67.066 €. Esta circunstancia contrasta fuertemente con el escenario urbano, donde si bien la cantidad que requiere comenzar un negocio es algo mayor a la necesitada en el ámbito rural (80.523€ vs. 76.641€), el emprendedor urbano ha contado con mucho mayor apoyo financiero externo, de tal suerte que sólo ha aportado el 45,53%.

El inversor privado extremeño en el ámbito rural es fundamentalmente un inversor informal que actúa de una manera no profesional, suele ser hombre de unos 41 años, que invierte de media unos 11.749 €, frente a los 15.974 € del inversor informal urbano, hombre de unos 43 años.

10.- La principal razón alegada por los empresarios extremeños rurales para abandonar la actividad en el período 2005-2015, han sido la falta de rentabilidad, incluyendo el nivel de competencia. Al comparar este dato con su homónimo urbano, se aprecia que para el último grupo, y a pesar de que también es la principal causa de abandono, el porcentaje de casos es mucho menor que en el caso rural (42,73% vs. 55,45%).

11.- El medio rural es muy similar al urbano en cuanto a actitudes y percepciones emprendedoras, excepto en la percepción de oportunidades, ya que se perciben mayores oportunidades en el ámbito urbano que en el rural (26,20% vs. 21,45%). Así, existe un porcentaje casi idéntico de población que conozca personalmente a otros emprendedores (35,15% vs. 35,79%), que creen tener los conocimientos y habilidades para poder iniciar una actividad emprendedora (49,6% vs. 49,87%) o que tengan un similar miedo al fracaso a la hora de iniciar una actividad empresarial (50,50% vs. 51,96%).

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

13.- En el ámbito rural, y en el período analizado, el número de emprendedores que no crean empleo es superior al urbano (50,91% vs. 39,70%), mientras que en éste, las actividades empresariales que crean entre uno y cinco puestos de trabajo son mayores que en el mundo rural (43,2% vs. 42,67%), al igual que sucede entre las que crean entre 6 y 19 puestos de trabajo (5,23% vs. 5,01%). En cambio, el número de empresas que crean más de veinte (1,41% vs. 0,76%), es mayor en el entorno rural.

14.- Aproximadamente el 30% de las iniciativas rurales iniciales no han previsto incrementar su plantilla al cabo de cinco años. El 13,94% esperaban tener entre 6 y 19 empleados, mientras que el 56,21% esperaban emplear entre 1 y 5 trabajadores, frente al 62,96% de las urbanas.

15.- En los nuevos negocios se aprecia una mayor (aunque moderada) capacidad innovadora productiva del mundo rural sobre el urbano, en lo referente al nivel de competencia esperado en el mercado (83,6% vs. 90,6%). En cambio, sucede al contrario en cuanto a los nuevos productos/servicios que serán percibidos como nuevos por sus potenciales consumidores (34,42% vs. 35,16%), en cuanto a la expansión esperada de las empresas (28,8% vs. 30,7%) o a la utilización de tecnologías más modernas en la empresa (8,3% vs. 12,4%).

16.- Cuando analizamos las condiciones específicas del entorno para emprender durante el período 2003-2015, no encontramos grandes diferencias entre la visión que nos ofrecen los expertos rurales y los urbanos de las condiciones en unas y otras zonas, aunque la mayoría de las valoraciones del ámbito rural superan a las urbanas. Si bien, en el entorno rural parece que la educación en todos sus niveles está aún peor valorada que en las zonas urbanas, al igual que sucede con el coste, calidad y acceso a las infraestructuras comerciales y de servicios.

En cuanto a los factores de freno que obstaculizan la actividad emprendedora, los expertos rurales han venido destacando como principales causas la falta de apoyo financiero al emprendedor, las normas sociales y culturales, la falta de capacidad emprendedora, o la carencia de educación emprendedora. Entre los factores que más han venido favoreciendo el emprendimiento se encuentran las políticas y programas gubernamentales y el clima económico, que ha impulsado a las personas a emprender.

En cuanto a las recomendaciones para incrementar la actividad emprendedora que sugieren los expertos rurales, la educación y formación emprendedora y las políticas y programas gubernamentales son vitales para incrementar las iniciativas emprendedoras, así como el apoyo financiero a los emprendedores y las normas sociales y culturales como potenciadoras de actitudes hacia el emprendimiento.

## EXECUTIVE REPORT

In general, rates of entrepreneurial activity in rural areas have been higher than in urban areas in the period 2003-2015 (7.3% vs. 5.5% on average), although after the beginning of the economic crisis both rates have grown equally, starting to distance themselves again from 2014.

2. - At the provincial level, rural areas in the province of Cáceres have been more entrepreneurial than those in Badajoz (8.07% vs. 6.52%).

3. - The North and South areas have the highest average rural entrepreneurial rates (8.32% vs. 7.58%), while the rates in the other areas are very similar among them (6.82%, 6.89% %, 6.48%).

4. - The rural Extremadura entrepreneur has undertaken more by chance than by necessity, both in the different areas and in the two provinces, although in the province of Caceres the need has led to undertake more than twice as much as in Badajoz (2.07% vs. 0.93%), in the different geographic areas the need has motivated at least one in five rural initiatives throughout the analyzed period.

5. - 5.46% of individuals in rural areas started a business motivated by the use of an opportunity, compared to 1.41% who did so because of a need. In the urban environment, 4.18% of the entrepreneurs were moved by the opportunity, while at 1.16% the need.

6.- The average profile of the rural entrepreneur in Extremadura responds to a man, approximately 33 years old, with secondary education or university degree, who has a level of income that ranges from 1,200 € to 1,800 €, working full or part time and which resides mainly in the northern part of the province of Cáceres.

7. - 63.7% of the rural entrepreneurial initiatives were carried out with a single owner, 24.3% with two and in the remaining 11.7% with three or more owners.

8. - In the new rural businesses, the consumer-oriented sector predominates (46.51%), followed by the transformer one (22.47%), services to companies (20.98%) and, to a minor extent, the extractive sector 9.51%).

9. - Entrepreneurs from Extremadura have needed an average of € 76,641 to the start-up of a business in rural areas, 87.51% of which have been put by themselves, that means € 67,066. This situation contrasts sharply with the urban setting, where, although the amount required to start a business is bigger than that needed in rural areas (€ 80,523 vs. € 76,641), the urban entrepreneur has had much greater external financial support, so that he has only added 45.53%.

The private investor in Extremadura in rural areas is essentially an informal investor who acts in a non-professional way, he is usually a man of about 41 years old, who usually invests about € 11,749, compared to € 15,974 of urban informal investor, a man of about 43.

10. - The main reason alleged by the rural Extremadura entrepreneurs to stop the activity in the period 2005-2015, has been the lack of profitability, including the level of competition. When comparing this data to its urban homonym, it can be seen that for the previous group, and even though it is also the main cause of abandonment, the percentage of cases is much lower than in the rural case (42.73% vs. 55.45%).

11.- The rural environment is very similar to the urban one in terms of entrepreneurial attitudes and perceptions, except in the perception of opportunities, since greater opportunities are perceived in the urban area than in the rural one (26.20% vs. 21.45 %). So, there is an almost identical percentage of the population that personally knows other entrepreneurs (35.15% vs. 35.79%), who believe they have the knowledge and skills to start an entrepreneurial activity (49.6% vs.49.87%) or who have a similar fear of failure to start a business (50.50% vs. 51.96%).

12. - There is considerable similarity between rural and urban areas in the perceptions of entrepreneurship as a desirable career, the status of successful entrepreneurs and the attention of the media on entrepreneurs.

13. - In the rural area, and in the analyzed period, the number of entrepreneurs who do not create jobs is higher than urban (50.91% vs. 39.70%), while in the last one, the entrepreneurial activities that create between one and five jobs are higher than in the rural area (43.2% vs. 42.67%), as is the case of those who create between 6 and 19 jobs (5.23% vs. 5.01%). In contrast, the number of companies that create more than twenty (1.41% vs. 0.76%), is higher in the rural environment.

14. Approximately 30% of the initial rural initiatives have not planned to increase their workforce in five years. 13.94% expected to have between 6 and 19 employees, while 56.21% expected to employ between 1 and 5 workers, compared to 62.96% of urban ones.

15. - In the new businesses, there is a greater (although moderate) innovative productive capacity of the rural world over the urban, in relation to the level of competition expected in the market (83.6% vs. 90.6%). On the other hand, it is the opposite for the new products / services that will be perceived as new by their potential consumers (34.42% vs. 35.16%), in terms of the expected expansion of companies (28.8% vs. 30.7%) or the use of more modern technologies in the company (8.3% vs. 12.4%).

16.- When analyzing the specific conditions of the environment to be undertaken during the period 2003-2015, we do not find great differences between the view provided by rural and urban experts of the conditions in both zones, although most valuations of the rural area exceeds the urban ones. Although in rural areas it seems that education at all levels is even worse than in urban areas, as is the cost, quality and access to commercial and service infrastructures

As for the factors that delay entrepreneurship, rural experts have been highlighting the lack of financial support for entrepreneurs, social and cultural norms, lack of entrepreneurship, or lack of entrepreneurial education. Among the factors that have been favoring the entrepreneurship are the government policies and programs and the economic climate, which has driven people to start up a business.

As for the recommendations to increase entrepreneurship suggested by rural experts, entrepreneurship education and training and government policies and programs are vital to increase entrepreneurship initiatives, as well as financial support for entrepreneurs and social and cultural norms as attitudes toward entrepreneurship.

## 1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA RURAL

### Introducción

El fenómeno de la globalización viene afectando de forma diferente a los países y regiones de todo el mundo, complicando aún más con el inicio de la crisis económica actual, la ya desfavorable situación de las zonas rurales, que tradicionalmente se han venido encontrando en situaciones de desventaja respecto a las áreas urbanas. Falta de población y progresivo envejecimiento, éxodo rural, escasa diversificación económica, masculinización de la población, altas tasas de desempleo, bajos niveles de natalidad, falta de servicios, etc., son algunos de los problemas típicos que se agravan con esta situación en el entorno rural.

Extremadura, como sociedad eminentemente rural, también soporta estas dificultades y las ve incrementadas en ciertos casos por su situación particular, que nos muestra un territorio con el PIB per cápita más bajo de todo el país y aún por debajo del 75% de la media de la Unión Europea, siendo la región menos desarrollada de España (Junta de Extremadura, 2015), en la que la tasa de desempleo a finales de 2015, representada en gran medida por jóvenes, era superior a la media nacional (28% vs. 20,90%).

Ante estas situaciones de cambio y desventaja competitiva como la que sufre Extremadura, muchos territorios han reaccionado y están reaccionando como verdaderas “organizaciones emprendedoras”, que lideradas por los “agentes de cambio”<sup>1</sup>, están consiguiendo adecuar sus sistemas productivos a las necesidades actuales del sistema global, movilizándolo sus recursos endógenos para favorecer el desarrollo económico y social a través de acciones estratégicas que mejoran las infraestructuras, fortalecen la organización del territorio o crean y mejoran los recursos inmateriales, como la creación y el desarrollo de empresas.

Así pues, el emprendimiento se manifiesta como un factor muy importante para el desarrollo de los territorios, ya que la prosperidad económica y social depende en parte de la dinámica emprendedora (Amorós y Poblete, 2013). Si bien es cierto que no todos los emprendimientos que se llevan a cabo en el ámbito empresarial son exitosos, cabe destacar que sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en las economías, puesto que el ingreso de nuevos competidores, productos y servicios, pueden ejercer presión a las empresas establecidas para que mejoren su desempeño (Amorós y Poblete, 2013).

El nacimiento de iniciativas emprendedoras puede relacionarse con los ecosistemas de emprendimiento que se den en los territorios, pues éstos pueden ofrecer condiciones que permitan o inhiban la creación y el desarrollo de nuevas empresas. Por tanto, como menciona un informe del Foro Económico Mundial sobre la *Educación de la Próxima Generación de Empresarios*, se hace necesario conocer los ecosistemas en los que surge el emprendimiento, saber cuáles son sus componentes, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, ya que este entendimiento permitirá sugerir prácticas y/o condiciones para mejorar el proceso, poder planificar alternativas para estimular el emprendimiento y de este modo ofrecer información de importancia a los decisores públicos (Wilson et al., 2009).

La existencia de un ecosistema de emprendimiento propicio para el surgimiento de iniciativas empresariales, puede ayudar a dar solución a una diversidad de problemas que afectan a los territorios. En el caso de Extremadura, con un 90% de municipios rurales, conocer el ecosistema de emprendimiento rural cobra especial interés, puesto que un buen ecosistema incidiría positivamente en mejorar las condiciones de empleabilidad de la región y el PIB per cápita, elementos que ayudarían a frenar problemas como la despoblación rural o la masculinización y de este modo, mejorar la calidad de vida de los habitantes y dinamizar los espacios rurales de la comunidad autónoma extremeña.

Con este estudio, GEM Extremadura, como observatorio de la actividad emprendedora extremeña, quiere profundizar en el entorno rural extremeño y tratar de ofrecer una visión longitudinal de la actividad

---

<sup>1</sup> Para North (1999, 2005), el agente de cambio en una sociedad es el empresario “económico o político” (que es quien decide en las organizaciones). El cambio económico a largo plazo es el resultado acumulativo de muchas decisiones a corto plazo de los empresarios “políticos y económicos”, que de forma directa o indirecta conforman el desempeño económico de las naciones, regiones o territorios. Los “empresarios políticos”, tienen una libertad y responsabilidad mayor en base a su percepción de los problemas, para provocar o inducir los cambios.

empresarial y del contexto del emprendimiento rural, utilizando todos los datos de los que se dispone desde el año 2003. Los análisis realizados pretenden, en la medida que brindan los datos GEM, aproximarse a la realidad de las iniciativas locales en las zonas rurales de la región y de su entorno.

Aunque según la metodología de la OCDE, que considera municipios rurales los de menos de 150 habitantes/km<sup>2</sup>, Extremadura sería considerada como “predominantemente rural”; GEM ha definido, en consonancia con los criterios de Kayser (1990), que los municipios rurales son aquéllos que tienen una población menor de 5.000 habitantes. Este criterio cobra mayor validez en España desde la publicación de la Ley 45/2007 de 13 de diciembre para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural, en la que se define en su artículo 3c al municipio rural de pequeño tamaño como aquél “que posea una población residente inferior a los 5.000 habitantes y esté integrado en el medio rural”.

La tabla 1.1 recoge algunos datos de la comunidad autónoma en el ámbito rural en cuanto a superficie, población, número de municipios y provincias, mientras que, en la figura 1.1 se visualiza la separación rural/urbano en función de las cinco áreas geográficas que hemos venido considerando en los Informes GEM para Extremadura desde 2004<sup>2</sup>.

**TABLA 1.1.** Superficie, población urbana/rural y nº de municipios de Extremadura por provincias<sup>3</sup>.

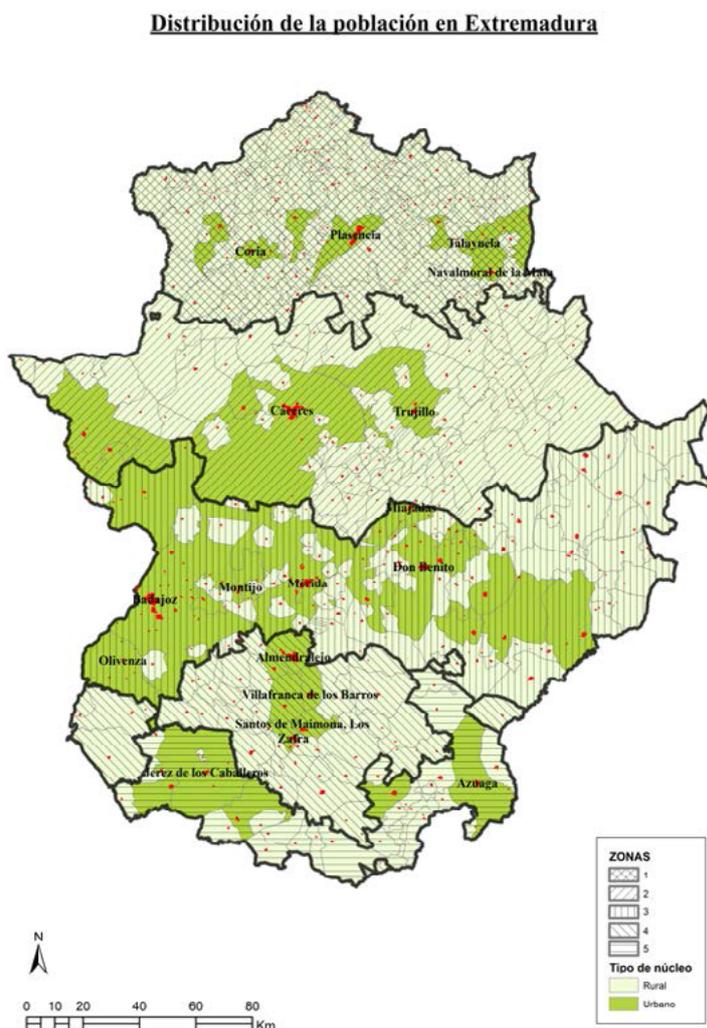
		Badajoz	Cáceres	Extremadura	% Total
	KM <sup>2</sup> del territorio	21.765	19.868	41.635	-
<b>SUPERFICIE</b>	Densidad de Población (Habitante/Km <sup>2</sup> )	31,37	20,26	26,06	-
	Urbano (+ 5.000 Habitantes)	466.265	225.181	691.446	63,26%
<b>POBLACIÓN URBANO /RURAL</b>	Rural (- 5.000 Habitantes)	220.465	181.086	401.551	36,74%
	<b>Total</b>	<b>686.730</b>	<b>406.267</b>	<b>1.092.997</b>	<b>100,00%</b>
	Urbano (+ 5.000 Habitantes)	25	12	37	9,56%
<b>Nº DE MUNICIPIOS</b>	Rural (- 5.000 Habitantes)	140	210	350	90,44%
	<b>Total</b>	<b>165</b>	<b>222</b>	<b>387</b>	<b>100,00%</b>

Extremadura posee un amplio territorio, pero es una de las comunidades autónomas con menor densidad poblacional (26,06 habitantes por Km<sup>2</sup>), que viene perdiendo población desde hace años. Desde el comienzo de la crisis en 2008, según datos del INE, ha perdido en conjunto 4.747 habitantes, pero esta pérdida se ha producido en las zonas urbanas de la provincia de Badajoz (-7.624 habitantes) y en las rurales de la de Cáceres (-6.914 habitantes). En las áreas urbanas de esta última (+683 habitantes) y en las rurales de Badajoz (+9.108 habitantes), se ha producido un aumento de población. Es decir, desde el 2008 han dejado las poblaciones urbanas 6.941 personas, mientras que las rurales han aumentado en 2.194, lo que fortalece la idea de la atención e importancia que hay que prestar al entorno rural.

<sup>2</sup> Estas cinco grandes áreas geográficas concentran y configuran la producción, la población, las infraestructuras y las relaciones económicas en función de dos criterios, el geográfico y el económico-cultural. Las cinco áreas son: Área Norte, Área de Cáceres, Área de las Vegas del Guadiana, Área de Barros y Área Sur.

<sup>3</sup> Fuente: INE. Cifras oficiales a 1 de enero de 2015.

FIGURA 1.1. Mapa de las áreas de Extremadura en función de su zona rural/urbana.

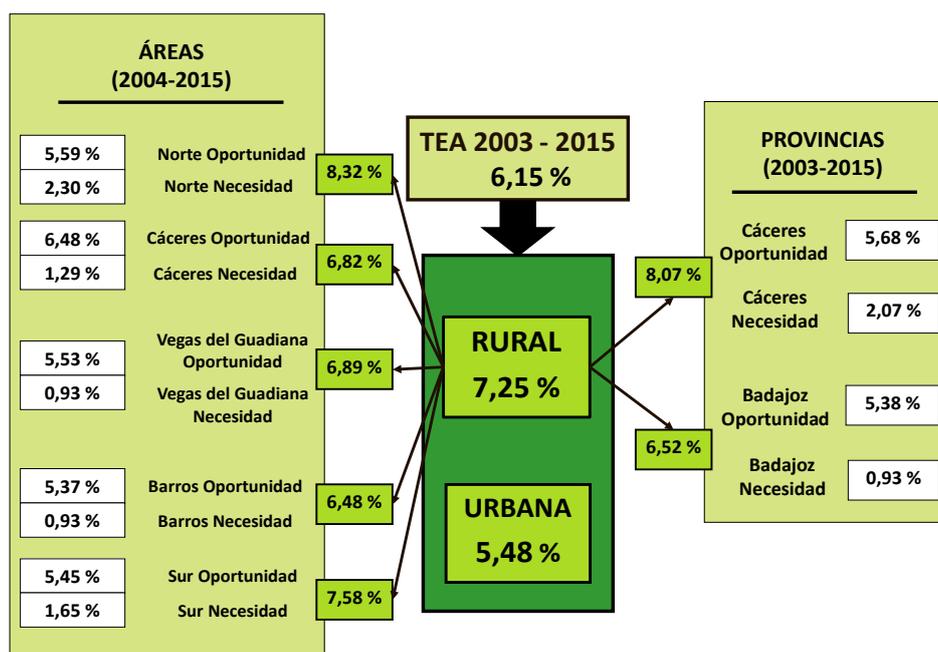


### Actividad emprendedora

Entre los años 2003 y 2015, la media de individuos que han decidido comenzar un negocio en Extremadura es del 6,2%. Esta actividad emprendedora, está presente de forma más acusada en el mundo rural, donde el porcentaje de emprendedores representa un 7,3%, frente al mundo urbano, que ofrece un dato del 5,5%.

Si centramos el foco de estudio exclusivamente en ámbito rural extremeño, observamos cómo la provincia de Cáceres, es más emprendedora que la de Badajoz, presentando un 8,07% de emprendedores frente a un 6,52%. Estas diferencias provinciales, se pueden explicar por dos motivos. En primer lugar, la propia evolución de las áreas geográficas de cada provincia, y en segundo lugar, por la motivación para emprender. Respeto a la motivación, el número de emprendedores que comienzan un negocio como respuesta a la identificación de una oportunidad, son bastante parejos entre Cáceres (5,68%) y Badajoz (5,38%), pero en lo que respecta a aquellos individuos que se han embarcado en un negocio impulsados por la necesidad, los porcentajes son más dispares, puesto que en Cáceres representan más del doble que en Badajoz (2,07% frente al 0,93%).

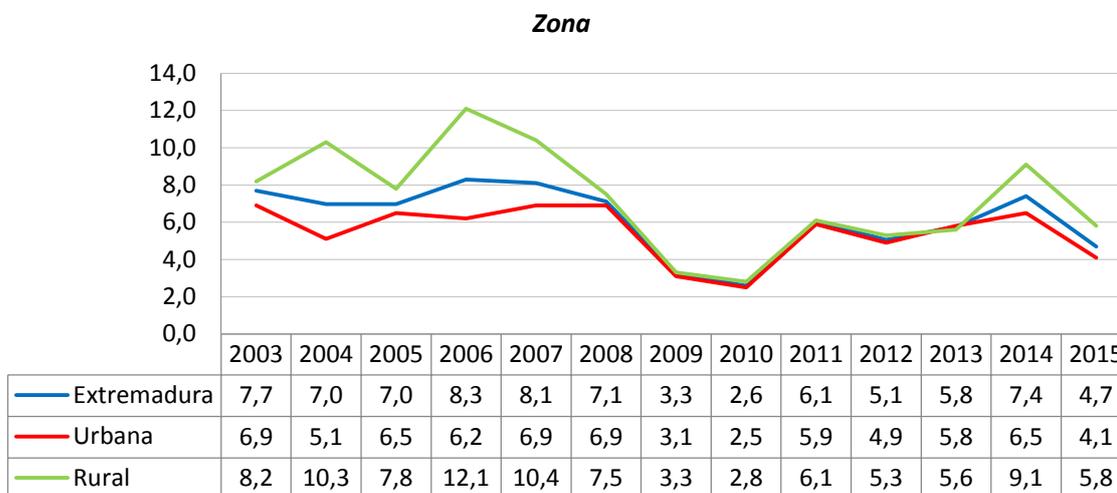
FIGURA 1.2. Extremadura rural por áreas, zonas y provincias. TEA (2003-2015).

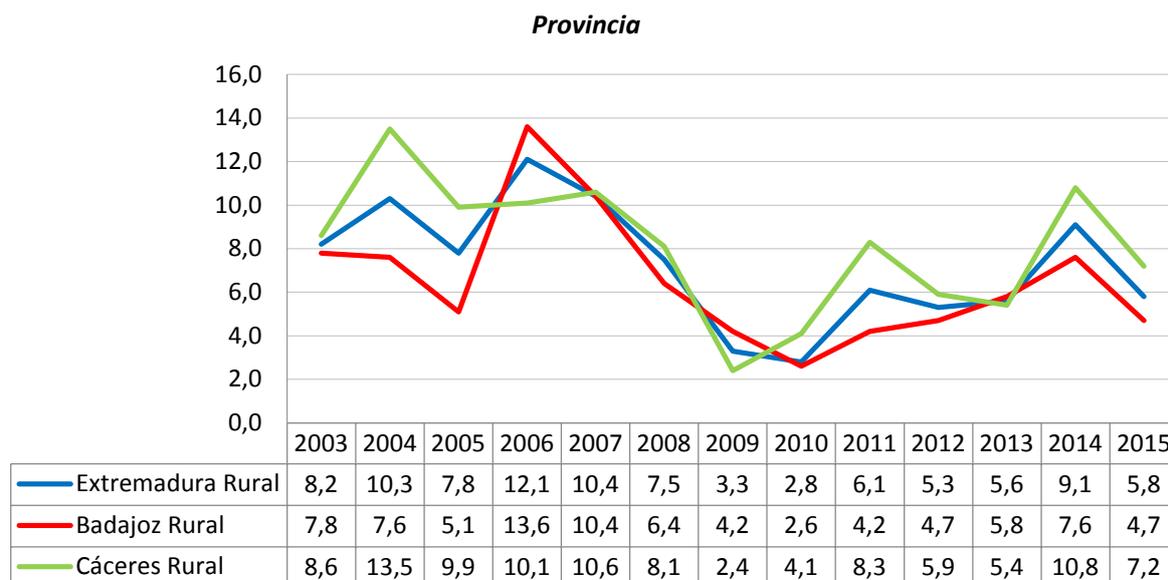


Al distinguir las áreas de Extremadura, las mayores tasas de creación de empresas se encuentran en los polos de la región, esto es, en el área Norte (8,32%) y en el área Sur (7,58%), seguidas de las Vegas del Guadiana (6,82%), la zona de Cáceres (6,82%), y por último, el área de Barros (6,48%), espacio geográfico con peor evolución para el intervalo temporal analizado, tal como se detallará en próximos apartados.

No sólo es relevante analizar la cantidad de emprendedores, sino la calidad de sus iniciativas. Una de las formas de comparar este aspecto cualitativo, es calcular el porcentaje de iniciativas empresariales exclusivamente motivadas por la oportunidad, respecto al total de iniciativas. Con este criterio, el área de Barros, en términos medios, y para el período 2004-2015, lidera la calidad del emprendimiento, con un 85,49% de negocios creados por oportunidad, seguido de las Vegas del Guadiana (82,29%) y Cáceres (80,64%), siendo las áreas Norte (67,19%) y Sur (67,55%) las que tienen un mayor emprendimiento por necesidad. En cualquier caso, las tasas de oportunidad predominan sobre las de necesidad, tal como corresponde a una economía desarrollada.

GRÁFICO 1.1. Evolución de la TEA rural de las zonas y provincias de Extremadura. Período 2003-2015.



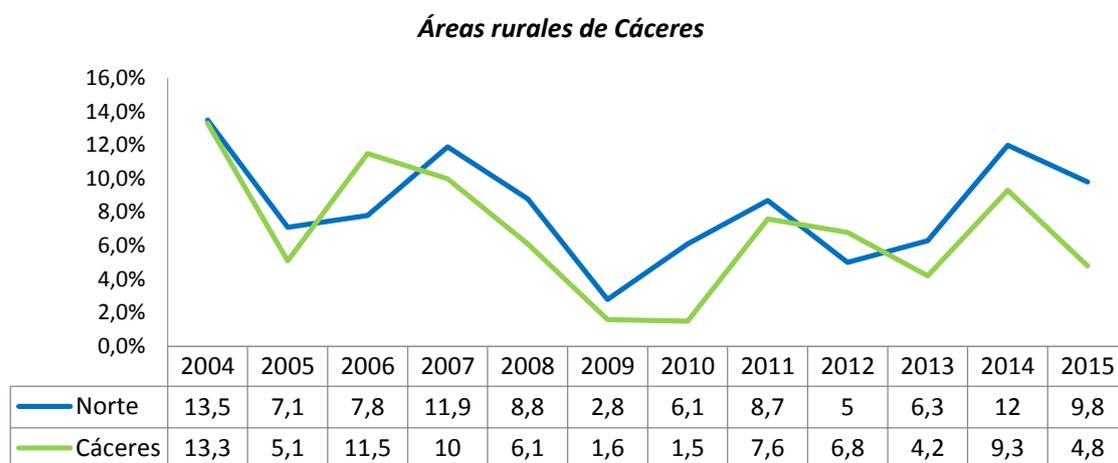


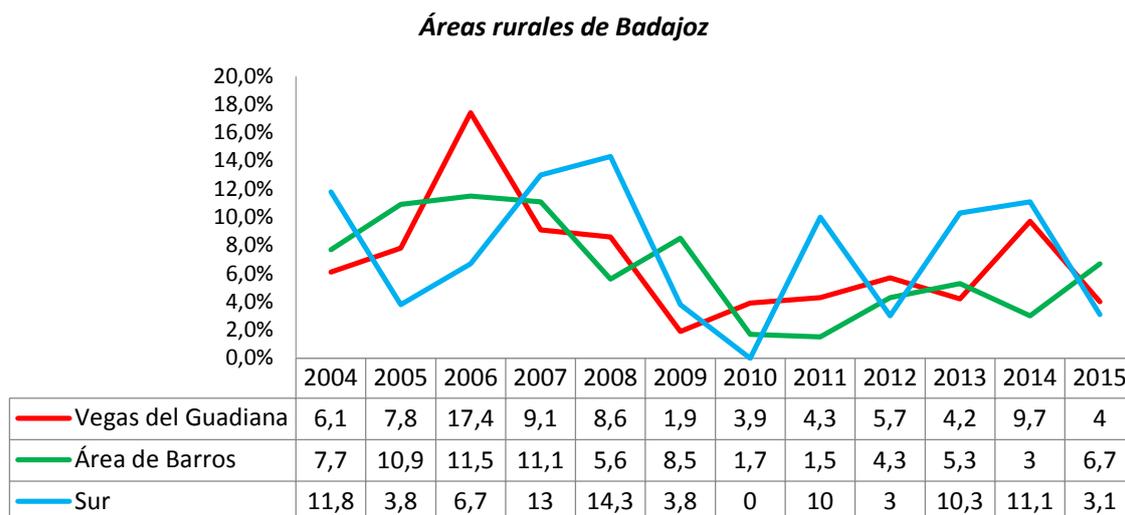
La evolución temporal de las tasas de actividad emprendedora en las zonas rurales y urbanas muestra un patrón similar que consiste en una caída ininterrumpida de 2006 a 2010 en el ámbito rural, y entre 2008-2010 en el urbano, para evolucionar posteriormente a un crecimiento sostenido en ambas zonas de 2010 a 2014. En 2015, se ha producido una bajada generalizada en ambas zonas. Si bien, la diferencia fundamental es que en la época de retroceso las actividades rurales partían de un nivel más alto que las urbanas, cayendo al final a niveles análogos. La recuperación no se ha desarrollado de la misma forma. Mientras que en el ámbito urbano se ha alcanzado ya la tasa media anterior a la crisis (5,28% vs. 5,31%), en el entorno rural aún no se ha conseguido (7,96% vs. 6,45%).

La primera impresión destacable al comparar la evolución del emprendimiento rural por provincias, es que la creación de empresas en la provincia de Cáceres, ha sido superior, en la mayoría del período (8,07% vs. 6,52%). No obstante, intervalos temporales de crecimiento y decrecimiento coinciden entre las provincias, salvo en los años del 2005 al 2008, más volátiles para Badajoz, al compararlo con Cáceres.

Por otro lado, aunque ninguna de las dos provincias ha recuperado aún el valor medio anterior a la crisis económica, la provincia de Badajoz se ha acercado más que la de Cáceres al tener una media menor.

**GRÁFICO 1.2.** Evolución de la TEA rural de las áreas de Extremadura. Período 2003-2015.





El gráfico 1.2 refleja cómo han evolucionado las áreas rurales extremeñas. De forma genérica, se han producido diversas caídas en la actividad emprendedora, especialmente en el 2004-2005 (excepto en Vegas y Barros) y en el 2007-2010. En 2014 se había producido una recuperación que se ha visto frenada en 2015 en todas las zonas excepto en el Área de Barros. No obstante, el área de Cáceres y la zona Norte se mantienen en valores similares a los anteriores a la crisis económica.

### Características socioeconómicas del emprendedor rural

Este apartado pretende esbozar un perfil que nos acerque a la figura del emprendedor rural extremeño. Para ello, estudiaremos diferentes características de los individuos que han decidido emprender un negocio en el ámbito rural en el período 2003-2015, tales como el género, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta y la situación laboral previa.

Durante el período considerado, las iniciativas emprendedoras en Extremadura han sido mayoritariamente llevadas a cabo por hombres, tanto en el ámbito rural como en el urbano. Dentro del género masculino, el emprendimiento en entornos rurales ha sido superior al realizado en entornos urbanos (58,53% vs. 59,52%). Esta pauta se repite también entre el género femenino, pues las actividades iniciadas por mujeres han sido muy similares en el ámbito urbano que en el rural (41,48% vs. 40,48%).

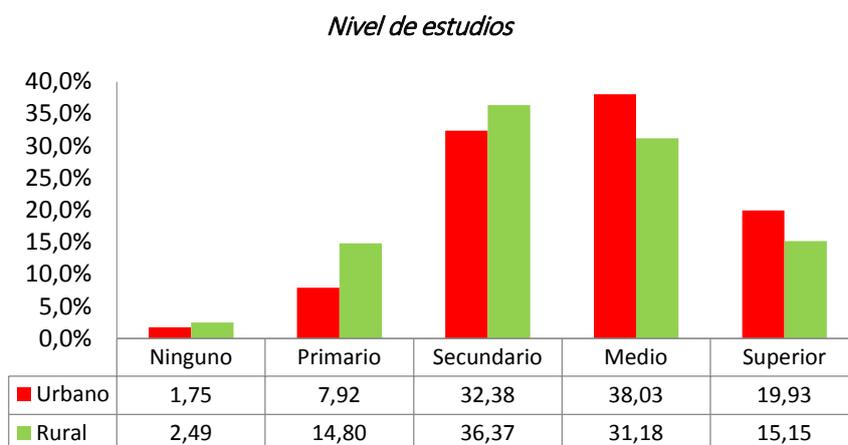
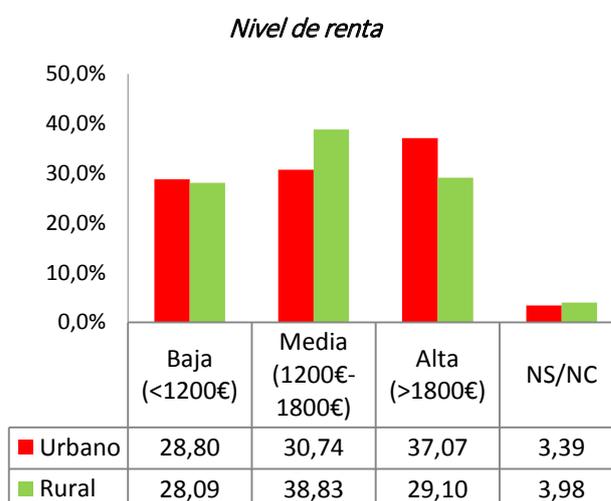
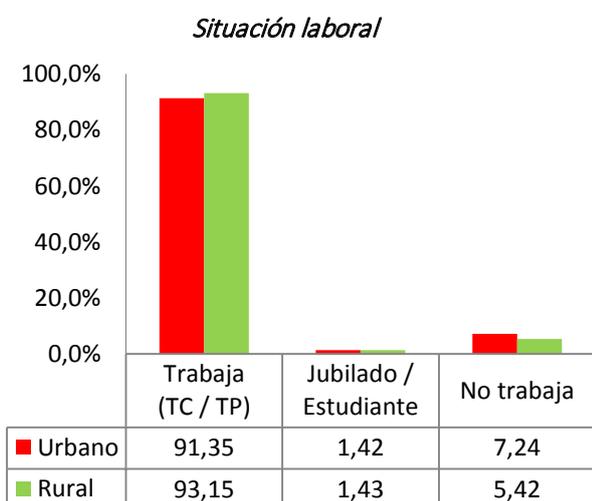
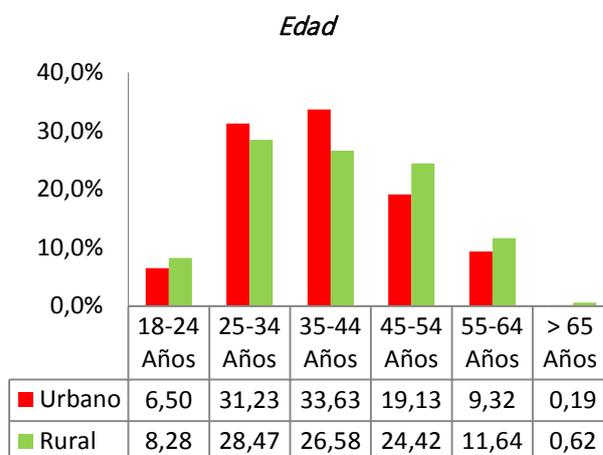
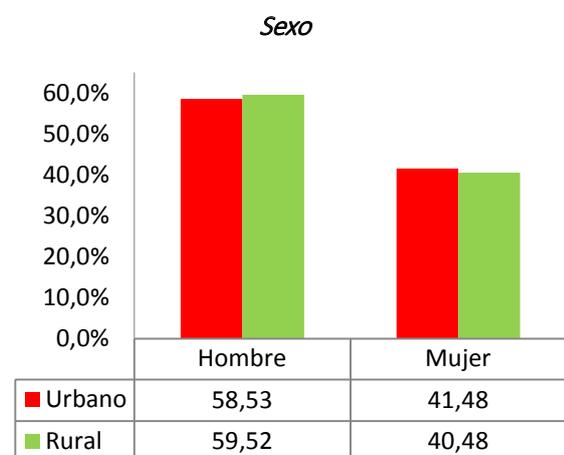
Otra característica que puede ayudarnos a conocer al emprendedor rural es la edad. En general, en el entorno rural se ha venido emprendiendo con una edad media menor que en el ámbito urbano (32,68 años vs. 37,31 años), tanto en el caso de los hombres (35,35 vs. 37,11) como de las mujeres (30,0 vs. 37,51), entre las que la diferencia es aún más acusada.

Al analizar de forma más pormenorizada los resultados, encontramos que los grupos más activos son aquéllos con edades comprendidas entre los 25 años y los 45 años, especialmente en el ámbito urbano. Sin embargo, en los entornos rurales se emprende más que en los urbanos en los grupos de más edad y en el más joven, aunque los porcentajes de personas de cada uno de ellos son de los más bajos.

Acs et al. (2012) valoran el espíritu emprendedor como el medio por el que el conocimiento se transforma en crecimiento económico. Con esta premisa, el nivel educacional del emprendedor, entendido como un posible indicador de sus conocimientos, no el único, puede ser determinante en el impacto de sus negocios. Así, podemos indicar que los empresarios rurales acometen básicamente sus empresas con una formación secundaria (36,37%), frente a una formación con estudios universitarios de grado medio por parte de los emprendedores urbanos (38,03%). No obstante, es muy significativo que un gran número de iniciativas emprendedoras se hayan llevado a cabo durante estos años por personas con una titulación universitaria, tanto en el ámbito urbano (57,96%) como rural (46,33%), aunque en éste, con un porcentaje marcadamente menor. Esto lo corrobora el escaso porcentaje de iniciativas en las que el emprendedor no posee ningún tipo de estudios (1,75% vs. 2,49%), lo que pone de

manifiesto cada vez más, la importancia de la formación del futuro empresario para poder acceder a la actividad emprendedora.

GRÁFICO 1.3. Características socioeconómicas del emprendedor rural. Período 2003-2015.



En cuanto al poder adquisitivo, en el emprendedor extremeño del ámbito rural predomina el nivel de renta medio, mientras que en el urbano prevalece el nivel alto. No obstante, ambos grupos están muy parejos al considerarlos en conjunto. Es decir, el 67,81% de los emprendedores urbanos tienen un nivel de renta medio-alto, mientras que en el emprendedor rural es el 67,93% el que tiene un nivel de renta medio o alto.

Por otro lado, la inmensa mayoría de los emprendedores, tanto urbanos como rurales (91,35% vs. 93,15%) están trabajando, a tiempo completo o a tiempo parcial, a la hora de crear sus empresas, siendo mínimas las iniciativas desarrolladas por estudiantes o jubilados. A pesar de que el grupo de emprendedores que no trabaja es también reducido (7,24% urbano vs. 5,42% rural), ha experimentado un crecimiento notable desde el 2011, en el que sus porcentajes medios eran del 3,52% para el ámbito urbano y el 1,09% en el ámbito rural. En este sentido, parece que la motivación que está detrás de este incremento de emprendedores que no trabajan es la necesidad, como confirman los planteamientos de la llamada hipótesis “push”, según la cual la iniciativa emprendedora nace como respuesta a altas tasas de desempleo (Congregado et al., 2012).

A modo de resumen, podemos señalar que el perfil medio del emprendedor rural extremeño responde al de un hombre, de aproximadamente 33 años, con estudios secundarios o de grado medio universitario, que tiene un nivel de renta que oscila entre 1.200 € y 1.800 €, que trabaja a tiempo completo o parcial y que reside fundamentalmente en la zona norte de la provincia de Cáceres.

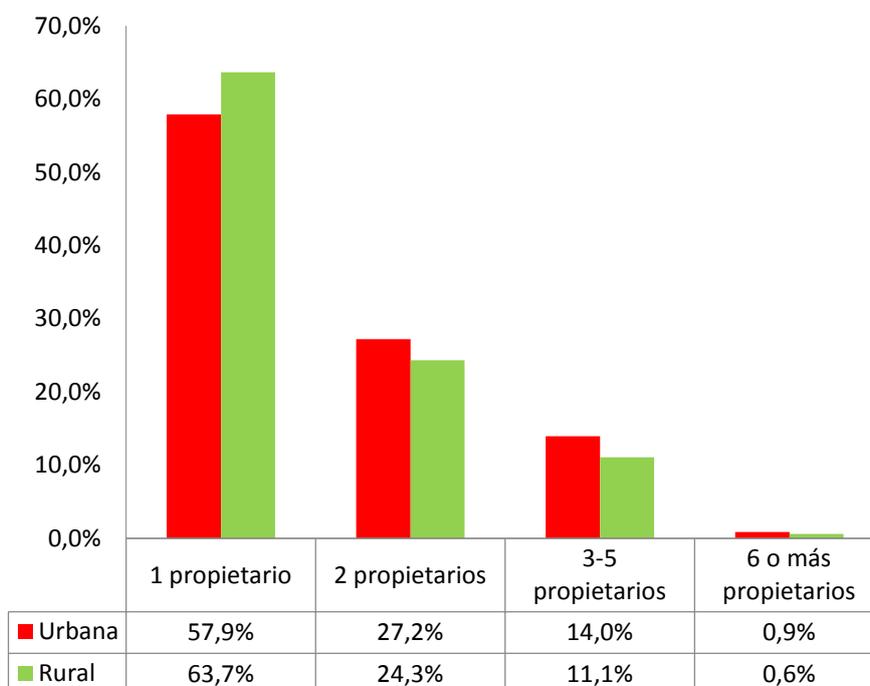
### Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor

Si el apartado anterior se ha centrado en estudiar a la figura del emprendedor, el presente apartado tiene como objetivo aproximarse al resultado de sus actos, no sólo desde el punto de vista del tipo de negocios que establecen, sino también el modo de conseguirlo, si lo han llevado a cabo solos o con socios, el sector en el que se establecen, el capital aportado personalmente, etc.

### Número de socios

Entre los años 2003 y 2015, el 63,7% de la iniciativas emprendedoras rurales se llevaron a cabo con un único propietario, el 24,3% con dos y en el 11,7% restante, con tres o más propietarios. Más de la mitad de los negocios, tanto rurales como urbanos, se emprendieron en solitario. Aunque las diferencias no muy grandes entre el ámbito rural y el urbano, si es posible apreciar una mayor tendencia al individualismo por parte de los empresarios rurales.

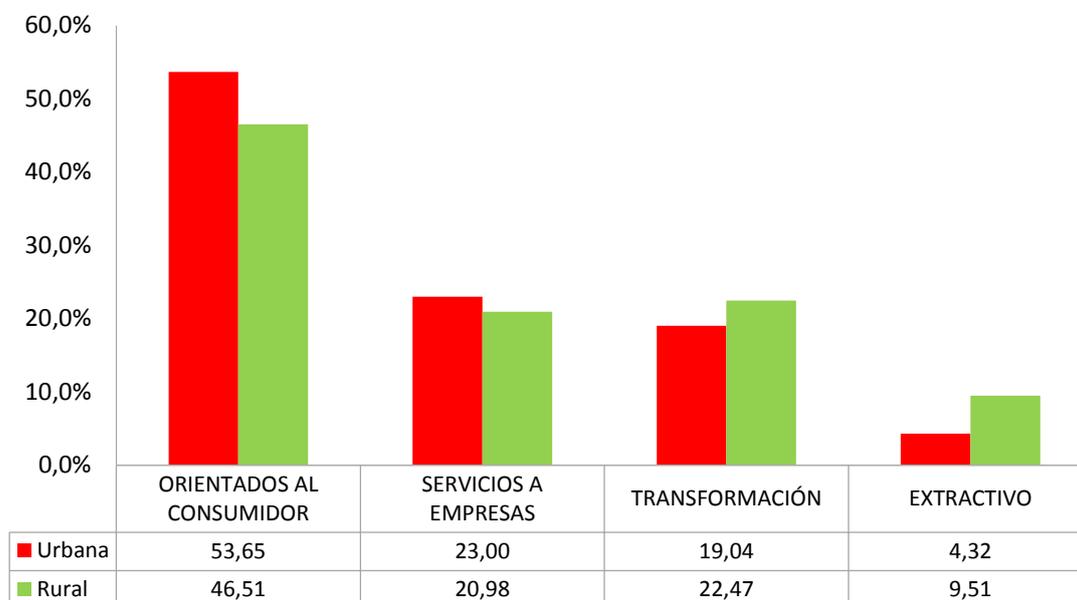
GRÁFICO 1.4. Número de socios de la empresa. Período 2003-2014.



## Distribución sectorial<sup>4</sup>

Como observamos en el gráfico 1.5, los emprendedores optan mayoritariamente por sectores orientados al consumidor, tanto en el ámbito rural como en el urbano, aunque esta inclinación es significativamente mayor en los entornos urbanos, con una diferencia de más de 7 puntos frente al rural. Esta diferencia se compensa con una mayor creación de empresas rurales en los sectores extractivo y de transformación.

GRÁFICO 1.5. Distribución sectorial de la actividad emprendedora (%). Período 2003-2015.



## Financiación

La literatura científica ha relacionado fuertemente la capacidad del acceso al crédito, por parte de los futuros empresarios, a la actividad emprendedora. En un reciente estudio Aparicio et al. (2016) ofrecen evidencia empírica de la relación entre el emprendimiento productivo (entendiendo como productivo a aquél que genera crecimiento económico) y el acceso a la fuentes de financiación.

Es por este motivo, que el presente estudio analiza la capacidad o necesidad de financiación de las personas implicadas en el comienzo de un negocio, distinguiendo por un lado, el capital que es necesario para crear una empresa (capital semilla), y por otro, qué parte de dicha inversión es aportada por el propio emprendedor.

### Capital necesario para crear una empresa rural

En valores medios para el período 2003-2015, las empresas rurales han necesitado un capital de 76.641 € para poder comenzar. De esta cantidad, el emprendedor ha aportado 67.066 € de sus propios recursos financieros, lo que supone que se ha autofinanciado fuertemente, en concreto el 87,61% de la inversión inicial.

Esta circunstancia contrasta fuertemente con el escenario urbano, donde si bien la cantidad que requiere comenzar un negocio es algo mayor a la necesitada en el ámbito rural (80.523€ vs. 76.641€), el emprendedor urbano ha contado con mucho mayor apoyo financiero externo, de tal suerte que sólo ha aportado el 45,53%.

<sup>4</sup> **Extractivos:** Sector agropecuario, caza, pesca y minería. **Transformación:** Sector manufacturero, transporte, construcción, venta al mayor y comunicaciones. **Servicios Comerciales:** Servicios de intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias y servicios a profesionales. **Servicios Orientados al Consumidor:** Venta al detalle, restauración, hostelería, servicios al consumidor, enseñanza, salud y servicios sociales.

**TABLA 1.2.** Capital necesario y capital propio a invertir por el empresario extremeño.  
Valores estadísticos medios. Período 2003-2015.

Valores medios	Capital necesario para arrancar el negocio (€)		Capital propio total que se invierte (€)		Capital propio total que se invierte (%)	
	Urbano	Rural	Urbano	Rural	Urbano	Rural
Media	80.522,7	76.640,8	36.659,0	67.065,9	45,53%	87,51%
Moda	15.000,8	65.939,9	11.153,5	61.922,8	74,35%	93,91%
Capital mínimo	6.258,6	9.822,9	2.485,3	7.899,8	39,71%	80,42%
Capital máximo	457.307,7	255.411,9	307.615,4	128.561,8	67,27%	50,34%

Estos datos permiten dos interpretaciones, que bien pueden coexistir. En primer lugar, la mayor capacidad financiera del empresario rural frente al urbano. En segundo lugar, que los emprendedores rurales encuentran mayores dificultades para el acceso a la financiación, por lo que aportan la mayor parte del capital necesario.

### El inversor informal rural

Cuando hablamos de fuentes de financiación, la figura recurrente se identifica con las instituciones financieras, tales como los bancos o entidades de crédito. Pero en los últimos tiempos, se ha puesto de manifiesto un nuevo tipo de proveedor de recursos, que siempre estuvo ahí, pero al que probablemente no se haya reconocido su importancia: se trata del inversor informal.

Según la metodología GEM, éste es aquel que en algún momento de los últimos tres años, ha destinado fondos personales a que otras personas inicien un negocio. Se trata de un inversor privado que provee de capital a personas con las que a menudo mantiene un vínculo estrecho (amigos, familiares, etc.), y que normalmente no espera un retorno de la inversión, y en ciertos casos, ni siquiera recuperar el capital invertido.

Otra modalidad es el llamado “business angel”, que sí invierte de manera profesional buscando un beneficio en la inversión realizada. El inversor privado extremeño en el ámbito rural es fundamentalmente un inversor informal que actúa de una manera no profesional, suele ser hombre de unos 41 años, que invierte de media unos 11.749 €, frente a los 15.974 € del inversor informal urbano, hombre de unos 43 años.

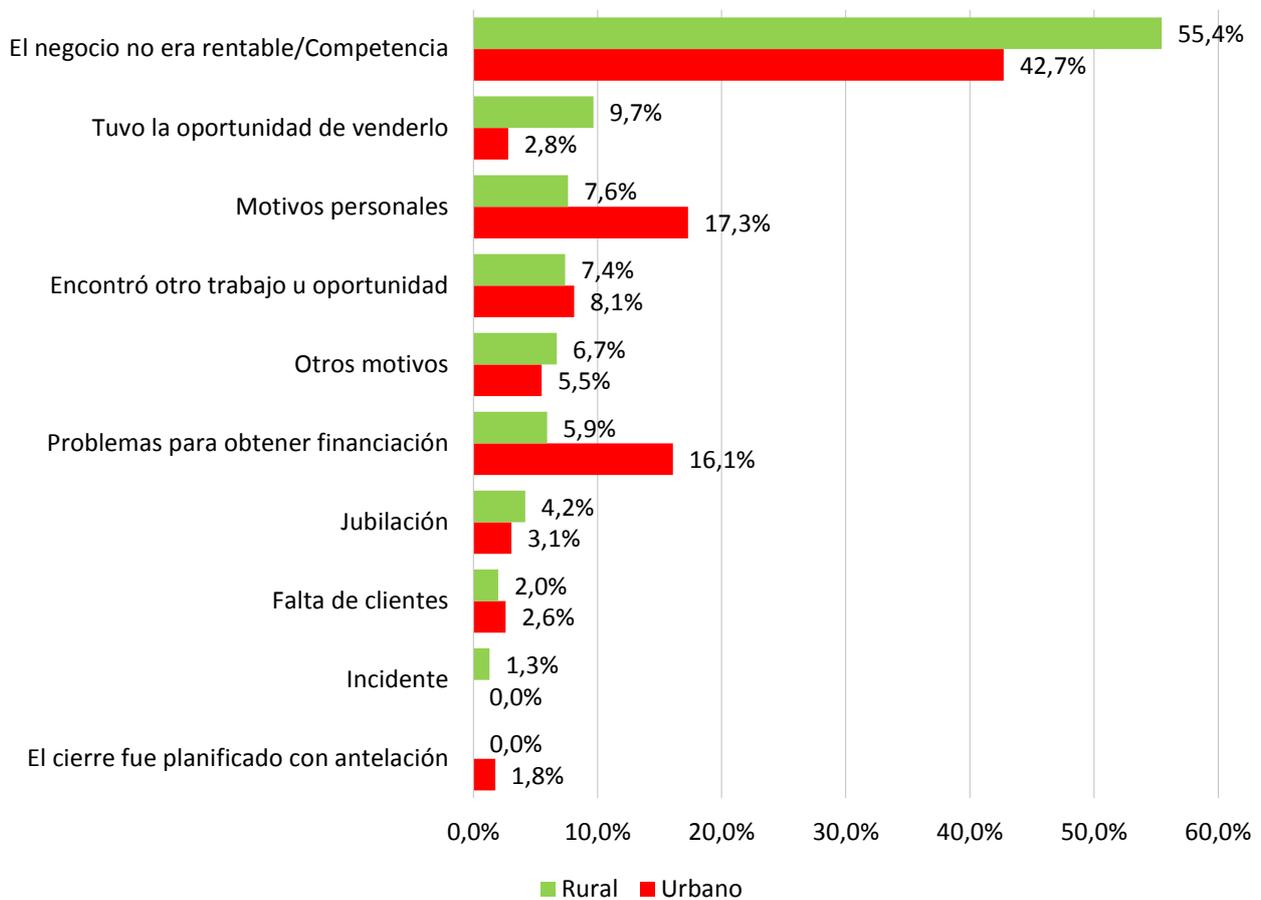
### Razones del abandono de la actividad emprendedora

La encuesta GEM ha profundizado en el concepto de “cierres de negocio”, con la finalidad de analizar los principales motivos que han llevado al empresario rural extremeño a abandonar o cesar la actividad empresarial que estaba realizando.

La tabla 1.3, desglosa las principales razones argumentadas por los empresarios extremeños rurales para abandonar la actividad en el período 2005-2015. De forma mayoritaria (más de un 50% de los casos), la razón aducida ha sido que el negocio no resultaba rentable, incluyendo el nivel de competencia. Al comparar este dato con su homónimo urbano, se aprecia que para el último grupo, y a pesar de que también es la principal causa de abandono, el porcentaje de casos es mucho menor que en el caso rural (42,73% vs. 55,45%).

Otros puntos de contraste entre los dos ámbitos, se cifran, por un lado, a la oportunidad de vender el negocio, que tuvo mayor influencia para los empresarios rurales, mientras que los motivos personales supusieron un argumento de abandono con más del doble de peso para las empresas urbanas frente a las rurales (19,03% vs. 8,38%).

GRÁFICO 1.6. Motivos del cierre de las iniciativas emprendedoras rurales. Período 2005-2015.



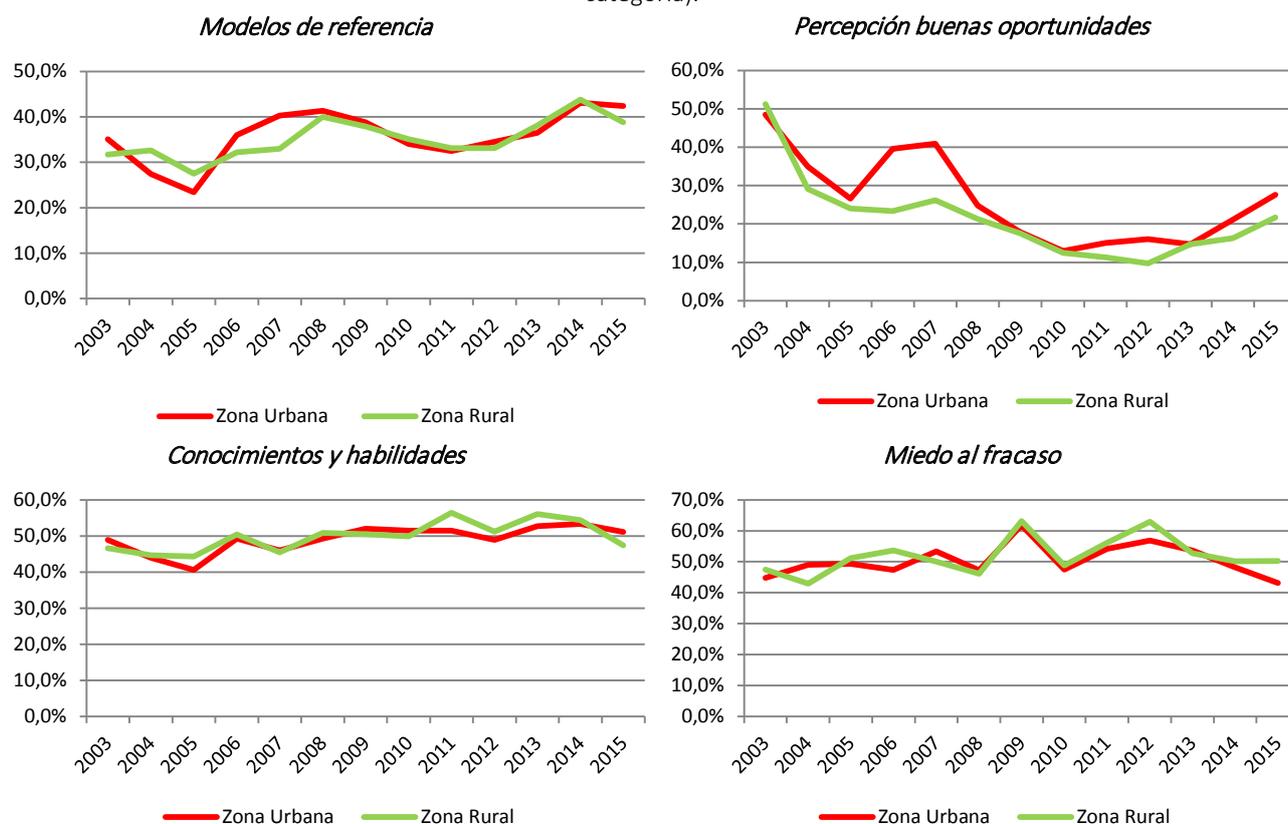
## 2. ACTITUDES Y MOTIVACIONES DEL EMPRESARIO RURAL

El emprendimiento no es un proceso aislado, sino más bien el resultado de la interacción de las características de los emprendedores y del entorno que les rodea. A la vez, la distinción entre áreas urbanas y rurales constituye un paso importante para entender los determinantes del emprendimiento, ya que en el caso de las segundas existen más obstáculos a la actividad emprendedora como la falta de acceso a recursos financieros, menor concentración de conocimiento o despoblación (Capelleras et al., 2013). Por ello, en este capítulo se analizarán una serie de características de la población rural extremeña, en comparativa con la urbana, a fin de analizar los factores favorables o no al emprendimiento, como conocer personalmente a otros emprendedores, la percepción de buenas oportunidades para emprender, la posesión de conocimientos y habilidades para crear una empresa, el nivel de aversión al riesgo percibido, el reconocimiento social a la carrera emprendedora y qué la motiva.

### Actitudes y percepciones emprendedoras

En general, las actitudes y percepciones medidas por las encuestas realizadas entre la población extremeña con edad comprendida entre los 18 y 64 años desde el año 2003 al 2015, muestran valores muy parecidos en el entorno rural y urbano, excepto en la percepción de oportunidades, en las que se perciben mayores oportunidades en el ámbito urbano que en el rural (26,20% vs. 21,45%). En este sentido, el porcentaje de población que percibe buenas oportunidades de negocio muestra una gran caída en los años analizados, que ha empezado a recuperarse desde los años 2012/13. Hay diferencias significativas entre las zonas urbana y rural, que se ha mantenido casi siempre por debajo de las expectativas urbanas. Así, este valor ha pasado de estar muy próximo al 50% en 2003 en ambas zonas, a situarse en un 21,10% en las áreas urbanas y un 16,30% en las rurales.

**GRÁFICO 2.1.** Evolución de las actitudes y percepciones emprendedoras por zona (% de respuestas afirmativas en cada categoría).



Además, resulta llamativo que en los años previos a la crisis es cuando más se distancia el porcentaje urbano del rural (más de 10 puntos porcentuales), mostrando el mayor crecimiento del período, lo cual da indicios de que en épocas de bonanza económica entre la población urbana se incrementa mucho más la percepción de oportunidades de negocio que la rural, a pesar de contar con similar influencia de referentes cercanos.

Por otro lado, el conocimiento de empresarios por parte de la población muestra valores similares en el medio rural y el urbano (35,15% vs. 35,79%). En torno al 30%-40% de la población ha tenido algún referente emprendedor cercano, proporción creciente desde el 2011, a pesar de la bajada de 2015, y con un comportamiento bastante similar entre ambos entornos.

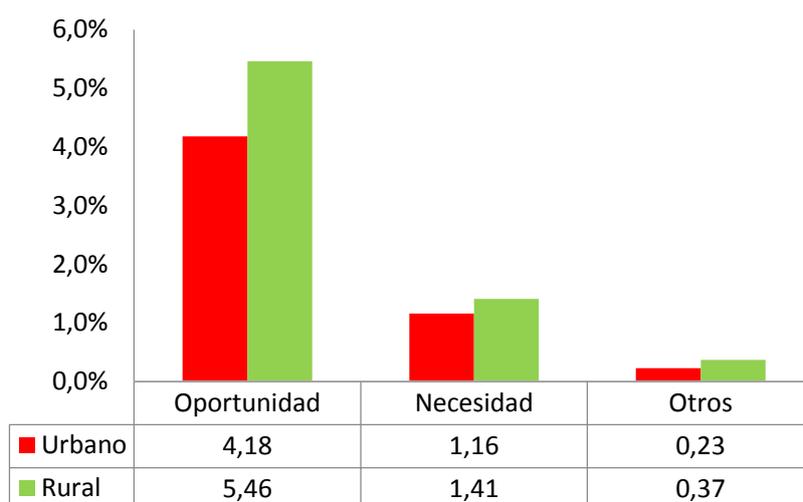
Respecto a la posesión de los conocimientos y habilidades necesarios para iniciar un negocio, es de destacar que se trata de los valores más estables en el tiempo (49,6% vs. 49,87%), ya que es la serie donde se producen los cambios menos bruscos. De tal forma que, en la mayor parte del período analizado, el porcentaje de personas encuestadas que ha percibido tener tales atributos ha rondado el 50%, superándose este valor ligeramente en los dos últimos años. Si bien se solapan en general las proporciones del ámbito urbano y rural, en el caso de éste último aumenta algo más desde el 2011.

Por último, es posible apreciar que la proporción de personas con aversión al riesgo inherente al fracaso de la creación de una empresa toman pesos cercanos en la población urbana y rural a lo largo de los años analizados (50,50% vs. 51,96%). Este aspecto constituye una preocupación para la mitad de las personas encuestadas, que arrecia en los años inmediatos al comienzo de la crisis, alcanzando valores que superan el 60%, mostrando más inestabilidad desde entonces.

### Motivación para emprender

A la vista de la información recogida en el gráfico 2.2, relativa al porcentaje de los emprendedores extremeños encuestados, tanto del medio urbano como rural, destaca con diferencia, la mayor proporción de las iniciativas llevadas a cabo para aprovechar una oportunidad de negocio. Es decir, en la región, la mayor parte de los emprendedores inicia una actividad empresarial motivada por la percepción de que existen oportunidades de negocio no aprovechadas por las empresas existentes; si bien, el mayor peso se aprecia en el ámbito rural, con una diferencia de algo más de un punto porcentual respecto al urbano. Al observar el emprendimiento por necesidad, las diferencias son escasas en los porcentajes de la población urbana y rural, aunque hay una diferencia de 0,25 puntos más en el ámbito rural. Prácticamente un quinto de las iniciativas emprendedoras de la región se han llevado a cabo en estos trece años por falta de otras opciones laborales.

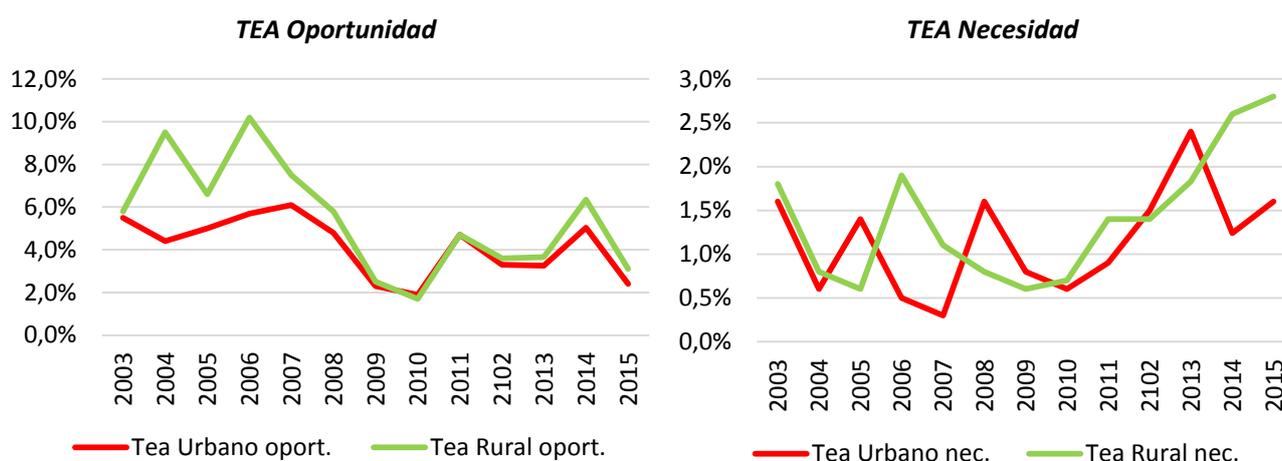
**GRÁFICO 2.2.** Porcentaje de personas que emprenden en zonas urbanas o rurales según el tipo de motivación. Período 2003-2015.



A continuación, el gráfico 2.3 desagrega la información anterior por años para el emprendimiento por oportunidad y necesidad. Refiriéndonos al primero, llama la atención que la mayor proporción observada en la zona rural respecto a la urbana está explicada fundamentalmente por la participación en los períodos previos a 2007 pues, desde entonces, se produce una caída en la que se iguala la cantidad de emprendedores por

oportunidad en el medio urbano y rural, con un comportamiento muy cercano hasta prácticamente el final del período. Todo lo cual indica que en los períodos de auge económico, en el ámbito rural extremeño, han sido percibidas más oportunidades de negocio que en el urbano, pudiendo explicarse por la menor competencia y concentración poblacional existente en el primero; pero en 2007 se resienten mucho más las oportunidades para los emprendedores rurales que para los urbanos, situación que empieza a mejorar a partir de 2012, aunque sin alcanzar el nivel de los primeros años. Al observar el emprendimiento por necesidad, se aprecia mayor inestabilidad, lo cual responde a la propia naturaleza de este tipo de actividad, ya que estos emprendedores suelen abandonarla cuando aparecen opciones laborales. Además, presenta una tendencia creciente en los últimos años, tanto para el caso urbano como el rural, lo que puede ser una respuesta a los graves problemas de desempleo que viene afrontando el país y, en concreto, la región. En el último año analizado el emprendimiento por necesidad ha vuelto a crecer, pero más en la zona rural.

GRÁFICO 2.3. Porcentaje de iniciativas emprendedoras según la motivación y zona urbana o rural.



Otra motivación importante que condiciona la iniciativa emprendedora es la percepción existente sobre el grado de reconocimiento social a esta actividad, así como la existencia de una necesidad interna que cobra forma en esta opción de carrera. Por ello, en la tabla 2.1 se ofrece información sobre las percepciones medias del emprendimiento como carrera profesional, tanto individuales como a nivel social en el período analizado. Así, es de destacar que más de la mitad de los encuestados aprueba la acción de crear una empresa como una opción profesional deseable, afirmando que su éxito proporciona un alto estatus social, así como que garantiza equidad en los estándares de vida de la comunidad, tratándose de valores muy cercanos entre el ámbito urbano y rural. El único caso en el que se aprecian proporciones por debajo del 50% es para el de la atención percibida que los medios de comunicación otorgan a las noticias sobre emprendimientos, ya que ronda el 44% los encuestados que respondieron positivamente, tanto de la zona urbana como rural.

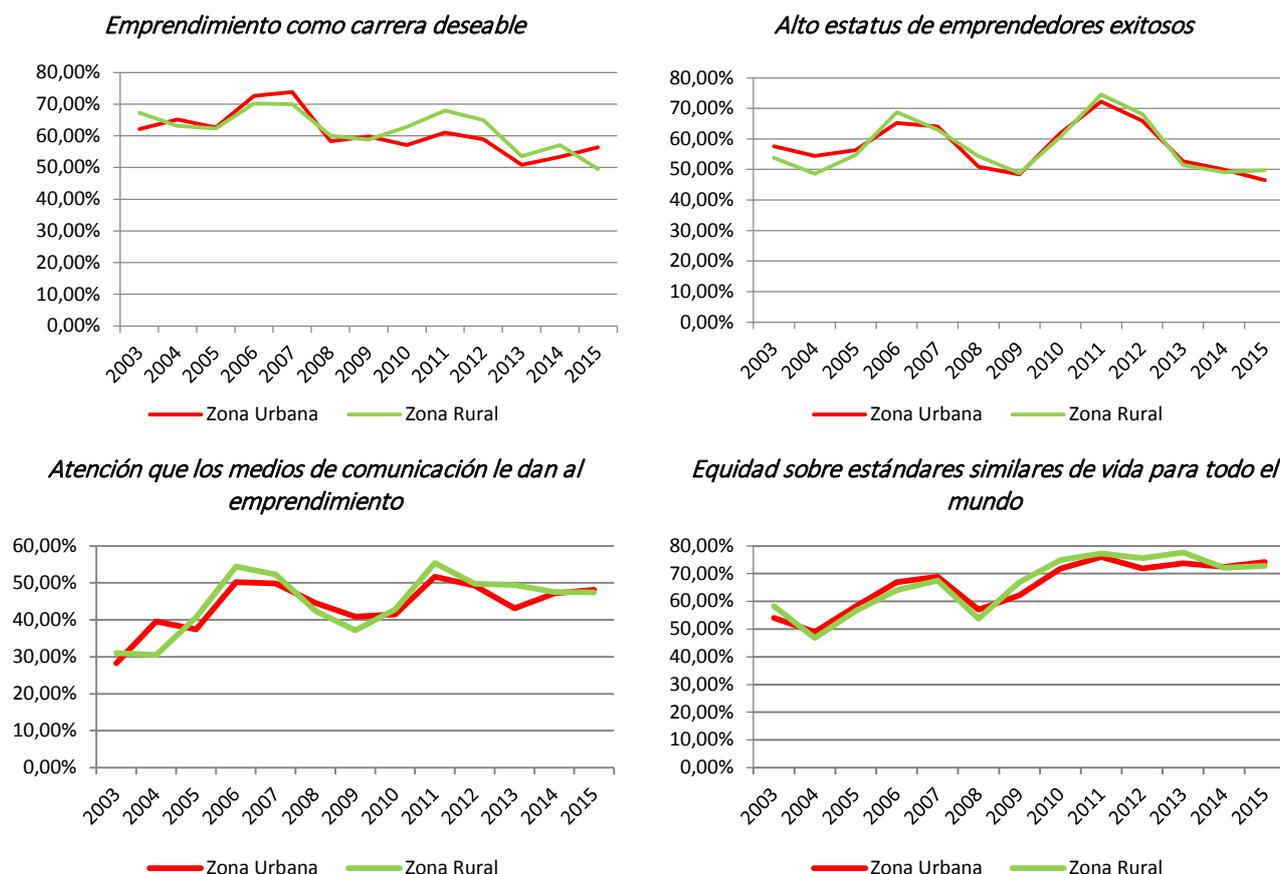
TABLA 2.1. Percepción media del emprendimiento como carrera deseable, status, atención de los medios de comunicación y equidad de estándares de vida similar (% de respuestas afirmativas en relación al total de respuestas). Período 2003-2015.

Emprendimiento como opción de carrera deseable		Alto estatus a los emprendedores exitosos		Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento		Equidad sobre los estándares de vida en Extremadura	
Zona Urbana	Zona Rural	Zona Urbana	Zona Rural	Zona Urbana	Zona Rural	Zona Urbana	Zona Rural
60,92	62,12	57,38	57,35	43,98	44,68	65,88	66,50

Para continuar con el análisis, se desagrega la información anterior por años, tal como muestra el gráfico 2.4. A la vista de los resultados destaca, a priori, que la evolución de tales indicadores durante el período indicado es bastante similar en el ámbito urbano y rural, así como en todos los casos se evidencia una disminución o estancamiento de los valores en el intervalo 2008-2009, lo que indica posible asociación al ciclo económico existente. Respecto a la proporción de personas encuestadas que percibe la apertura de un negocio como una buena opción profesional, ésta excede el 60% en la mayor parte de los años hasta 2012, alcanzando incluso el 70% en los años 2006-2007 para el caso rural y algo más para el urbano. Si bien, esta situación se revierte en la

segunda mitad del período, donde el porcentaje rural supera al urbano. A su vez, aunque en torno al 50% o más de la población rural o urbana, coinciden para todo el período en que una carrera emprendedora exitosa otorga un alto estatus social, lo cierto es que estas percepciones presentan ciertos altibajos, como las caídas que aparecen en los años 2008 y 2012. Por último, desde el 2009 en adelante se aprecia una recuperación del peso relativo de los encuestados que opinan que los medios de comunicación prestan una cobertura adecuada a la información sobre emprendedores de éxito; a la vez que se constata la tendencia creciente del porcentaje de extremeños que considera que todo el mundo debe tener unos estándares de vida similares, lo que pone de manifiesto un deterioro de la actitud emprendedora de la sociedad extremeña.

**GRÁFICO 2.4.** Evolución de la percepción del emprendimiento como carrera deseable, status, atención de los medios de comunicación y equidad de estándares de vida similar. Período 2003-2015.



Como cierre a este capítulo, cabe concretar que, a pesar de que una proporción elevada de los extremeños encuestados cree tener los conocimientos y habilidades necesarias para iniciar un negocio, así como muchos han tenido un referente emprendedor cercano, la percepción de buenas oportunidades de negocio ha disminuido de manera significativa a lo largo del período contemplado, tanto en el medio urbano como rural, habiendo arreciado después de la crisis, siendo menor la proporción correspondiente al entorno rural, en general. A su vez, esto se refleja en el miedo al fracaso, que dicen percibir más de la mitad de los encuestados en la mayor parte de los años, con un comportamiento similar en el espacio urbano y rural. No obstante, un valor positivo es la mayor proporción, con diferencia, del emprendimiento de oportunidad, tanto en la zona urbana como rural, aunque ésta última supera a la anterior. Así como también la mayor parte de los encuestados, ya sean de medios rurales o urbanos, considera el emprendimiento como una adecuada carrera profesional, cuyo éxito permite un importante reconocimiento social.

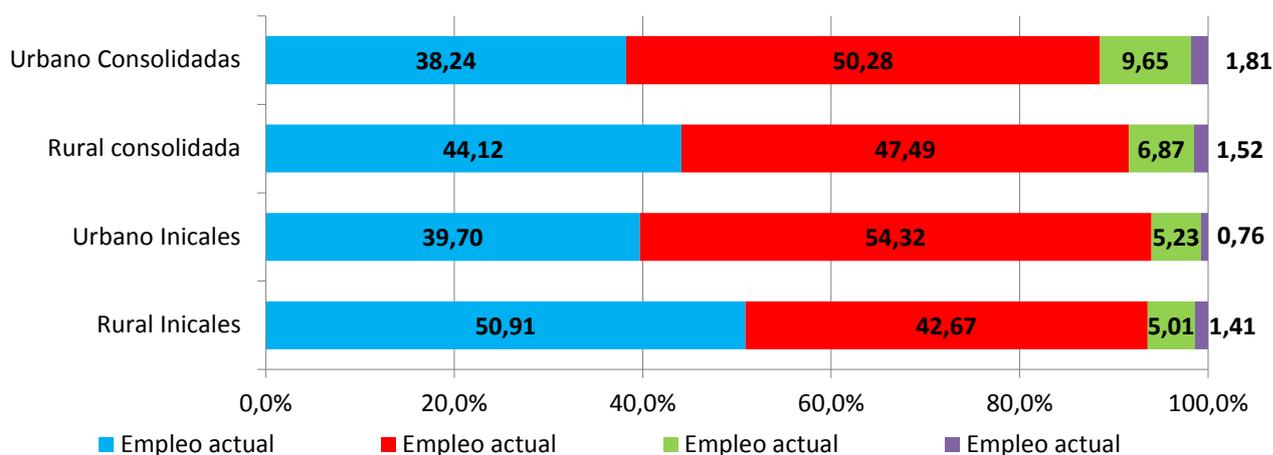
### 3. ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS DEL EMPRESARIO RURAL

Las expectativas de beneficios futuros siempre subyacen a la decisión de crear una empresa. Es decir, los individuos solo deciden invertir su tiempo y capital en poner en marcha un nuevo negocio si tienen aspiraciones de éxito; algo que no solo condiciona la creación de la empresa, sino también muchas de las acciones subsecuentes que se llevarán a cabo a lo largo del proceso emprendedor (Cassar, 2010). Por ello, el análisis de las aspiraciones que mueven a los emprendedores extremeños se erige como algo indispensable si se pretende explicar la evolución del emprendimiento de la región, razón por la que se destina este capítulo a estudiar una serie de indicadores relativos a las expectativas de los empresarios rurales desde dos ámbitos: la posibilidad de generar empleo actualmente y en el futuro y las opciones de competir, distinguiéndose entre iniciativas urbanas y rurales. Además, en ambos casos se ordenarán los resultados según la fase de emprendimiento de que se trate, diferenciándose entre empresas nacientes y consolidadas, siguiendo la clasificación que establece el proyecto GEM.

#### Empleo

El gráfico 3.1, aúna información del empleo actual, es decir, el número de asalariados que posee la empresa sin incluir al empresario, y del tamaño de la plantilla desagregado (0, 1-5, 6-19 y 20 o más empleados). Observamos en él las diferencias fundamentales entre el ámbito rural y el urbano en términos de trabajadores contratados actualmente en la fase inicial del negocio y la consolidada. Así, mientras que el 50,91% de las empresas rurales creadas recientemente no cuenta con empleado alguno, poco más de esa proporción (54,32%) representa la cantidad de negocios urbanos que ha contratado entre 1 y 5 empleados durante el período analizado. A la vez, son más cercanos los valores si se trata de la razón relativa a las empresas rurales iniciales que han empleado entre 1 y 5 trabajadores y a las urbanas iniciales que no tienen trabajador asalariado. Sin embargo, al observar los porcentajes para las empresas consolidadas, es posible comprobar que tienden a aproximarse mucho más los valores de las rurales y urbanas, con un predominio de las plantillas que comprenden entre 1 y 5 trabajadores. En el caso de las empresas cuya cantidad oscila entre 6 y 9 trabajadores, se muestran valores cercanos en la fase inicial (en torno al 5%), tanto en el medio rural como urbano, más, en la medida en que se va consolidando la trayectoria empresarial, tal porcentaje aumenta a la vez que se amplía la brecha entre las empresas rurales y urbanas, superando las últimas a las primeras, como lo refleja el 9,65% frente al 6,87%, respectivamente. Por último, destaca la significativamente menor proporción de empresas con plantillas grandes (20 trabajadores o más), ya que en todos los casos se presentan valores por debajo del 2%.

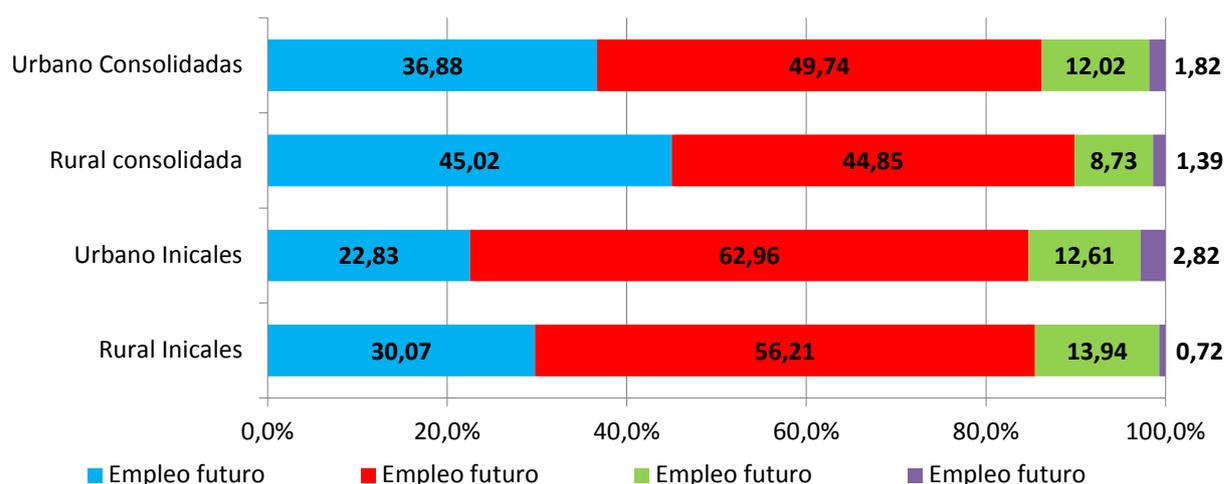
**GRÁFICO 3.1.** Porcentaje medio del número de trabajadores actuales según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.



Respecto a los datos sobre las expectativas de empleo futuro, concretamente, el empleo que se espera generar en los próximos cinco años, se aporta el gráfico 3.2, en el que destaca el peso de las plantillas entre 1 y 5 empleados. Si bien, se observa un optimismo más claro en los empresarios iniciales, tanto rurales como urbanos, ya que más de la mitad de éstos declaró la aspiración de contar con esa cantidad de trabajadores en los próximos años, proporción que alcanza casi el 63% en el caso de los urbanos. No obstante, mientras va avanzado el

proyecto empresarial, tales expectativas disminuyen, comportándose de manera similar tanto en zonas rurales como urbanas, ya que en las dos se aprecia una reducción de más de 11 puntos porcentuales al pasar en cada caso de la fase inicial a la consolidada, conservándose el mayor peso en el caso de las urbanas. Como segunda proporción más elevada, encontramos las empresas sin empleados, en la cual se aprecia una evolución contraria a la comentada anteriormente. Es decir, en la medida en la que va madurando el negocio, aumenta la cantidad de empresarios que aspira a no contratar empleados en los cinco años siguientes, con una variación de más de 14 puntos porcentuales, si bien, tanto en la etapa inicial como consolidada, la razón mayor corresponde a la zona rural, que pasa de un 30,1% a un 45,2%. Por tanto, es posible concretar que se aprecia un patrón similar, tanto en el medio rural como urbano, durante la evolución de la iniciativa emprendedora: una tendencia a la reducción de la previsión de personal en el futuro en la medida en que se consolida el proyecto, con mayor intensidad en el caso rural. Respecto a los círculos de entre 6 y 9 empleados, cabe resaltar que en el período inicial es donde se muestra la mayor participación, tanto en el caso de empresas rurales como urbanas, aunque las primeras presentan el valor más alto, situación que se revierte en la fase consolidada, ya que sólo el 8,8% de las empresas rurales consolidadas espera contar con ese número de empleados en los años venideros, mientras que para las urbanas pasa a ser del 12%. Al referirnos a los negocios que esperan contar con 20 trabajadores o más, en el caso de los consolidados se trata de proporciones similares a las empresas que actualmente tienen contratada esa cantidad (véase gráfico 3.1); mientras que en los iniciales se observa una diferencia significativa entre el caso rural y urbano. En el primero, la cantidad de empresas que aspira a mantener esa plantilla en el futuro se reduce a la mitad, más, en el segundo se duplica.

**GRÁFICO 3.2.** Porcentaje medio del número de trabajadores futuros según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.

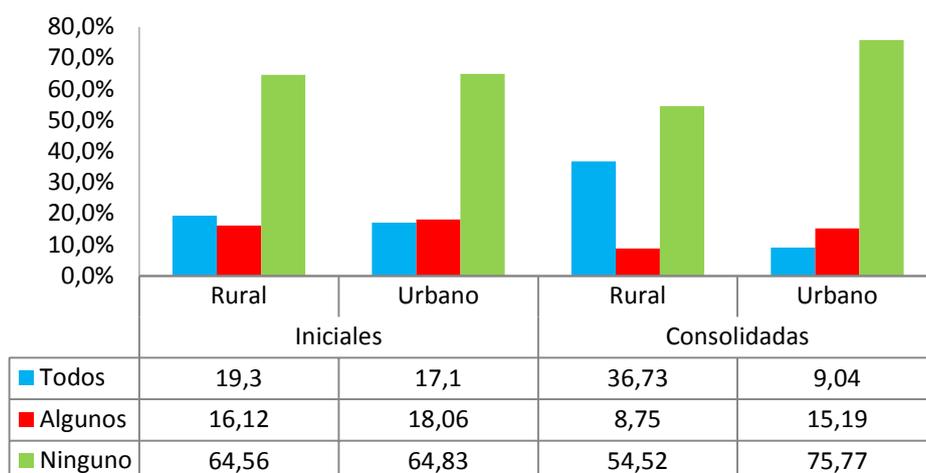


### Competitividad

En este punto se hará referencia a la capacidad de competir de las empresas extremeñas, a través de cuatro indicadores que miden cuestiones como el grado de innovación de nuevos productos y servicios, el nivel de competencia previsto, el grado de actualización de la tecnología y la expansión que se prevé acometer.

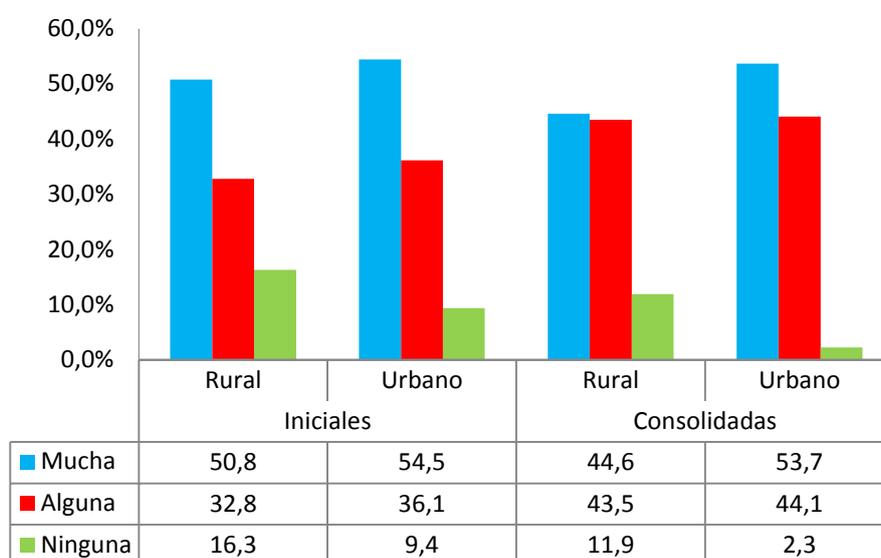
Comenzando con la información del gráfico 3.3, llama la atención que más del 54% de los productos y servicios en todos los casos no son de nueva creación. Por otro lado, mientras que en la fase inicial de la trayectoria empresarial las iniciativas urbanas y rurales presentan proporciones muy cercanas, indicando un patrón innovador en productos y servicios similar, cuando avanza el proceso emprendedor hasta su consolidación aparecen diferencias más notables entre el ámbito urbano y rural. Tal como se observa, en la fase consolidada, las empresas urbanas han pasado a ser claramente menos innovadoras que las rurales, ya que las primeras ven aumentada la cantidad de productos y servicios no nuevos en una proporción de unos 11 puntos porcentuales respecto a la razón que tenían en la fase naciente. A su vez, el porcentaje de proyectos rurales maduros, cuyos productos y servicios son todos nuevos, cuadruplica a su equivalente en el ámbito urbano, como lo constata el 36,73% frente al 9,04%. Sin embargo, se observa un valor menor para el primer caso si tenemos en cuenta la cantidad de empresas que poseen algunos productos y servicios de nueva creación (8,75% vs.15,19%).

**GRÁFICO 3.3.** Porcentaje medio de nuevos productos y servicios según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.



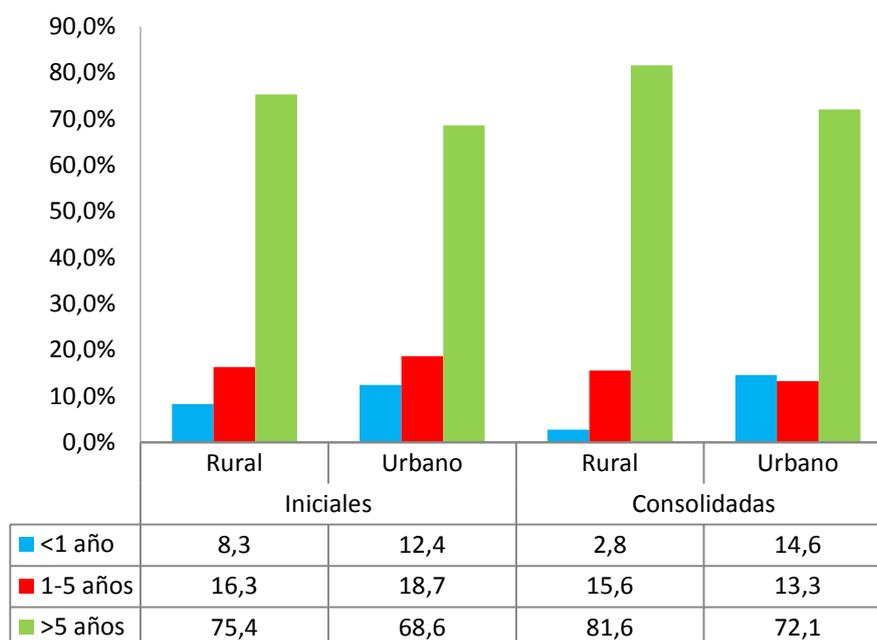
Al adentrarnos en las expectativas de competencia que esperan encontrar en el mercado las empresas extremeñas, el gráfico 3.4 nos indica que, en la etapa inicial de la puesta en marcha de la empresa, más de la mitad de los empresarios rurales y urbanos prevé encontrar una competencia intensa, tratándose de un 50,8% y 54,5%, respectivamente, indicativos muy próximos, al igual que ocurre con la proporción en cada caso que afirmó esperar encontrar alguna competencia (32,8% y 36,1%). Respecto a las posiciones más optimistas, que previeron no encontrar competencia alguna, encontramos los valores más bajos, con el mayor diferencial entre la zona rural y urbana, ya que en la primera se presenta un 16,3% y en la segunda tan sólo un 9,4%. Sin embargo, en la etapa de madurez, si bien la parte correspondiente a los más pesimistas en el lado urbano se mantiene prácticamente invariable respecto al período inicial (53,7%), llama la atención que, en el caso rural, la cantidad de empresas que manifestaron esperar mucha competencia se redujo en torno a 7 puntos porcentuales respecto al momento naciente, indicando una evolución hacia una postura más optimista; lo cual se reafirma al observar que la razón de empresas que prevé no encontrar competidores se reduce bastante más en el medio urbano que el rural de la fase inicial a la consolidada. Por último, tanto para los negocios rurales como urbanos, aumenta la concentración de respuestas entre los que esperan enfrentarse a alguna competencia, pasando a tener valores muy próximos en el tramo de la consolidación, situándose en el rango 43%-44%.

**GRÁFICO 3.4.** Nivel de competencia esperado (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.



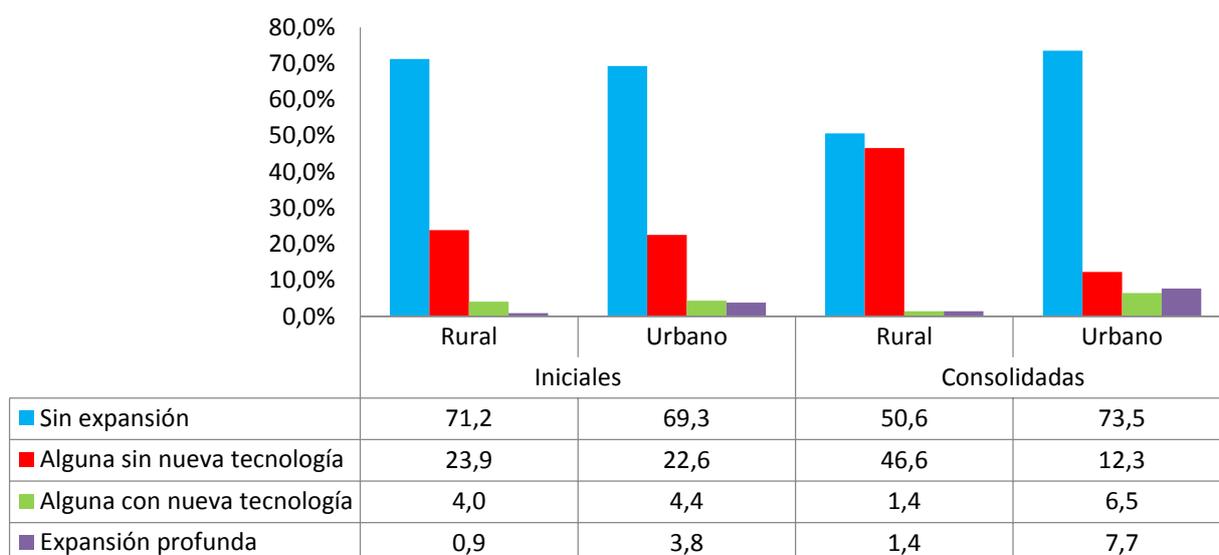
Refiriéndonos al estado de actualización de la tecnología empleada, el gráfico 3.5 nos desvela que, en su mayoría, las empresas extremeñas no han renovado su tecnología en un período que supera los cinco años, con porcentajes que, en general, alcanzan el 70% o más del total de empresas encuestadas, en el que sale perjudicado el medio rural, situación que se agrava en la medida en que se consolida la trayectoria empresarial. Así, este empeoramiento se explica entre las empresas rurales porque, si ya desde la puesta en marcha del proyecto, el 75,4% de estas iniciativas incorpora tecnología que lleva en el mercado más de cinco años, en la medida en que avanza el proceso emprendedor, de los negocios que al constituirse arrancaron con tecnología actualizada (8,3%), sólo el 2,8% se mantiene renovándose, lo que provoca que en la fase de consolidación el 81,6% de la empresas rurales disponga de una tecnología que posee más de cinco años. Sin embargo, en el medio urbano tiende a aumentar con la evolución del negocio, la cantidad de empresas que mantiene una tecnología puntera, lo que deriva en un crecimiento más lento de la proporción de éstas que se sostiene con tecnología más obsoleta.

**GRÁFICO 3.5.** Antigüedad de la tecnología utilizada (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.



Al observar, en último lugar, el grado de expansión prevista por los empresarios extremeños, tal como nos muestra el gráfico 3.6, tanto el medio rural como urbano se distinguen en la fase inicial por una postura muy cautelosa, ya que la inmensa mayoría de las iniciativas que se emprenden no se proponen llevar a cabo un proceso de expansión, alcanzando el 71,2% en el caso rural y el 69,3% en el urbano. A su vez, la siguiente mayor proporción mostrada en la etapa naciente gira en torno al 23,9%-22,6%, correspondiente a procesos de expansión previstos sin renovación tecnológica. Respecto al resto de ampliaciones pronosticadas en la fase inicial, con incorporación de nueva tecnología, sobresalen los negocios urbanos por presentar una participación mayor a la de los rurales (4,4% frente al 4,0% y 3,8% frente al 0,9%), dándose el mayor diferencial entre uno y otro en la alternativa de expansión profunda, si bien se tratan de valores muy bajos. No obstante, al observar la información relativa a las empresas consolidadas, resulta llamativo el cambio de comportamiento que se produce fundamentalmente en las iniciativas rurales en la medida en que se consolida la idea empresarial. Es decir, se reduce en más de 20 puntos porcentuales el peso relativo de las empresas rurales que manifestaron no tener planificado llevar a cabo un proceso de expansión de la etapa inicial a la consolidada; variación que se explica, fundamentalmente, por el aumento de la proporción que prevé llevar a cabo alguna expansión, aunque sin incorporación de tecnología modernizada. Con relación a los negocios urbanos consolidados, de la fase primera a la segunda se produce un empeoramiento de las expectativas de ampliación que, aunque presentan en la madurez una mayor cantidad de empresas que aspiran a realizar un crecimiento con desarrollo tecnológico respecto a la etapa naciente (6,5% y 7,7%), lo cierto es que no consiguen compensar la reducción mostrada por los casos de ampliación sin asunción de nueva tecnología.

**GRÁFICO 3.6.** Expansión esperada (porcentaje medio) según la etapa de evolución de la fase emprendedora. Período 2003-2015.



Como finalización a este capítulo y, en un ejercicio de concreción de las cuestiones fundamentales debatidas previamente, se puede concluir que en Extremadura predominan los proyectos empresariales cuya generación de empleo oscila entre 0 y 5 empleados. Dentro de éstos, en los rurales, prevalecen en la fase inicial las empresas sin empleados, mientras que en los consolidados esa posición la ocupan las plantillas de entre 1 y 5 trabajadores. Sin embargo, al tener en cuenta el empleo que esperan generar las empresas regionales en los próximos cinco años, se aprecia claramente una tendencia a la baja de tales expectativas en la medida en que se consolida la trayectoria empresarial, situación que aumenta claramente en el ámbito rural. Respecto al nivel de competitividad, destacan los negocios rurales, respecto a los urbanos, por ser más innovadores en la creación de nuevos productos y servicios en la fase de consolidación empresarial, etapa en la que también sobresalen por presentar una postura más optimista respecto a la intensidad de la competencia que esperan encontrar en el mercado. Sin embargo, las iniciativas del ámbito rural presentan claramente más dificultad para la adopción de nueva tecnología que las urbanas, aunque revelan en la fase consolidada una propensión significativamente mayor a la expansión de la actividad.

## 4. CONDICIONES DEL ENTORNO RURAL PARA EMPRENDER

La preocupación por la mejora en la calidad y las opciones generadas para emprender siempre han sido algo que ha preocupado y ocupado a los investigadores. Diferentes teorías basadas en el apoyo institucional y las condiciones socioculturales se centran en los factores del entorno como posibles causas de mejora en los niveles de emprendimiento. En este sentido, son cada vez más las investigaciones que tratan de averiguar en qué medida son determinantes esos factores y cómo deben generar un entorno más propenso a la creación empresarial y a la creación de empleo.

La metodología utilizada en el proyecto GEM para determinar los diferentes factores del entorno para emprender se basa en las encuestas personales a expertos locales en el ámbito del “*entrepreneurship*”, que aportan su valoración de las diferentes condiciones del entorno emprendedor en su contexto más cercano. A este respecto, se han realizado encuestas a expertos residentes en la comunidad autónoma que están relacionados de una manera directa con las diversas condiciones de entorno. Los expertos valoran la realidad de la comunidad en cada uno de los factores seleccionados que influyen en el emprendimiento. Aunque año tras año los resultados vienen siendo valores muy estables<sup>5</sup>, deben ser tomados más como medias de tendencia que nos aproximan a la realidad medida, que como valores sólidamente establecidos.

Para realizar nuestra aproximación al ámbito rural, hemos separado las opiniones de los expertos que habitan, trabajan o están relacionados directamente con los entornos rurales, de los expertos de zonas urbanas, considerando un período de análisis de 13 años, que abarca el período pre-crisis, crisis e inicio de la recuperación económica.

Las condiciones de entorno analizadas han sido:

Apoyo financiero al emprendedor	Infraestructura comercial y servicios	Protección dchos. propiedad intelectual
Políticas gubernamentales	Apertura del mercado interior	Apoyo a la mujer emprendedora
Programas gubernamentales	Acceso a infraestructura física	Fomento del alto crecimiento
Educación y formación emprendedora	Normas sociales y culturales	Interés por la innovación
	Transferencia tecnológica e I+D	

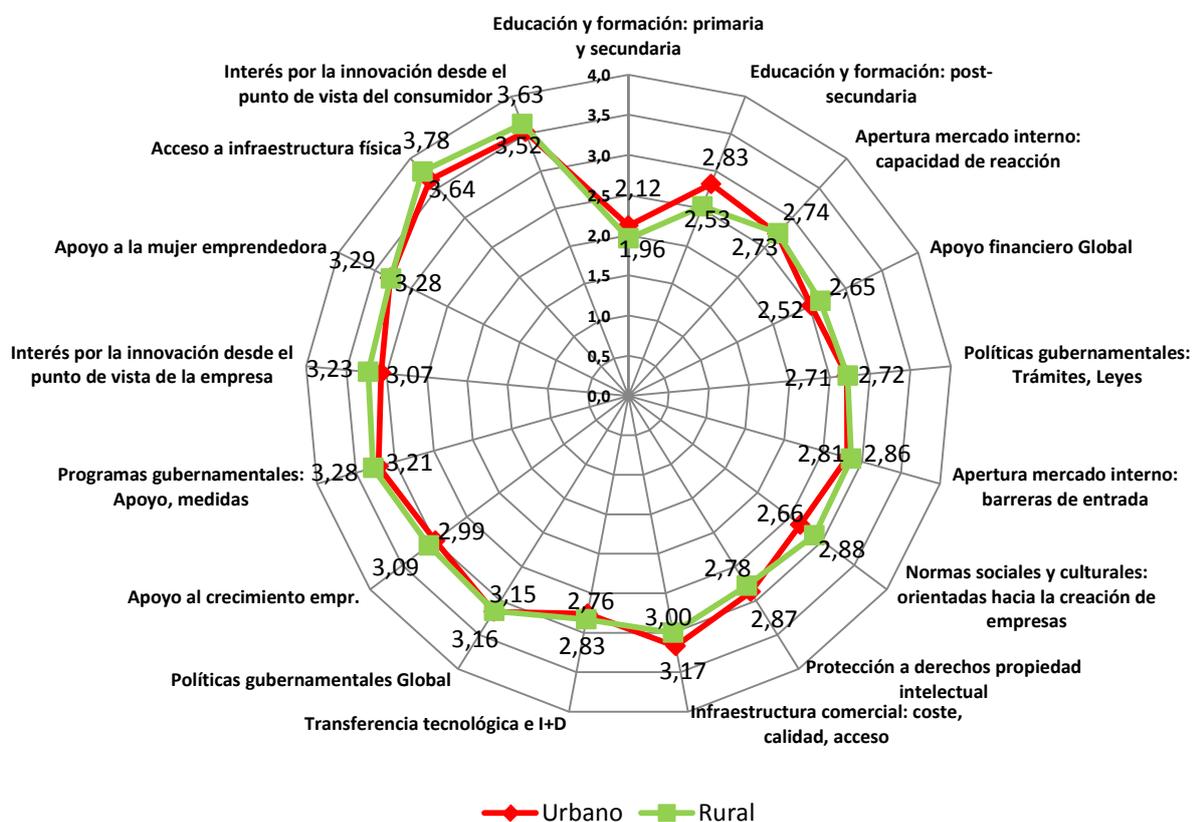
Para comenzar el análisis, realizamos la valoración global de los expertos sobre la situación de las condiciones específicas para emprender en Extremadura desde el punto de vista de los expertos rurales y urbanos, lo que nos da una visión general del entorno en el período 2003-2015. El gráfico 4.1, nos muestra las diferentes condiciones del entorno analizadas, reflejando las opiniones de ambos expertos sobre la situación del contexto general durante los trece años del análisis. En este gráfico se observa que son ocho las condiciones que superan el valor medio de tres (aprobado): el interés por la innovación, ya sea por parte del consumidor o de las empresas, el acceso a la infraestructura física, comercial y profesional, el marco general de apoyo y medidas de políticas y programas gubernamentales, el apoyo a la mujer emprendedora y al crecimiento de empresas aunque en este caso los expertos urbanos no llegan a aprobarla por muy poco.

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

<sup>5</sup> Independientemente de los expertos consultados, los valores medios se han mantenido muy estables en el tiempo, lo que nos demuestra que la fiabilidad de las estimaciones procedentes de la encuesta viene garantizada con el cálculo de las Alfas de Cronbach para cada uno de los bloques que están sustentados por un constructo. Todos los años se realiza el análisis de la fiabilidad y la coherencia de estos valores con muy buenos resultados, lo que refleja acertadamente el estado de las condiciones de entorno, a pesar de la subjetividad de las respuestas. Para el caso extremeño, en el período 2003-2015, el valor del Alfa de Cronbach es de 0,821, lo que garantiza la validez de los bloques de preguntas y su coherencia interna en la inmensa mayoría de los casos, pues el valor de referencia a partir del cual comenzarían a considerarse poco fiables es igual o menor a 0,5.

ambos expertos es la educación y formación, tanto en primaria como en secundaria, algo que debe hacer reflexionar.

**GRÁFICO 4.1.** Valoración media por los expertos rurales/urbanos de las condiciones específicas del entorno. Período 2003-2015.

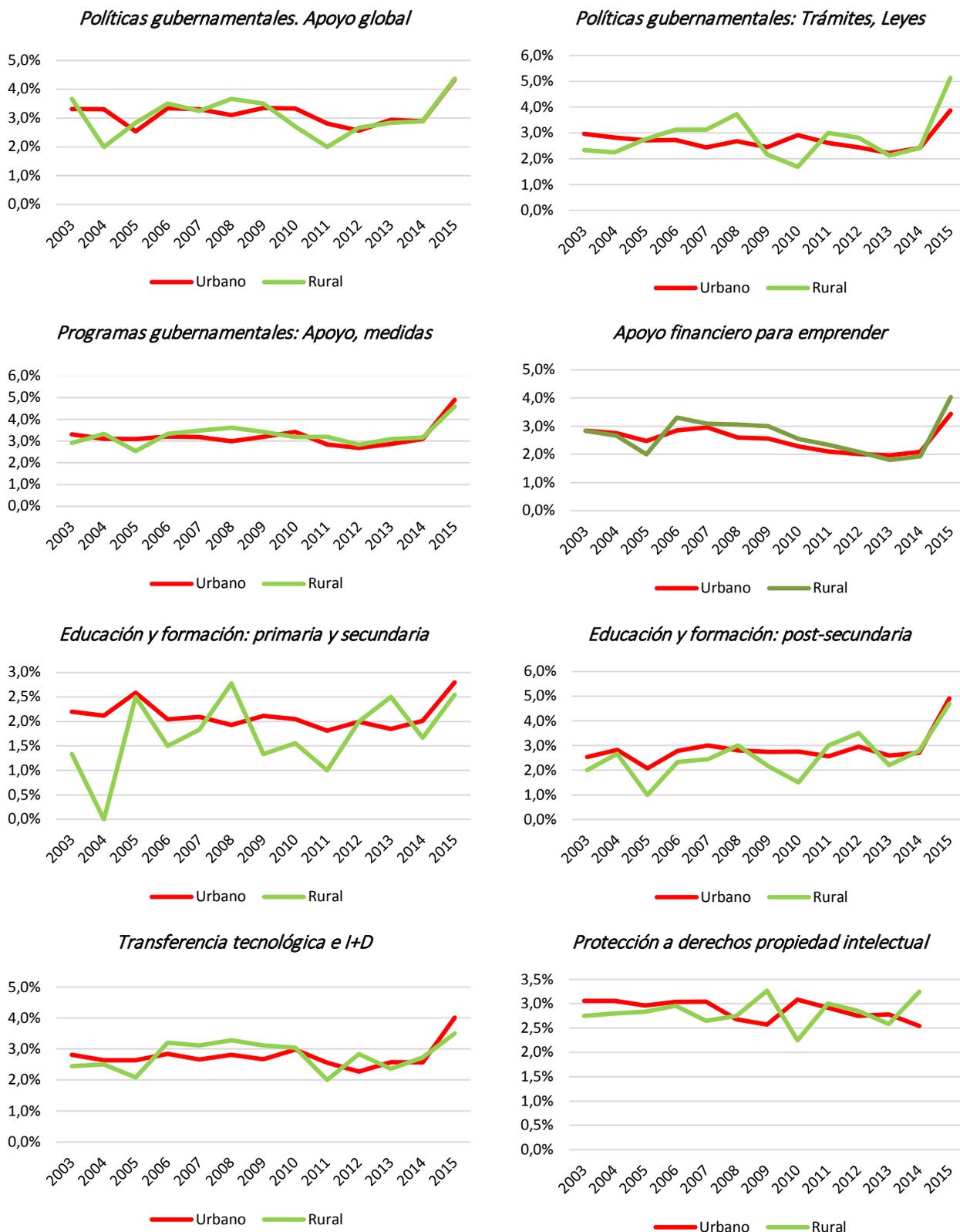


Este gráfico nos da una perspectiva de la coincidencia entre los expertos en zonas rurales y urbanas, observando las mayores diferencias a favor del entorno urbano en educación y formación, sobre todo en la universitaria y en el acceso al coste y calidad de las Infraestructuras comerciales. Sin embargo, el ámbito rural sale favorecido en cuanto a las normas sociales y culturales para la creación de empresas o el interés por la innovación por parte de las empresas.

En el Gráfico 4.2 podemos observar la evolución de las variaciones de las condiciones específicas del entorno según las valoraciones que realizan los expertos en el período 2003-2015. Si nos fijamos en cada una de las gráficas individualmente podemos destacar las diferencias de percepción entre los expertos rurales y los urbanos, siendo la valoración de los expertos rurales inferior en cuanto al apoyo políticas gubernamentales y en la educación y formación, tanto primaria como secundaria y la postsecundaria, en líneas generales.

En cambio, la percepción de los expertos rurales mejora sobre los urbanos en condiciones como las leyes y trámites de las políticas gubernamentales y el apoyo financiero recibido para emprender. En el resto de condiciones las valoraciones suelen tener valores similares en ambas tipología de expertos.

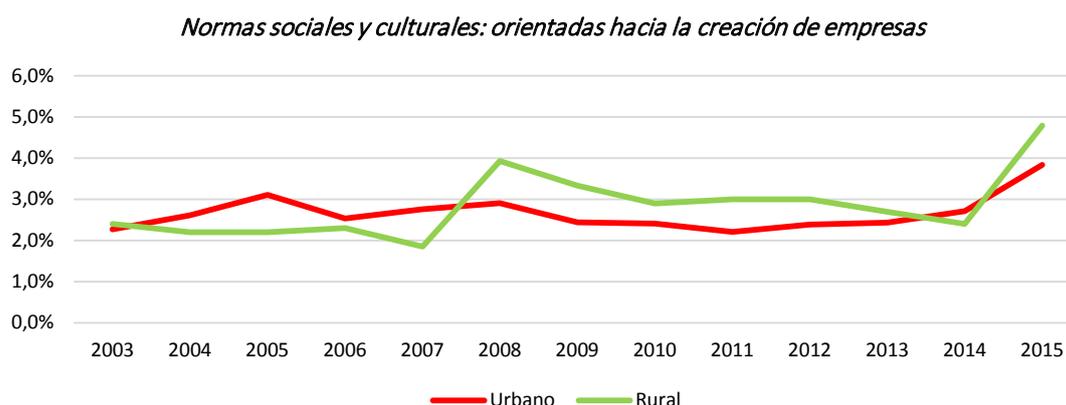
**GRÁFICO 4.2.** Evolución de la valoración media de los expertos rurales/urbanos de las condiciones específicas del entorno. Período 2003-2015.



**GRÁFICO 4.3.** Evolución de la valoración media de los expertos rurales/urbanos de las condiciones específicas del entorno. Período 2003-2015. Continuación.



**GRÁFICO 4.4.** Evolución de la valoración media de los expertos rurales/urbanos de las condiciones específicas del entorno. Período 2003-2015. Normas sociales y culturales.



En los gráficos 4.3 y 4.4 observamos una similitud en cuanto a las condiciones específicas del entorno estudiadas, con ligeras diferencias en cuanto a la percepción de los expertos en determinados momentos de tiempo. Las diferencias más significativas se muestran en la condición de normas sociales y culturales orientas a la creación de empresas, se observa en el año 2007, al inicio de la crisis económica, cómo mejora la percepción de los expertos rurales significativamente sobre los urbanos.

**TABLA 4.1.** Factores de freno e impulso por categorías según los expertos rurales/urbanos. Período 2003-2015.

FACTORES DE FRENO POR CATEGORÍAS					
Ranking	RURAL	% de la Tabla	Ranking	URBANO	% de la Tabla
1	Apoyo financiero	67,60%	1	Normas Sociales y Culturales	53,80%
2	Normas Sociales y Culturales	50,00%	2	Apoyo financiero	52,50%
3	Capacidad para crear empresas	29,40%	3	Políticas Gubernamentales	37,60%
4	Educación y Formación	26,50%	4	Clima económico	20,60%
5	Políticas Gubernamentales	23,50%	5	Acceso a Infraestructura Física	17,30%
6	Clima económico	20,60%	6	Educación y Formación	17,30%
7	Acceso a Infraestructura Física	14,70%	7	Programas Gubernamentales	13,20%
8	Apertura al Mercado	11,80%	8	Capacidad para crear empresas	11,70%
9	Programas Gubernamentales	11,80%	9	Contexto Político, Institucional y Social	10,40%
10	Composición percibida de la población	5,90%	10	Apertura al Mercado	9,90%
11	Fuerza Laboral	5,90%	11	Composición percibida de la población	7,10%
12	Crisis económica	2,90%	12	Transferencia de I+D	4,80%
13	Contexto Político, Institucional y Social	2,90%	13	Fuerza Laboral	3,80%
14	Información	0,00%	14	Infraestructura Profesional y Comercial	2,30%
FACTORES DE IMPULSO POR CATEGORÍAS					
Ranking	RURAL	% de la Tabla	Ranking	URBANO	% de la Tabla
1	Políticas Gubernamentales	44,10%	1	Políticas Gubernamentales	41,60%
2	Programas Gubernamentales	41,20%	2	Programas Gubernamentales	38,50%
3	Clima económico	38,20%	3	Clima económico	32,00%
4	Educación y Formación	26,50%	4	Educación y Formación	24,50%
5	Apoyo financiero	20,60%	5	Acceso a Infraestructura Física	20,70%
6	Capacidad para crear empresas	17,60%	6	Normas Sociales y Culturales	18,30%
7	Acceso a Infraestructura Física	17,60%	7	Apoyo financiero	17,60%
8	Normas Sociales y Culturales	14,70%	8	Apertura al Mercado	16,50%
9	Composición percibida de la población	11,80%	9	Transferencia de I+D	14,00%
10	Contexto Político, Institucional y Social	8,80%	10	Capacidad para crear empresas	12,10%
11	Apertura al Mercado	8,80%	11	Contexto Político, Institucional y Social	8,50%
12	Fuerza Laboral	5,90%	12	Infraestructura Profesional y Comercial	5,90%
13	Transferencia de I+D	5,90%	13	Composición percibida de la población	3,40%
14	Costes laborales, acceso y regulación	2,90%	14	Fuerza Laboral	2,80%

La tabla 4.1 nos muestra en porcentaje, el número de veces que los expertos rurales mencionan una determinada condición de entorno como freno o impulso de la actividad emprendedora. En cuanto a los factores de freno, podemos decir que los dos primeros coinciden en ambos entornos, aunque cambian de posición en el ranking.

Mientras que en el mundo rural el principal obstáculo para iniciar un negocio es el apoyo financiero a los emprendedores (67,60%) seguido de las normas sociales y culturales (50,00%), en el urbano se alteran las posiciones, siendo las normas sociales y culturales (53,80%) el factor más citado, seguido del apoyo financiero (52,50%). En el resto de factores no existe un completo acuerdo, ya que los expertos rurales citan entre los factores más conflictivos a la capacidad para crear empresas, la educación y formación emprendedora o las políticas gubernamentales, mientras que los expertos urbanos mencionan también a éstas últimas, pero añaden el clima económico o el acceso a las infraestructuras como elementos que más obstaculizan la iniciativa emprendedora.

En cuanto a los factores de impulso, se observa que los cuatro primeros puestos del ranking en el ámbito rural y urbano coinciden, tanto en la posición como en la similitud de los porcentajes. Las políticas y los programas gubernamentales, el clima económico y la educación y formación, son los cuatro factores que más apoyan la creación de empresas en zonas rurales y urbanas.

Otros factores importantes que están favoreciendo la aparición de nuevas iniciativas de negocio en ambos entornos son el apoyo financiero a los emprendedores, la capacidad de éstos para crear empresas, el acceso a la infraestructura física, las normas sociales y culturales o la apertura del mercado.

Por otro lado, los expertos rurales y urbanos también nos ofrecen diferentes medidas o recomendaciones que pueden tomarse para incrementar la actividad emprendedora en la comunidad autónoma. Como observamos en la tabla 4.2, los expertos siguen apostando, incluso más en el ámbito rural, por una educación y formación emprendedora en los diferentes niveles de enseñanza en la que se inculque el espíritu emprendedor, y por la presencia de las políticas y programas gubernamentales en todo el proceso de creación del negocio, que además restrinjan la excesiva burocracia en el mismo. También demandan los expertos de ambos ámbitos un mayor apoyo financiero en forma de capital con préstamos o para capital social, subvenciones, ayudas al inicio, etc., para las nuevas empresas o las que están en crecimiento. Además, son coincidentes en destacar la importancia fortalecer y difundir las normas y valores sociales hacia el emprendimiento que deben prevalecer en la sociedad extremeña. En cambio, excepto por el acceso y regulación de los costes laborales, no coinciden en el resto de posiciones del ranking de las recomendaciones, lo que demuestra la claridad y prioridad en las mismas que quieren poner de manifiesto al asignarles los primeros lugares.

**TABLA 4.2.** Recomendaciones por categorías según los expertos rurales/urbanos. Período 2003-2015.

RECOMENDACIONES POR CATEGORÍAS					
Ranking	RURAL	% de la Tabla	Ranking	URBANO	% de la Tabla
1	Educación y Formación	55,90%	1	Educación y Formación	52,80%
2	Políticas Gubernamentales	52,90%	2	Políticas Gubernamentales	50,50%
3	Apoyo financiero	38,20%	3	Apoyo financiero	40,10%
4	Programas Gubernamentales	26,50%	4	Programas Gubernamentales	30,70%
5	Normas Sociales y Culturales	26,50%	5	Normas Sociales y Culturales	19,80%
6	Capacidad para crear empresas	14,70%	6	Acceso a Infraestructura Física	13,70%
7	Acceso a Infraestructura Física	8,80%	7	Transferencia de I+D	11,70%
8	Apertura al Mercado	8,80%	8	Contexto Político, Institucional y Social	10,90%
9	Transferencia de I+D	8,80%	9	Capacidad para crear empresas	8,90%
10	Contexto Político, Institucional y Social	5,90%	10	Infraestructura Profesional y Comercial	7,10%
11	Composición percibida de la población	2,90%	11	Apertura al Mercado	6,60%
12	Infraestructura Profesional y Comercial	2,90%	12	Clima económico	1,80%
13	Información	0,00%	13	Composición percibida de la población	1,30%
14	Costes laborales, acceso y regulación	0,00%	14	Costes laborales, acceso y regulación	0,80%

En definitiva, en ambos entornos emprendedores estudiados, para fomentar la actividad emprendedora los expertos rurales y urbanos creen en la educación y formación del espíritu empresarial en todos los niveles educativos, en las capacidades específicas para crear empresas, en la cultura emprendedora y el valor del empresario en la sociedad. Además, estiman que deben existir políticas y programas gubernamentales de calidad que apoyen de una manera clara el proceso emprendedor, y que éste debe ser sustentado con recursos financieros de todo tipo.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Desde que comenzó la crisis económica hemos venido midiendo el impacto que ésta ha provocado en la actividad emprendedora. Si bien hasta 2010, el descenso ha sido notable, los datos obtenidos por GEM nos revelan desde 2011 un alza en los índices emprendedores de la Unión Europea, de España y de Extremadura, aunque en ellos, haya tenido un importante peso la necesidad. Necesidad que se ha hecho más visible en las zonas rurales.

El emprendimiento rural puede influir de forma importante actuando como fuente de oportunidades en diferentes sectores ayudando a frenar la degradación de los territorios afectados por la recesión y el éxodo rural. El desarrollo que se ha producido en las últimas décadas en las infraestructuras físicas y de comunicaciones otorga la posibilidad de que el ámbito rural sea un lugar muy competitivo para la ubicación de cualquier tipo de actividades económicas.

Extremadura, en la que más del 90% de sus municipios son rurales, ha dado muestras de esto, ya que la tasa media de actividad emprendedora rural ha sido en los últimos trece años del 7,25%, frente al 5,48% de la tasa media urbana. No obstante, las zonas rurales se han visto más afectadas por la crisis económica, ya que su tasa emprendedora media después del comienzo de ésta ha descendido casi un 19% frente a la urbana, que ha permanecido prácticamente igual. Esto ha provocado que las dos tasas sean muy similares desde el 2008 al 2013 (4,93% vs. 4,7%), aunque en 2014 y 2015 las tasas rurales ya ha tenido un mejor valor que las urbanas, lo que nos indica una mayor sensibilidad del emprendimiento rural ante condiciones inciertas y de recesión económica.

Por otro lado, al examinar el tipo de motivación para la puesta en marcha de las nuevas actividades empresariales, observamos que el aprovechamiento de una oportunidad de negocio ha prevalecido en la mayor parte de las iniciativas, tanto en el ámbito rural como en el urbano (5,46% vs. 4,18%), y tanto en las diferentes provincias como en sus áreas. No obstante, con la llegada de la crisis económica, en el mundo rural, la caída de las tasas por oportunidad ha sido mayor que en el urbano (46,31% vs. 35,20%), en donde las tasas por necesidad han aumentado un 51,46% con la crisis, frente al 22,58% que lo han hecho en las zonas rurales. Frente a esto, y teniendo en cuenta que los expertos destacan entre sus principales recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora a las políticas y programas gubernamentales, parece necesario crear y/o fortalecer programas de ayuda en todo el proceso emprendedor (sobre todo en ciertas zonas), tanto con medidas financieras como de asesoramiento, consultoría y tutorización, que otorguen más posibilidades de supervivencia a las nuevas iniciativas, y en particular, a estas nuevas actividades precarias que surgen debido a la necesidad.

La actividad emprendedora en el medio rural se ha llevado a cabo fundamentalmente por hombres (el 59,52%), al igual que ha sucedido en el entorno urbano (58,53%), siendo sus porcentajes de participación media durante el período analizando muy similares. La horquilla de edad del emprendedor rural es algo diferente de la del urbano. La mayoría los encontramos entre los 25 y los 45 años, aunque más en el ámbito urbano (64,86% vs. 55,05%). Sin embargo, tanto en las edades más tempranas (entre 18 y 24 años) como en las más maduras (entre 45 y 64 años) el emprendimiento es mayor en las poblaciones rurales, es decir, las de menos de 5.000 habitantes. Parece que el entorno rural otorga mayores posibilidades de emprendimiento a personas con más edad y también a los más jóvenes. Recordemos que la edad media del emprendedor rural es menor que la del urbano (32,68 vs. 37,31). Por una parte, es evidente la necesidad de fortalecer el emprendimiento femenino que aún es minoritario con respecto al masculino, especialmente en el ámbito rural, por lo que se hacen obligatorios programas específicos destinados a este grupo objetivo, que tengan en cuenta sus propias peculiaridades de vida. Por otra, han de tenerse en cuenta los grupos de edad (jóvenes menores de 24 y adultos mayores de 45) que, en el ámbito rural, aglutinan al 45% de los emprendedores, para enfocar programas concretos para ellos.

Por otro lado, encontramos casi un 12% menos de emprendedores con estudios universitarios en los ambientes rurales (46,33% vs. 57,96%), que emprenden más con menor preparación formal (53,67% vs. 42,04%) y menor nivel de renta (1.200 € - 1.800 €), aunque podemos decir que, alrededor del 70% en ambas zonas emprenden con rentas medias o altas y con una situación laboral de empleo a tiempo completo o parcial en más del 91% de los casos. La definición de los grupos objetivos a los que dirigir los programas públicos es clara en este caso. Los emprendedores están trabajando, y en muchos casos, tienen una formación universitaria. Programas que animen a personas con estudios universitarios a emprender en entornos rurales, quizás en sus lugares de origen, que formen en capacidades emprendedoras o que eleven el nivel formativo general y específico de la población rural,

podrían ser positivos para la aparición de nuevas empresas con más calidad y recorrido o el desarrollo de las que ya existen.

Prácticamente en el 64% de los casos las nuevas empresas rurales se crean con un solo propietario, invirtiendo en sectores orientados al consumidor (venta al detalle, restauración, hostelería, servicios al consumidor, enseñanza, salud, servicios sociales, etc.) o de transformación (manufactura, transporte, construcción, venta al mayor o comunicaciones). Aunque en último lugar, el sector extractivo es significativo en el ámbito rural, ya que aglutina casi al 10% de las nuevas iniciativas llevadas a cabo, más del doble que en los entornos urbanos.

Los emprendedores rurales extremeños han acudido escasamente a la financiación para conseguir los 76.641 € que han necesitado de media para montar su negocio durante la etapa 2003-2015, ya que el 87,51% del capital necesario lo han puesto ellos mismos. Con la crisis económica la situación ha variado notablemente. Si antes de producirse ésta eran capaces de crear su empresa con unos 39.754 €, de los que solían poner 23.141 €, con la llegada de la crisis económica los emprendedores rurales han venido necesitando 99.965 € para comenzar su negocio, poniendo unos 94.519 € de media. Parte de este capital lo han venido consiguiendo a través de familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc., que han actuado como inversores informales no profesionales, aportando solo de media unos 11.216 €, muy escasos para el volumen de los proyectos actuales.

El apoyo financiero al emprendedor, especificado por los expertos como un factor de freno a la actividad emprendedora, y como una de sus principales recomendaciones, más aún después del comienzo de la crisis económica, es un elemento crucial del ecosistema emprendedor en el arranque y desarrollo de las nuevas empresas, máxime cuando su valoración ha venido descendiendo desde el año 2007. Las entidades bancarias y demás organismos están en proceso de recuperar su papel de intermediarios financieros e impulsores de la actividad económica, pero es imprescindible y prioritario que esto vaya en aumento para que el crédito a empresas y particulares pueda seguir reactivando la economía, y la actividad emprendedora, sobre todo en las zonas rurales, donde se ha hecho más caro emprender y se cuenta con menores recursos financieros en la actualidad. No obstante, y a pesar de la incidencia de la situación económica, el inversor informal, se ha venido mostrando como un soporte fundamental del emprendedor, aunque no mucho menos suficiente, pero serían convenientes medidas específicas de apoyo para cada una de las fases del proceso emprendedor.

Las dificultades financieras han hecho que muchas empresas se vean abocadas al cierre. En el ámbito rural, el abandono de la actividad por parte del empresario, se ha debido fundamentalmente a razones de falta de rentabilidad, oportunidades que le han surgido para trabajar en otro sitio o para la venta del propio negocio. No obstante, la tendencia del número de cierres se ha invertido y parece recuperar valores anteriores a la crisis económica, lo que nos ofrece un halo de esperanza para el futuro cercano.

La prevalencia de valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población, sin duda influyen en la actividad emprendedora de ésta. Así, aunque las normas sociales y culturales que posee la población extremeña en cuanto a la creación de empresas han mostrado valores significativamente más favorables en el entorno rural desde 2007 hasta 2013, apenas existen diferencias en esta cultura de valores y elementos emprendedores, en relación con el entorno urbano. De esta manera, en el ámbito rural se cree que se tienen los conocimientos y habilidades para poder iniciar una actividad emprendedora (49,60% vs. 49,87%), se posee una red social emprendedora similar (35,15% vs. 35,79%) o existe un parejo temor al fracaso a la hora de emprender (50,50% vs. 51,96%). Sin embargo, en el ámbito rural hay menos población que perciba buenas oportunidades de negocio (21,45% vs. 26,20%).

Por otro lado, tampoco existe diferencias notables, en las percepciones de la población referidas al emprendimiento como buena opción profesional (62,12% vs. 60,92%), al buen status social y económico de los emprendedores de éxito (57,35% vs. 58,38%), a la percepción de que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito (43,98% vs. 44,68%) o a la equidad en los estándares de vida en Extremadura (65,50% vs. 65,88%).

Estos datos de percepciones y actitudes de la población son bastante elocuentes respecto a las recomendaciones que se derivan para las políticas públicas. Los programas gubernamentales habrían de ir dirigidos en general a enseñar y fomentar el descubrimiento de oportunidades de negocio, a formar en conocimientos y habilidades

empresarias y promover redes de empresarios de conocimiento mutuo y por parte de la población, que hagan que la sociedad se muestre más proclive al emprendimiento y a incentivar a los que mejor lo hacen.

El 50,91% de las nuevas iniciativas rurales no crean empleo y el 30,07% no tiene expectativas de crearlo a cinco años vista. Entre las iniciativas urbanas, el 39,70% no crea empleo, siendo el 22,83% el que no espera tener algún empleado al cabo de cinco años. Entre las empresas que sí crean empleo, el 54,32% de las urbanas generan entre uno y cinco puestos de trabajo, frente al 42,67% de las rurales. Y el 6% de las urbanas crea más de cinco puestos de trabajo, frente al 6,42% de las rurales. Además, el 69,93% de las rurales y el 77,17% de las urbanas esperan generar puestos de trabajo al cabo de cinco años.

Es evidente, la ineludible importancia del empresario para la creación, mantenimiento y desarrollo de los puestos de trabajo. Es sustancial, que los gobiernos pasen de unas políticas de conservación del empleo a otras de creación de nuevos puestos de trabajo, pero para ello, los responsables de las políticas y programas públicos, además de adecuar el ecosistema emprendedor para facilitar a los empresarios crear puestos de trabajo, *“...necesitarán colaborar con un amplio conjunto de interlocutores, no solo empleadores sino también sindicatos, entidades de desarrollo económico, centros educativos y proveedores de apoyo empresarial. Gran parte de esta colaboración tendrá que suceder a nivel de unos mercados laborales locales relativamente homogéneos”* (Froy & Giguère, 2011).

En los nuevos negocios rurales parece observarse una mayor capacidad innovadora en alguno de sus componentes con respecto a las nuevas empresas urbanas, pero en general, o no hay diferencias apreciables, o son las iniciativas que se ponen en marcha en poblaciones mayores de 5.000 habitantes las que se muestran más innovadoras. Así, no hay diferencias estimables en cuanto a los nuevos productos/servicios que serán percibidos como nuevos por sus potenciales consumidores (35,44% vs. 35,17%), o en cuanto a la expansión esperada de las empresas (28,8% vs. 30,7 %); siendo mayor la distancia al referirnos a la competencia esperada en el mercado (83,7% vs. 90,6%) o a la utilización de últimas tecnologías en la empresa (8,3% vs. 12,4%).

Por último, querríamos mencionar que las políticas de desarrollo local deben definir acciones con un enfoque territorial, como hace el Plan de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-2020, en el que entre sus líneas estratégicas encontramos la de *incentivar la diversificación, la creación de pequeñas empresas y la creación de empleo*, como forma de dar respuesta al fortalecimiento del tejido socioeconómico y la mejora de las condiciones para la creación de empleo y el emprendimiento en el medio rural en la región.

## BIBLIOGRAFIA

Acs, Z.J.; Audretsch, D.B.; Braunerhjelm, P. & Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39:289-300.

Amorós, J. E., & Poblete, C. (2013). *Aspiraciones de los Emprendedores en Chile y el Mundo 2012*. Universidad del Desarrollo. Chile: GEM.

Aparicio S.; Urbano, D. & Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, 102:45-61.

Capelleras, J.L.; Contín-Pilart, I.; Martín-Sánchez, V.; Larraza-Kintana, M. (2013). The influence of individual perceptions and the urban/rural environment on nascent entrepreneurship *Investigaciones Regionales*, núm. 26, pp. 97-113.

Cassar, G. (2010). Are individuals entering self-employment overly optimistic? An empirical test of plans and projections on nascent entrepreneur expectations. *Strategic Management Journal*, 31(8), 822-840. doi:10.1002/smj.833.

Congregado, E.; Golpe, A. & Van Stel, A. (2012). The "recesion-push" hypothesis reconsidered. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8:325-342.

Froy, F. & Giguère, S. (2011). Creación de empleos duraderos. *Guía para regenerar empleo de calidad a nivel local*. OCDE. París.

Junta de Extremadura (2015). Spain - Rural Development Programme (Regional) – Extremadura. 2014-2020. [http://www.gobex.es/filescms/ddgg002/uploaded\\_files/fondos\\_europeos/FondosEuropeos2014\\_2020/FEADER/Programa\\_Desarrollo\\_Rural\\_2014.pdf](http://www.gobex.es/filescms/ddgg002/uploaded_files/fondos_europeos/FondosEuropeos2014_2020/FEADER/Programa_Desarrollo_Rural_2014.pdf). 28/05/16.

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

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

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

North, D. C. (2005). *Understanding the process of economic change*, Princeton University Press.

Wilson, K. E., Vyakarnam, S., Volkmann, C., Mariotti, S., & Rabuzzi, D. (2009). Educating the next wave of entrepreneurs: Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st century. In *World Economic Forum: A Report of the Global Education Initiative*.

## Fuentes electrónicas recomendadas

<http://www.gemconsortium.org/>

<http://www.gem-spain.com>

<http://www.gemextremadura.es>

<http://www.fundacionxavierdesalas.com>

<http://www.emturin2020.gemextremadura.es>

**ANEXO I. FICHA TÉCNICA. Encuestas a la Población Adulta.**

Universo (1)	673.624 habitantes residentes en Extremadura. Media 2003-2015
Muestra	16.000 individuos mayores de 18 años y menores de 65 años
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las 2 provincias extremeñas según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa, se obtienen, aleatoriamente, números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo entre 18 y 65 años
Metodología	Encuesta telefónica, mediante el sistema CATI (Computer Assistance Telephone Interview)
Error muestral (+/-) (2)	+/- 0,8%
Nivel de confianza	95,0%
Período encuestación	Abril a Julio de cada año. Período 2003-2015
Trabajo de campo	Instituto Opinómetro
Codificación y base de datos	Instituto Opinómetro
Análisis estadísticos y tratamiento de datos	Programa estadístico SPSS V.21.0

(1) Fuente: INE 2003-2015. Población 18-64 años; (2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas. Hipótesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.

**ANEXO II. FICHA TÉCNICA. Encuestas a Expertos.**

Muestra	468 expertos
Selección de la muestra	Muestra de conveniencia: 36 entrevistas anuales a expertos de la comunidad extremeña de diferentes condiciones de entorno relacionados con la actividad emprendedora: mínimo 25% de empresarios y mínimo 50% no empresarios. Al menos un 25% de los expertos forma parte del panel del año anterior
Metodología	Correo electrónico
Período de encuestación	Mayo a junio de cada año. Período 2003-2015
Trabajo de campo	Equipo GEM Extremadura
Codificación y base de datos	Equipo GEM Extremadura
Análisis estadístico/Tratam. datos	Programa estadístico SPSS V.21.0

Para más información y copias: CONTACTAR:

Fundación Xavier de Salas. Convento de la Coria  
10200 Trujillo (Cáceres). España  
[www.fundacionxavierdesalas.com](http://www.fundacionxavierdesalas.com)

Ricardo Hernández Mogollón  
[rhernand@unex.es](mailto:rhernand@unex.es)  
[ww.emturin2020.gemextremadura.es](http://ww.emturin2020.gemextremadura.es)

Los datos que se han utilizado en la confección de este Informe provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los nombres de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales están publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor 2015, que puede obtenerse en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org), en la web de GEM España, [www.gem-spain.com](http://www.gem-spain.com), en la web de GEM Extremadura, [www.gemextremadura.es](http://www.gemextremadura.es), así como en la Fundación Xavier de Salas ([www.fundacionxavierdesalas.com](http://www.fundacionxavierdesalas.com)).

GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año. Aunque los datos utilizados en la confección de este informe han sido recopilados por el Consorcio GEM, su análisis e interpretación es solamente responsabilidad de los autores.

© Global Entrepreneurship Research Association





# CONSEJO GEM EXTREMADURA 2016



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

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Economía e Infraestructuras



PHILIP MORRIS SPAIN, S.L.



DIPUTACIÓN DE BADAJOZ

Sodiex



tanynature