

Políticas de apoyo a la creación de empresas en España

Un estudio de casos

Nuria Toledano Garrido*
David Urbano Pulido*

Durante los últimos años ha aumentado el número de instituciones que han mostrado interés por el apoyo y fomento a la creación de nuevas empresas, lo que ha tenido su reflejo en la diversidad de medidas que en la actualidad facilitan la puesta en marcha de iniciativas empresariales. Con el objetivo de añadir una nueva evidencia empírica sobre este fenómeno, en el presente trabajo se identifican, analizan y valoran algunos de los organismos y programas de apoyo a la creación de empresas más relevantes que se han puesto en marcha en España durante las últimas dos décadas. Para ello, se adopta una estrategia de investigación cualitativa, basada en el estudio exploratorio de casos múltiples. Los resultados muestran la importancia de las políticas de apoyo por su contribución a la creación de empresas y a la dinamización del tejido empresarial.

Palabras clave: empresas, política empresarial, nuevas empresas, España.

Clasificación JEL: L20, O10.



COLABORACIONES

1. Introducción

En la actualidad existe unidad de criterio sobre la importancia de las nuevas empresas y las PYME como eje fundamental en la generación de empleo y motor de crecimiento económico (Birch, 1979; Bird, 1993; Birley y Whestead, 1994; White y Reynolds, 1996; Wennekers y Thurik, 1999; Parker, 2004). Su flexibilidad y capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios del entorno, así

como su potencial innovador, hacen de estas empresas una pieza clave para la mejora de la competitividad y el desarrollo económico.

En este contexto, cada vez son más numerosas las instituciones que han mostrado interés por el apoyo y el fomento a la creación de nuevas empresas, aumentando de forma considerable el número y la variedad de medidas que facilitan la puesta en marcha de iniciativas empresariales. Tal es así que, tanto en Estados Unidos como en la Unión Europea, las denominadas «buenas prácticas» de apoyo a la creación de empresas están siendo en las

* Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Economía de la Empresa.

últimas décadas objeto de análisis y estudio. Un ejemplo de ello es la «*Guía de buenas prácticas para las organizaciones de apoyo a la creación de empresas*», elaborada por la Dirección General Empresa de la Comisión Europea (2000; 2002).

Al mismo tiempo, desde el campo académico, se han acentuado notablemente las investigaciones sobre creación de empresas, estudiándose desde diferentes enfoques, niveles y teorías (Shane y Venkataraman, 2000; Gartner, 2001; Ucbasaran et al., 2001; Aldrich y Martínez, 2001; Davidson y Wiklund, 2001). Concretamente, las cuestiones relacionadas con su fomento y estímulo han despertado el interés de investigadores, que asumen que la utilización de mecanismos de apoyo puede tener un efecto positivo tanto en el número de empresas creadas como en sus tasas de supervivencia (White y Reynolds, 1996; Storey, 2000; Boter y Lundström, 2001; Reynolds et al., 2002).

A pesar de ello, dicha temática se encuentra aún en un estado prácticamente embrionario en el contexto español, siendo necesario profundizar en las actuaciones llevadas a cabo en este ámbito. Precisamente, es el hecho de que exista cierta desatención en la materia, el que hace que nos planteemos una investigación sobre aquellas prácticas institucionales que pueden convertirse en modelos de referencia para las entidades que trabajan en el fomento empresarial. En concreto, nuestro principal objetivo es identificar, analizar y valorar los organismos y programas de apoyo a la creación de empresas más relevantes que se han puesto en marcha en España durante las últimas dos décadas. Más específicamente, el trabajo pretende dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación: 1)

¿qué actividades y servicios ofrecen los organismos y programas de apoyo para favorecer la creación de nuevas empresas?; 2) ¿cómo han influido los organismos y programas de apoyo en la creación de nuevas empresas y en la revitalización del tejido empresarial? Para ello, se ha seguido una metodología cualitativa basada en un estudio exploratorio de casos múltiples, centrado en las experiencias derivadas de seis programas y organismos de fomento de creación de empresas representativos de diversas realidades en el contexto español. La adopción de un enfoque de este tipo nos garantiza, en buena medida, un acercamiento más profundo al fenómeno estudiado y, en consecuencia, una mejor comprensión de esta realidad y de sus relaciones con el entorno en el que tiene lugar. Previo al desarrollo del trabajo empírico, son los planteamientos de Douglass North (1990, 2005), a través de la teoría económica institucional, los que nos sirven de fundamento y justifican el vínculo entre instituciones y desarrollo económico y empresarial. Así pues, posteriormente a esta breve introducción se presentan los aspectos teóricos más relevantes de las afirmaciones de North (1990; 2005), para seguir con la explicación pormenorizada de la metodología de casos aplicada en el presente trabajo. En los dos últimos apartados se presentan los resultados obtenidos y las conclusiones más relevantes, así como las posibles futuras líneas de investigación.

2. El marco conceptual

Entre los múltiples enfoques teóricos que abordan la creación de empresas (Shane y Venkataraman, 2000; Gartner, 2001; Ucbasaran et al., 2001; Aldrich y



COLABORACIONES

Martínez, 2001; Davidson y Wiklund, 2001), el análisis de la intervención de las instituciones en el desarrollo económico y social aparece contemplado en la teoría institucional (North, 1990, 2005).

Dicha teoría asume un concepto muy amplio de «institución». Concretamente, según North (1990, 2005), uno de los teóricos más destacados en este campo, las instituciones son las reglas del juego en una sociedad o, expresado más formalmente, las limitaciones ideadas por las personas que dan forma a la interacción humana. Partiendo de este concepto, las instituciones serían el conjunto de reglas que articulan y organizan las interacciones económicas, sociales y políticas entre los individuos y los grupos sociales, afectando al desarrollo económico y social, y por tanto influyendo, en parte y a través de diferentes acciones, en la calidad y cantidad del tejido empresarial. Así, por ejemplo, las instituciones podrían favorecer la creación de nuevas empresas a través de la concesión de apoyos al nuevo empresario, mediante la eliminación de obstáculos que dificultan la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, o incluso desarrollando las condiciones que hacen parecer la actividad empresarial como una actividad atractiva o muy valorada socialmente.

Por otra parte, North (1990) distingue entre las instituciones formales, que comprenden las leyes, los reglamentos y los procedimientos gubernamentales, e instituciones informales, que incluyen las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de las personas, es decir, la cultura de una sociedad determinada.

En esta investigación, siguiendo el enfoque adoptado por numerosos autores (Gibb, 1993; Smith, 1994; Malecki, 1997; Klofsten y Scharberg, 1998; Young et al., 1999; Lerner y Haber, 2000; Urbano,

2006), nos centramos en las denominadas por North (1990) instituciones formales, representadas por los principales organismos y programas de apoyo a la creación de empresas vigentes en España en la actualidad. En este sentido, en el presente trabajo se parte de la base de que las políticas de fomento, concretamente la intervención pública a través de organismos o programas de apoyo a la creación de empresas, favorecen la puesta en marcha de las iniciativas empresariales.

3. Diseño metodológico del estudio empírico

El trabajo empírico se desarrolla a partir de la realización de un estudio exploratorio de casos múltiples en el contexto evaluativo de programas de apoyo a la creación de empresas. Al respecto, es preciso destacar que el empleo del estudio de casos en dicho campo goza ya de una respetada trayectoria (Patton, 2002), revelándose especialmente útil para detectar las diferencias y similitudes entre las intervenciones objeto de evaluación. Pero además, al aplicar el estudio de casos en este ámbito pueden distinguirse tres perspectivas diferentes en función de la finalidad perseguida por la investigación. En primer lugar, cuando lo que se pretende es juzgar la efectividad de un programa se habla de «evaluación sumativa». Una segunda categoría, conocida como «evaluación formativa», se centra en el modo de implementación del programa. En último término, se sitúan aquellos estudios evaluativos que nacen con el ánimo de proporcionar conocimientos generalizables sobre prácticas efectivas, y que adoptan la forma de «lecciones



COLABORACIONES

aprendidas», «buenas prácticas» o «meta-análisis» (Patton, 1997).

Pese a todo, la mencionada categorización no debe ser interpretada de una forma estricta, de manera que en ciertos supuestos este último acercamiento comparte el propósito general de explorar las particularidades con las que se ejecuta un programa y, en consecuencia, podría ser incluido dentro de la categoría de «evaluación formativa» (Patton, 2002). Del mismo modo, es posible que dicho tipo de evaluación contenga, en ocasiones, una parte de evaluación sumativa.

En este sentido, podemos decir que la perspectiva adoptada en el presente trabajo se incluye dentro del enfoque evaluativo más genérico, e identificado como «lecciones aprendidas» o «buenas prácticas», aunque también aborda, en parte, algunas cuestiones propias de la evaluación formativa.

tiempo, para lo que se consideró la evolución de la dotación económica atribuida al mismo, y b) amplitud del colectivo destinatario de las acciones puestas en marcha. En una segunda fase se aplicaron estos criterios selectivos, lo que redujo la población de casos originaria de veintiséis a doce. De ellos finalmente fueron seleccionados, de una forma teórica —y no estadística—, seis programas u organismos desarrollados en diversas áreas geográficas. Al respecto, cabe señalar que esta última selección se llevó a cabo con el propósito de lograr una adecuada replicación teórica (Stake, 1994; Yin, 2003), dando para ello prioridad no sólo a la variedad de los casos elegidos, sino también a las oportunidades de aprendizaje que ofrecía la incorporación de un nuevo caso en el estudio (Eisenhardt, 1991).

3.2. Obtención de información y metodología de análisis

En la fase de recogida de datos se aplicó el concepto de «triangulación» propuesto por Yin (2003), utilizando para ello tanto fuentes de información primarias como secundarias. De esta forma, fue posible mantener y asegurar uno de los principios básicos del enfoque cualitativo basado en el caso, según el cual la evidencia relativa a cada caso es más sólida cuando procede de un amplio rango de fuentes de datos (Rialp et al., 2005).

En concreto, para obtener el grado de validez interna deseable se realizaron entrevistas personales a los responsables de los organismos que ofrecían medidas de apoyo a la creación de empresas (seis), las cuales fueron complementadas con la información proporcionada por treinta empresarios que habían sido

3.1. Selección de los casos objeto de estudio

De acuerdo con las preguntas de investigación formuladas en este trabajo y siguiendo otras contribuciones similares en el campo (Stake, 2000), la unidad de análisis viene definida por el propio organismo o programa que ofrece ayuda a los nuevos empresarios.

La selección específica de los casos, por su parte, se basó en un trabajo previo de investigación que se desarrolló en diferentes fases. En primer lugar, en una fase inicial, se investigaron los diferentes programas de apoyo puestos en marcha en España durante los últimos veinte años. De todos ellos, se realizó una pre-selección en base a dos criterios principales: a) relevancia del programa a lo largo del



COLABORACIONES

CUADRO 1
 DISEÑO METODOLÓGICO DEL ESTUDIO EMPÍRICO

Fuentes de información / Población objetivo	<ul style="list-style-type: none"> - Primarias: Responsables de los organismos que ofrecen medidas de apoyo a la creación de empresas (6) y empresarios beneficiarios de las medidas de apoyo (30). - Secundarias: Folletos informativos, páginas <i>web</i>, memorias y estadísticas.
Método de recogida de información / variables estudiadas	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista personal a responsables de organismos / programas: 1) Objetivos; 2) Servicios ofrecidos; 3) Resultados; 4) Información y opinión general. Duración: 2 horas. - Entrevista personal a los empresarios beneficiarios de las medidas de apoyo: 1) Valoración general del organismo / programa; 2) Percepción de su influencia en la decisión de crear la empresa. Duración: 1 hora.
Trabajo de campo	<ul style="list-style-type: none"> - Año 2005
Procedimiento de análisis	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis descriptivo individual y análisis comparativo de los casos según el procedimiento de «análisis cruzado de casos» («<i>cross-case</i>»).

Fuente: Elaboración propia.

beneficiarios de tales apoyos (1), y que fueron entrevistados personalmente a lo largo del año 2005, periodo en el que se desarrolló esta etapa de la investigación. Los requisitos de fiabilidad quedaron garantizados mediante el uso del mismo protocolo de estudio para cada caso, así como por la testación de los guiones de las entrevistas en previos estudios piloto. Adicionalmente, y con este mismo fin, se contó con un segundo entrevistador que estuvo presente en cada una de las entrevistas tomando notas durante su desarrollo. Por otra parte, en la búsqueda de fortalecer aún más la evidencia de los resultados derivados de las entrevistas, se consultaron diversas fuentes documentales, entre las que cabe citar memorias, estadísticas y páginas web de los instrumentos de fomento analizados.

Finalmente, el proceso analítico se llevó a cabo a través de dos tipos de análisis: análisis individual de cada caso y análisis comparativo de los mismos, aplicando para éste último el «análisis cruza-

do de casos» («*cross-case analysis*») propuesto por Yin (2003) y empleado en numerosos estudios evaluativos (Patton, 2002). La especificación de estos y otros aspectos metodológicos quedan resumidos en el Cuadro 1.

4. Resultados y discusión

4.1. Análisis individual

Las principales características de los organismos y programas analizados aparecen sintetizadas en el Cuadro 2.

Como se puede observar, todos ellos llevan vigentes en la actualidad más de cinco años y se encuentran participados de fondos públicos, en su mayoría, procedentes de la región en la que se desarrollan. Por otro lado, cabe destacar la promoción y dinamización del tejido empresarial como la principal orientación a la que dirigen sus acciones. Junto a ella, podría decirse que el apoyo a la puesta en marcha de nuevas empresas, por un lado, y la consolidación de dichas iniciativas empresariales por otro, son los objetivos específicos en los que encontramos un mayor paralelismo. No obstante, también es posible apreciar algunas diferencias, sobre todo si nos fijamos en el sector de actividad prioritario de tales apoyos.

(1) A partir de los datos proporcionados por los responsables de los programas y organismos de apoyo, fueron seleccionados, de forma aleatoria, cinco empresarios por cada uno de los programas analizados. En este sentido, los autores quieren expresar su agradecimiento a todas las personas que han proporcionado información relevante para realizar este trabajo y, en especial, a los responsables de los programas que facilitaron el acceso a los datos sobre los empresarios beneficiarios de los mismos.



CUADRO 2
RESUMEN DE LAS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS PROGRAMAS Y ORGANISMOS DE APOYO
A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Características	Caso 1: DEBEGESA	Caso 2: BCN ACTIVA	Caso 3: VALNALÓN	Caso 4: CEIN	Caso 5: IDEAM	Caso 6: NEEX
Año de inicio	1985	1986	1987	1988	1996	2001
Ámbito geográfico	País Vasco	Barcelona	Principado de Asturias	Comunidad de Navarra	Comunidad de Madrid	Extremadura
Organismos promotores	Ayuntamientos de la comarca del Bajo Deba	Ayuntamiento de Barcelona	Instituto de Fomento Regional de la Consejería de Industria del Gobierno del Principado de Asturias	Departamento de Industria y Tecnología, Comercio y Trabajo del Gobierno de Navarra	Consejería de Economía e Innovación Tecnológica	D.G. de la Junta de Extremadura, Dip. Prov. de Cáceres y Badajoz, Fed. de empresarios y red de desarrollo rural
Propósito principal	Impulsar el desarrollo sostenible de la comarca	Favorecer actividades generadoras de empleo	Regenerar y dinamizar industrialmente la comarca	Consolidar y diversificar el tejido industrial y económico	Promover acciones a favor de la creación de empresas	Dinamizar económicamente la región
Objetivos específicos	-Crear puestos de trabajo -Apoyar a los nuevos empresarios -Ayudar en la consolidación y crecimiento de empresas -Ofrecer servicios de promoción turística	-Generar puestos de trabajo -Apoyar la creación y consolidación de empresas -Fomentar los vínculos empresariales -Fomentar el espíritu de empresa	-Fomentar la creación de empresas -Promover la generación de proyectos innovadores en las grandes organizaciones	-Fomentar el espíritu de empresa -Identificar, promover y desarrollar proyectos empresariales -Apoyar la innovación en las empresas y su consolidación	-Apoyar la creación de empresas -Apoyar la consolidación y competitividad de las empresas establecidas	-Apoyar la creación y consolidación de empresas -Reducir el riesgo al fracaso -Crear cultura emprendedora -Formar a emprendedores -Optimizar recursos
Sector de actividad	Todos los sectores, prestando especial atención al sector turístico, medio ambiente y deporte	Todos los sectores	Sectores tradicionales, empresas de nuevas tecnologías, empresas culturales o sociales	Todos los sectores en general, y las actividades innovadoras en ayudas económicas	Todos los sectores	Todos los sectores

Fuente: Elaboración propia.



Así pues, partiendo de esta anticipada y resumida visión, en el próximo apartado se especificarán las similitudes y diferencias descubiertas entre los distintos casos objeto de estudio, aplicando para ello el análisis cruzado de casos («*cross-case analysis*») (Yin, 2003).

4.2. Análisis comparativo de los casos: análisis cruzado

El análisis cruzado de casos se realiza fundamentalmente con dos

propósitos: 1) resumir los distintos tipos de medidas que los programas u organismos ofrecen con el fin de fomentar la creación de nuevas empresas, lo que supone, en cierto modo, proporcionar conocimientos sobre acciones efectivas que podrían ser generalizables y a su vez adoptar la forma de «buenas prácticas» (Patton, 1997), y 2) explorar los efectos que dichas medidas o servicios provocan en términos de nuevas iniciativas empresariales y en la dinamización del tejido empresarial.

a) Medidas de apoyo a la creación de empresas

El Cuadro 3 resume la tipología de medidas y servicios contemplados en los programas y organismos de apoyo analizados en este trabajo. De él se desprenden tres grandes líneas de actuación. Una primera destinada al asesoramiento, el cual a su vez se proporciona de tres formas distintas: a) asesoramiento personal completo, b) asesoramiento personal parcial (centrado en la elaboración del plan de empresa y en los trámites de constitución) y c) asesoramiento virtual (asistencia a través de un entorno *web*).

La segunda línea de actuación la constituyen los viveros o incubadoras de empresas, los cuales, junto con las medidas de asesoramiento, constituyen apoyos no económicos o «blandos».

Finalmente, se distingue la ayuda a la financiación del proyecto empresarial, integrada en la tipología genérica de «apoyos económicos o duros».

Como se puede apreciar, en cuatro de los seis casos (casos 1, 3, 4 y 5) se ofrece asesoramiento personalizado completo, desde la fase inicial de análisis de la idea de negocio, pasando por el estudio de viabilidad del proyecto empresarial y la constitución legal de la empresa, hasta las recomendaciones pertinentes de cara a su posterior consolidación y crecimiento. Además en dos de ellos, VALNALÓN (caso 3) y CEIN (caso 4), el asesoramiento completo se encuentra acompañado de otras medidas de apoyo.

Concretamente, en ambos casos se dispone de viveros empresariales, a través de los cuales ofrecen a las empresas de nueva creación instalaciones, con carácter temporal, para que inicien y desarrollen su actividad. Además, en el caso concreto de VALNALÓN existen dos tipos de viveros de empresas, uno en el que se ubican empresas tradicionales y otro destinado a empresas de base tecnológica.



CUADRO 3 PRINCIPALES MEDIDAS DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE LOS CASOS ANALIZADOS					
Casos /Medidas	No económicas			Económicas	
	Asesoramiento			Incubación o viveros de empresas	Financiación parcial
	Personal Completo	Personal Parcial	Virtual		
Caso 1: DEBEGESA	X				
Caso 2: BARCELONA ACTIVA		X	X	X	
Caso 3: VALNALÓN	X			X	
Caso 4: CEIN	X			X	X
Caso 5: IDEAM	X				
Caso 6: NEEX			X		

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 4 INCIDENCIA DE LOS ORGANISMOS Y PROGRAMAS DE APOYO EN LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS (2004)					
Casos de estudio	Nº nuevas empresas	Tasa de éxito (Porcentaje)	Casos de estudio	Nº nuevas empresas	Tasa de éxito (Porcentaje)
Caso 1: DEBEGESA	28	71	Caso 4: CEIN	95	65
Caso 2: BARCELONA ACTIVA	75	31.7	Caso 5: IDEAM	30	70
Caso 3: VALNALÓN	17	30.9	Caso 6: NEEX	23	88

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, en el caso 4, CEIN, también se contemplan medidas económicas o «duras», es decir, capital semilla que sirve para financiar parcialmente los proyectos empresariales en sus fases iniciales, prestando una atención particular a aquellos que poseen un marcado carácter tecnológico.

Otro de los casos que merecen especial mención, dada la diversidad de medidas que se combinan en el mismo, es el de Barcelona Activa (caso 2). En él, el asesoramiento personal parcial se complementa con el asesoramiento virtual así como con las incubadoras de empresas.

Por lo que respecta al sector de actividad al que van dirigidos los servicios incluidos en los programas y organismos estudiados, se perciben algunas diferencias en los casos 1 (DEBEGESA), 3 (VALNALÓN) y 4 (CEIN), en los que las ayudas van destinadas de forma prioritaria al sector del ocio (donde se incluyen turismo, medio ambiente y deporte), servicios innovadores y cultura, respectivamente.

b) Influencia de los organismos y programas de apoyo en la creación de nuevas empresas y en la dinamización del tejido empresarial

En este apartado, las consideraciones realizadas de cara a alcanzar un mayor

conocimiento sobre los casos objeto de estudio se ilustran desde tres perspectivas distintas. En primer lugar, realizamos una apreciación objetiva de los datos relativos a las nuevas empresas creadas. En segundo lugar, introducimos la variable contextual con el fin de detectar mejor las diferencias entre los casos. Por último, nos aproximamos a la percepción subjetiva que tienen los entrevistados (responsables de los programas y nuevos empresarios) sobre las cuestiones analizadas.

En relación con la primera variable que utilizamos para estudiar la influencia de los programas y organismos en el tejido empresarial, el número de nuevas empresas creadas, es posible establecer tres grupos de casos distintos: 1) aquellos cuyo número de nuevas empresas es inferior a 25 (casos 3 y 6); 2) los que han generado un número de empresas que oscila entre 25 y 30 (casos 1 y 5) y 3) los que favorecieron la creación de más de 30 empresas (casos 2 y 4) (Cuadro 4). Ahora bien, una visión más realista de dicha influencia podría derivarse del seguimiento, en términos relativos, de los proyectos empresariales que inicialmente demandaron este tipo de servicios y el número de iniciativas que se materializaron. Si llamamos a esta relación «tasa de éxito», se puede observar en el Cuadro 4 la homogeneidad que existe



COLABORACIONES

CUADRO 5
 CARACTERÍSTICAS CONTEXTUALES DE LAS REGIONES

Región / Caso de estudio	Número de empresas	Población	Densidad empresarial*	Tasa de actividad (Porcentaje)	Tasa de Paro (Porcentaje)
País Vasco (caso 1 - DEBEGESA)	157.539	2.124.846	74	57.63	6.40
Cataluña (caso 2 - BCN ACTIVA)	567.019	6.995.206	81	61.83	6.64
Asturias (caso 3 - VALNALON)	68.175	1.076.635	63	48.75	9.56
Navarra (caso 4 - CEIN)	40.730	593.472	67	61.05	5.95
Com. de Madrid (caso 5 - IDEAM)	456.175	5.964.143	76	62.28	5.92
Extremadura (caso 6 - NEEEX)	61.898	1.083.879	57	51.10	15.31

* Número de empresas por cada 1.000 habitantes.
 Fuente: INE (2005).

entre los casos 1, 4 y 5, cuya tasa se sitúa entre el 65 por 100 y el 75 por 100.

El otro subgrupo entre el que se descubre cierta homogeneidad lo forman los casos 2 y 3, ambos con tasas de éxito en torno al 30 por 100, mientras que el caso 6 (NEEX) se manifiesta excepcional en relación al resto de casos (tasa de éxito del 88 por 100).

Por otra parte, y como ya adelantamos, una explicación alternativa de este fenómeno surge a partir del seguimiento de algunas variables contextuales de los ámbitos geográficos en los que se desarrollan los distintos programas, tales como el tamaño de la población, la tasa de paro o de actividad (Cuadro 5).

En este sentido, la realización de diversas consultas a fuentes de información secundarias, así como las conversaciones mantenidas durante las entrevistas (tanto con los responsables de los programas y organismos como con los empresarios), ponen de manifiesto que si bien son distintos los tipos de apoyo que registran tasas de éxito elevadas, las características socio-económicas del contexto justifican, en parte, el tipo de empresa creada, así como los motivos de su creación. De este modo,

mientras que las tasas de paro de la región de Extremadura (en la que tiene lugar el caso 6) coinciden con empresas de bajo nivel tecnológico y creadas, en su mayoría, por *necesidad*, la alta densidad empresarial de la Comunidad de Madrid (donde se sitúa el caso 5) deja entrever la mayor relevancia que tiene *la oportunidad de negocio* en las nuevas empresas y la orientación de éstas hacia el crecimiento (2).

Finalmente, una tercera perspectiva de la influencia que los distintos casos analizados tienen, tanto en la creación de nuevas empresas como en el tejido empresarial, se deriva de la opinión que al respecto poseen los propios responsables de los programas y los empresarios beneficiarios de los mismos (3). En concreto, de la percepción de los primeros

(2) Los términos «necesidad» y «oportunidad de negocio» fueron empleados tanto por los responsables de los programas como por los propios empresarios entrevistados.

(3) Aunque somos conscientes de la subjetividad que puede conllevar la consideración de tales opiniones, hay que puntualizar que el hecho de contar con ambas perspectivas (una representativa de la oferta de los programas —la que proviene de sus responsables— y otra de la demanda —representada por la opinión de los empresarios beneficiarios de los apoyos—) aporta una visión más objetiva del fenómeno en cuestión.



COLABORACIONES

cabe subrayar la opinión unánime que tienen en cuanto a la positiva repercusión de los programas en el fortalecimiento del tejido empresarial, no sólo directamente a través de las nuevas empresas creadas, sino también a través del impacto que provocan en otras muchas actividades. No obstante, es necesario precisar que esta visión fue mucho más crítica en los casos desarrollados en Cataluña (caso 2) y en la Comunidad de Madrid (caso 5), cuyos responsables aludieron a la posibilidad de lograr una mayor repercusión, en el supuesto de contar con más y mejores medidas dirigidas a la consolidación y seguimiento de las iniciativas puestas en marcha.

En cuanto a la opinión de los nuevos empresarios, destacar que la gran mayoría (el 85 por 100) considera que los programas analizados han influido de manera importante en la decisión de crear la empresa. Igualmente, valoran de forma positiva su repercusión en la dinamización del tejido empresarial, aunque la forma en la que perciben tal influencia difiere según los casos analizados. Así, mientras que los empresarios beneficiarios de los apoyos materializados en los casos 1,3 y 6 destacan, en particular, su contribución en la forma de reducción del desempleo, aquellos que han utilizado los programas representados en los casos 2, 4 y 5 enfatizan, en especial, la consecución de un mayor crecimiento económico.

orientados a revitalizar el tejido empresarial, fundamentalmente, a partir de los apoyos a la creación de nuevas empresas. En este contexto, desde la década de los ochenta se han puesto en marcha en España numerosas medidas de fomento de las que se puede destacar su diversidad, tanto en lo referente al gran número de organismos implicados, como a la variedad de programas de asistencia ofrecidos por dichos organismos (Urbano, 2006). En este trabajo, hemos tratado de aproximarnos a esta realidad a través del estudio de seis casos que materializan distintas políticas de apoyo a la creación de nuevas empresas. Dichos casos han sido elegidos desde un punto de vista conceptual, en función de los propósitos básicamente exploratorios de esta investigación, y han sido examinados desde una perspectiva cualitativa a través del análisis individual y comparativo utilizando el modelo de «análisis cruzado de casos» propuesto por Yin (2003).

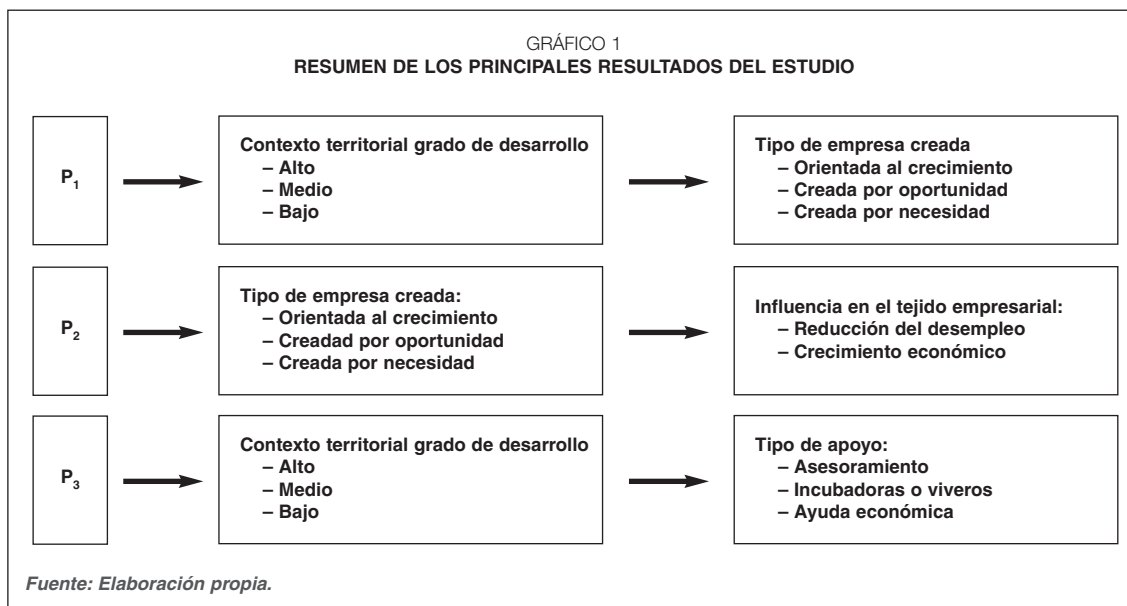
Los resultados obtenidos muestran, en buena medida, la relevancia que poseen estas políticas de fomento por cuanto que han contribuido a la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales, cuyo número varía, sobre todo, en función del tipo concreto de apoyo o de la región en la que se aplican. De otra parte, el análisis de la evidencia aportada en este trabajo revela la importancia de algunos vínculos entre el tipo de apoyo contemplado en los organismos y programas objeto de estudio, las nuevas empresas creadas y las variables del contexto en el que éstas se ubican. Así, puede afirmarse que: a) el tipo de empresa creada a partir de una intervención pública dependerá, en parte, de las características del territorio en el que se lleva a cabo; b) el efecto que indirectamente se produce en el tejido empresarial en el que se integra estará



COLABORACIONES

5. Conclusiones y líneas futuras de investigación

Durante los últimos años, las políticas macroeconómicas destinadas a favorecer los ajustes productivos y mitigar los desequilibrios regionales han dado paso a los planteamientos económicos locales



condicionado, en cierto modo, por el tipo de empresa creada y, por tanto, por las características del contexto en el que se crea, y c) el diseño adecuado de una medida de apoyo deberá tener en cuenta las características del ámbito geográfico en el que se tiene previsto desarrollar (Gráfico 1).

Por último, cabe indicar que estos resultados abren numerosas posibilidades en cuanto a futuras líneas de investigación, las cuales, en parte, podrían ir dirigidas a verificar estadísticamente la aproximación exploratoria y cualitativa utilizada en la presente investigación. Asimismo, alentamos a que las reflexiones sobre la importancia e influencia que las instituciones de apoyo tienen en la creación de nuevas empresas y en el desarrollo y fortalecimiento del tejido empresarial, continúen adoptando, en algunos casos, la forma de investigaciones evaluativas. En concreto, estimamos oportuno el desarrollo de evaluaciones de naturaleza sumativa que permitan contrastar los efectos de las medidas de apoyo en las nuevas empresas, no sólo en términos de cantidad sino, sobre todo,

de calidad, a partir del análisis de variables tales como número de empleos creados, volumen de ventas o grado de innovación tecnológica. Todo ello, en definitiva, podría contribuir a mejorar el conocimiento de los marcos institucionales de apoyo recomendables para cada territorio y, por consiguiente, la eficiencia y eficacia en la gestión pública de las políticas de fomento a la creación de nuevas empresas.

Bibliografía

- [1] ALDRICH, H.E. (1990): «Using an ecological perspective to study organizational founding rates», *Entrepreneurship Theory and Practice*, spring, pp. 7-24.
- [2] ALDRICH, H.E. y MARTÍNEZ, M.A. (2001): «Many are Called, but Few are Chosen: an Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, nº 4, pp. 41-56.
- [3] BIRCH, D.L. (1979): *The Job Generation Process*, MIT Programme on Neighbour-



COLABORACIONES

- hood and Regional Change. Camb. Mass.
- [4] BIRD, B.J. (1993): «Demographic Approaches to Entrepreneurship: the Role of Experience and Background». En J. Katz y R. Brockhaus (eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, vol.1, pp. 11-48, Greenwich, Connecticut: JAI Press Inc.
- [5] BIRLEY, S. y WHESTEAD, P. (1994): «A Taxonomy of Business Start-Up Reasons and their Impact on Firm Growth and Size», *Journal of Business Venturing*, vol. 9, pp.7-31.
- [6] BOTER, H. y LUNDSTRÖM, A. (2001): «Support services to SMEs. Analysis of support actors and company characteristics», Conference proceedings, vol. 2, Paper presented at RENT XV 2001 (Turku-Finland, 22-23 November).
- [7] COMUNIDADES EUROPEAS (2000): *Guía de buenas prácticas para las organizaciones de apoyo a la creación de empresas*, Bruselas, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- [8] COMUNIDADES EUROPEAS (2002): *Guía de buenas prácticas para las organizaciones de apoyo a la creación de empresas*, Bruselas, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- [9] DAVIDSSON, P. y WIKLUND, J. (2001): «Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: current research practice and suggestions for the future», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, nº4.
- [10] EISENHARDT, K.M. (1989): «Building theories from case study research», *Academy of Management Review*, vol. 14, nº 4, pp. 532-550.
- [11] EISENHARDT, K.M. (1991): «Better Stories and Better Constructs: The Case for Rigor and comparative Logic», *Academy of Management Review*, vol. 16, nº 3, pp. 620-627.
- [12] FETTERMAN, D.M. (2000): «Summary of the STEP Evaluation and Dialogue», *American Journal of Evaluation*, 21 (2, spring-summer): pp. 239-259.
- [13] GARTNER, W.B. (2001): «Is there an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, nº 4.
- [14] GIBB, A.A. (1993): «Key factors in the design of policy support for the small and medium enterprise (SME) development process: an overview», *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5, nº 1, pp. 1-24.
- [15] HANNAN, M.T. y CARROLL, G.R. (1992): *Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation and Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation and Competition*, New York: Oxford University Press.
- [16] HANNAN, M.T. y FREEMAN, J.H. (1989): *Organizational Ecology*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- [17] KLOFSTEN, M. y SCHÄRBERG, C. (1998): «Teaching and Training Small Businesses: Attitudes among the Organisers». Paper for the 10th Nordic Small Business Research Conference, Växjö University, Växjö, Sweden, June, 14-16.
- [18] LERNER, M. y HABER, S. (2000): «Performance Factors of Small Tourism Ventures: the Interface of Tourism, Entrepreneurship and the Environment», *Journal of Business Venturing*, vol. 16, pp. 77-100.
- [19] MALECKI, E.J. (1997): «Entrepreneurs, Networks and Economic Development: A Review of Recent Research», *Advances in Entrepreneurship, Firm emergence and Growth*, vol. 3, pp. 57-118.



COLABORACIONES

- [20] MIN, P.G. (1984): «From white-collar occupations to small business: corean immigrants' occupational adjustment», *The Sociological Quarterly*, nº 25, pp. 333-352.
- [21] NORTH, D.C. (1990) *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press: Cambridge.
- [22] NORTH, D.C. (2005): Understanding the process of economic change, Princeton University Press.
- [23] PARKER, S.C. (2004): *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*, United Kingdom.
- [24] PATTON, M.Q. (1994): «Developmental Evaluation», *Evaluation Practice*, vol. 15, nº 3, pp. 311-320.
- [25] PATTON, M.Q. (1997): «View toward distinguishing empowerment evaluation and placing it in a larger context», *Evaluation Practice*, vol. 18, nº 2, pp. 147-163.
- [26] PATTON, M.Q. (2002): *Qualitative Research & Evaluation Methods*, Sage Publications, Thousand Oaks, London.
- [27] PRESKILL, H. y TORRES, R.T. (1999): *Evaluative Inquiry for Learning in Organizations*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- [28] REYNOLDS, P.; BYGRAVE, W.; ERKKO, AL; HAY, M. (2002): «Global Entrepreneurship Monitor 2002 Summary report», November. Babson Park, MA: Babson College, Ewing Marion Kauffman Foundation and the London Business School.
- [29] RIALP, A; RIALP, J; URBANO, D. & VALLANT, Y. (2005): «The Born-global Phenomenon: A Comparative Case Study Research», *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 3, pp. 133-171.
- [30] SHANE, S y VENKATARAMAN, S. (2000): «The promise of entrepreneurship as a field of research», *Academy of Management Review*, vol. 25, nº1, pp. 217-226.
- [31] SMITH, F.W. (1994): «Venture Capital». En Hisrich, R.D. y Peters, M.P. *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. Cap. 10, pp. 266-296. Routledge: London.
- [32] STAKE, R.E. (1994): «Case studies». En N.K. Denzin y Y.S. Lincoln (eds) *Handbook of Qualitative Research*, pp. 236-247. Thousand Oaks, CA: Sage.
- [33] STAKE, R.E. (2000): «The case study method in social inquiry». En R. Gomm, M. Hammersley y P.Foster (eds). *Case Study Method*, pp. 19-26. London: Sage.
- [34] STOREY, D. (2000): «Six steps to heaven: evaluating the impact of public policies to support small business in developed countries». En D. Sexton y H.Landstrom (eds.), *Handbook of entrepreneurship*, pp. 176-176-193, Oxford: Balckwell.
- [35] TOLEDANO, N. (2003): *Análisis de las políticas de desarrollo rural en la provincia de Huelva. Un análisis comparado de la Iniciativa LEADER II, el programa PRODER y el programa Escuela de Empresas*, Málaga, Fundación Unicaja.
- [36] UCBASARAN, D.; WESTHEAD, P.; WRIGHT, M. (2001): «The focus of entrepreneurial research: contextual and process issues», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, nº4, pp. 57-80.
- [37] URBANO, D. (2006): *La creación de empresas en Cataluña. Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*, Barcelona, Generalitat de Cataluña.
- [38] WENNEKERS, S. y THURIK, R. (1999): «Linking Entrepreneurship and Economic Growth», *Small Business Economics*, vol. 13, pp. 27-55.
- [39] WHITE, S.B. y REYNOLDS, P.D. (1996): «Government Programs and High Growth New Firms», *Frontiers of*



COLABORACIONES

- Entrepreneurship Research*. Babson College.
- [40] YIN, R.K. (2003): *Case study research. Design and methods*, Third Edition, London, Sage Publications.
- [41] YOUNG, F.V. (1971): «A Macrosociological Interpretation of Entrepreneurship». En Kilby, P. (ed.): *Entrepreneurship and Economic Development*. New York: Free Press.
- [42] YOUNG, M.; WYMAN, S.M.; BRENNER, C.T. (1999): «Assessment of small business perception of needed information and assistance», *Journal of Business and Entrepreneurship*, vol. 11, nº1, (marzo), pp. 99-105.



COLABORACIONES