

Condicionantes de la actividad emprendedora e instituciones de apoyo desde el ámbito local: el caso de la provincia de Alicante



artículo

José María Gómez

Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad Miguel Hernández

Ignacio Mira

Profesor Titular del Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández

Jesús Martínez Mateo

Profesor Titular del Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández

El crecimiento económico, la innovación y el empleo se benefician en gran medida de la actividad de creación de empresas en un territorio. Como consecuencia de ello, desde las distintas administraciones públicas se articulan medidas dirigidas al fomento de la actividad empresarial y a la mejora de las condiciones del entorno en que ésta se desarrolla. Este artículo caracteriza el estado de la cuestión desde una perspectiva local, analizando los elementos configuradores del ambiente en el que se desarrolla la actividad emprendedora y las medidas de apoyo de los organismos municipales a los potenciales empresarios. Para ello se ha utilizado como base la metodología de análisis de factores de influencia en la actividad emprendedora, empleada en el Proyecto GEM.

Existe un amplio consenso en considerar la creación de empresas como un factor de importancia clave para la generación de riqueza en un territorio¹. Este reconocimiento de la creación de empresas como fuerza impulsora del desarrollo territorial ha traído, como consecuencia, la puesta en marcha y desarrollo de una gran diversidad de políticas públicas, ofrecidas por distintas administraciones municipales, autonómicas o nacionales, dirigidas a favorecer las actividades emprendedoras.

De esta manera, es común que las iniciativas empresariales puedan contar con medidas de apoyo tales como servicios de información y asesoramiento, formación específica para el emprendedor, facilidades administrativas y legales, e incluso canales de acceso a la financiación requerida, siempre con el objetivo de favorecer la creación de nuevas empresas, produciendo un impacto positivo en la generación de empleo y el crecimiento económico. Estas circunstancias justifican el interés de la comunidad

científica por el tema, lo que ha llevado al desarrollo de numerosos estudios a escala tanto nacional como internacional². En este sentido, la influencia del entorno en la decisión de crear una empresa ha sido ampliamente estudiada desde distintas perspectivas; el contexto sociocultural en general y las políticas y programas de apoyo en particular dan buena muestra de ello³.

De hecho, muchos de esos estudios ponen de relieve que las distintas instituciones públicas pueden desempeñar un papel clave para crear y mantener unas condiciones favorecedoras de la creación de empresas, así como también de la motivación a determinados colectivos con capacidad para desarrollar su propio negocio. Así, las distintas administraciones regionales y locales ocupan un lugar cada vez más preponderante en el desarrollo de sus respectivos territorios, en parte por la perspectiva privilegiada que les proporciona su proximidad a la zona en la que operan.

Recientemente, Veciana⁴ propone un enfoque multidisciplinar de estudio que engloba los aspectos económicos, socioculturales, institucionales y territoriales de la creación de empresas, poniendo así de manifiesto la importante influencia del entorno y el papel protagonista de la creación de empresas en el desarrollo económico. En la misma línea, Shane⁵ propone un marco de trabajo en el cual el estudio de los emprendedores debe ser complementado por el de las características del entorno, tanto económico (en el que incluye el geográfico) como institucional, que contempla las instituciones y el sistema político, reguladores de la actividad económica; los sistemas educativos y de ciencia y tecnología, fundamentales para el desarrollo del espíritu emprendedor; y el ambiente cultural, en cuanto a creencias y valores (proveen de soporte social y moral para la actividad emprendedora, y de legitimación).

Las instituciones desempeñan un papel clave para crear y mantener condiciones favorecedoras de la creación de empresas

En esta línea, investigaciones como las de Díaz⁶, Urbano⁷ o Mira⁸ aplican el enfoque institucional de North⁹ al ámbito del *entrepreneurship*, de modo que las instituciones corresponden a factores formales e informales condicionantes de la creación de empresas, y las organizaciones principales, las empresas y los empresarios que las crean y las dirigen influyen en el crecimiento y desarrollo económico de un territorio. En particular, estas investigaciones consideran el papel de los agentes que intervienen directa o indirectamente en la creación de empresas, tales como las administraciones públicas, los organismos de apoyo, las asociaciones empresariales, las universidades, etc.

Estos planteamientos nos llevan a considerar los análisis teóricos de North sobre las instituciones como un marco institucional excelente para estudiar los factores condicionantes de la creación de empresas en un determinado territorio.

Con estos antecedentes, este trabajo tiene por objeto profundizar en el marco institucional de apoyo a

emprendedores¹⁰ a través del análisis de aspectos cuantitativos y cualitativos, tanto de los factores condicionantes como de las medidas de apoyo a la creación de empresas en el entorno municipal, tomando como caso de estudio la Comunidad Valenciana, y en particular la provincia de Alicante. Al igual que ocurre en otros ámbitos territoriales, en Alicante existe una gran oferta a la que los potenciales empresarios pueden acudir; como ejemplos cabe citar a entidades como la Generalitat Valenciana, a través de los programas de ayudas y subvenciones del Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA), del Instituto Valenciano de la Juventud (IVAJ) o de las iniciativas del Servicio Valenciano de Empleo (SERVEF). También son importantes las asociaciones empresariales como la Confederación de Empresarios de la Provincia de Alicante (COEPA), los Jóvenes Empresarios de la Provincia de Alicante (JOVEMPA) o la Asociación de Empresarios de la Provincia de Alicante (AEPVA), así como las Cámaras de Comercio, a través de su programa "Prop Emprendedores". Finalmente, no debemos olvidar la labor de la Diputación Provincial, junto con los distintos municipios y, en especial, sus agencias locales de desarrollo, mancomunidades y consorcios¹¹.

Para llevar adelante este trabajo se ha contado con la colaboración de la Diputación Provincial de Alicante y sus entidades municipales de apoyo, que han contestado a una encuesta semiestructurada dirigida a caracterizar los apoyos prestados. Los resultados ofrecen información de interés para la reflexión sobre las iniciativas existentes y sobre la posibilidad de desarrollo de nuevas medidas destinadas a la mejora de las condiciones en que los emprendedores llevan a cabo su actividad.

Metodología

Para llevar a cabo nuestro estudio, la investigación se ha estructurado en dos grandes bloques:

- Estudio de elementos institucionales influyentes en la naturaleza de la actividad emprendedora (factores de influencia en el potencial empresario).
- Estudio de organismos de apoyo municipales y medidas puestas a disposición de los potenciales empresarios.

La primera parte toma como base algunos de los ítems definidos por el estudio *Global Entrepreneurship*

Monitor (GEM) como factores de influencia en la actividad emprendedora de un territorio¹², habiendo sido valorados específicamente para la presente investigación por un grupo de expertos formado por especialistas, tanto empresarios como profesionales (provenientes de entidades locales de apoyo, cámaras de comercio, asociaciones empresariales, entidades de innovación, sector financiero, entidades regionales de apoyo y educación y formación), conocedores de los distintos aspectos relacionados con la creación de empresas en la provincia de Alicante. La metodología de trabajo con dicho grupo ha sido similar a la utilizada en los estudios GEM¹³, aplicando dos criterios fundamentales para seleccionar a los expertos: identificar un número suficiente –para asegurar una valoración correcta de los conjuntos de variables relacionadas con la actividad emprendedora– y disponer de una presencia mínima del 25% de los empresarios –para dotarlo de un carácter multidisciplinar–. El trabajo de campo se realizó entre febrero y mayo de 2005, y, de los cuarenta expertos seleccionados, se obtuvo una respuesta válida para su tratamiento de 37.

La segunda parte de la investigación se centra en el análisis de los organismos de apoyo y las medidas ofrecidas desde el entorno municipal, y constituye un enfoque complementario sobre una parcela concreta del entorno institucional¹⁴, encargado de canalizar y aplicar las medidas de apoyo a la actividad emprendedora, lo que podemos considerar como factores institucionales formales en el enfoque de North. Así, se parte de un censo proporcionado por la Diputación Provincial de Alicante que comprende 67 entidades que cubren un espectro de actuación de 107 municipios de la provincia; el trabajo de campo se ha realizado entre abril y julio de 2005, a partir de una encuesta semiestructurada conformada por preguntas abiertas y cerradas. La respuesta efectiva alcanzada ha sido de 38 entidades sobre un total de 67, lo que supone cubrir el espectro de servicios de fomento a la creación de empresas prestados en 63 municipios.

Condicionantes de la actividad emprendedora

Adaptando parte de la metodología GEM, se han seleccionado las siguientes variables con influencia sobre la actividad emprendedora: las normas sociales y culturales –elemento institucional con capacidad de influencia sobre la decisión de desarrollar una con-

ducta emprendedora–; el estado de la educación y la formación; la situación que ocupa la financiación; la influencia de los programas públicos de apoyo; la valoración sobre las oportunidades de negocio; y la evaluación de las habilidades para llevar a cabo una conducta emprendedora. Además, se identifica una serie de elementos favorecedores e inhibidores de la actividad.

Normas sociales y culturales

Partiendo de la información recogida de los expertos, podemos considerar que las normas sociales y culturales ejercen un estímulo positivo (véase la tabla 1) como factores de influencia sobre acciones individuales que deriven en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial o, incluso, en la forma de llevarla adelante.

En concreto, las normas sociales y culturales valoran positivamente características como la autosuficiencia, la autonomía, la iniciativa personal o el éxito conseguido a través del esfuerzo. Sin embargo, otras características como la creatividad, la innovación o la asunción del riesgo empresarial no se ven favorecidas por las normas sociales y culturales existentes.

Educación y formación

Con respecto a la situación de la educación y la formación en sus diferentes niveles y su relación con la creación de empresas (véase la tabla 2), en particular los niveles educativos básicos no prestan suficiente atención a la formación en temas relacionados con la creación y gestión empresarial, tales como economía de mercado o administración y dirección de empresas, aspectos imprescindibles para el adecuado desarrollo de una actividad empresarial. Asimismo, la mayoría de los expertos también considera que no se presta suficiente atención a los aspectos relacionados con el desarrollo, desde edades tempranas, de habilidades personales como la creatividad, la autosuficiencia o la iniciativa personal, así como a la consideración de la creación de empresa propia como alternativa laboral.

En lo que se refiere a la formación en gestión y a la preparación para el desarrollo de una actividad empresarial, no se encuentra una clara correspondencia entre ambas, quizá por la dificultad habitual para encontrar una formación que disponga de una vertiente práctica o que incorpore el contacto con la realidad empresarial para el alumnado.

TABLA 1**Evaluación de las normas sociales y culturales**

Cuestiones y valoraciones	
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal	3,54
Las normas sociales y culturales valoran la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	3,27
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,81
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,73
Las normas sociales y culturales subrayan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida	3,20

Escala de Likert: de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto.

TABLA 2**Evaluación de la educación y la formación**

Cuestiones y valoraciones	
En la enseñanza primaria y secundaria se estimulan la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal	1,76
En la enseñanza primaria y secundaria se aportan unos conocimientos suficientemente adecuados acerca de los principios de la economía de mercado	2,09
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas	1,72
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	2,41
La formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	2,86
Los sistemas de formación profesional y de formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	2,69

Escala de Likert: de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto.

TABLA 3**Evaluación de las habilidades para crear y desarrollar una nueva empresa**

Cuestiones y valoraciones	
La mayoría de la gente piensa que crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento es fácil	2,59
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,83
Mucha gente tiene experiencia en creación de nuevas empresas	2,59
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	3,11
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,86

Escala de Likert: de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto.

Habilidades para crear y desarrollar una nueva empresa

En esta área, los expertos consultados consideran que existe un amplio potencial de mejora (véase la tabla 3), dado que sólo una de las cinco cuestiones incluidas en este apartado ha merecido su valoración positiva: se trata del aspecto relacionado con la rapidez de respuesta ante las oportunidades del entorno. De hecho, la mayoría de los expertos se muestra en desacuerdo con el resto de las afirmaciones de este apartado, relacionadas con la experiencia y facilidad para crear una nueva empresa y con la capacidad para dirigirla y organizar sus recursos.

Existencia de oportunidades de negocio

La existencia de oportunidades de negocio (véase la tabla 4) es considerada adecuada por los expertos. Tan sólo una de las cinco cuestiones planteadas no ha merecido el aprobado: la facilidad del potencial empresarial para explotar oportunidades empresariales, aspecto que se encuentra relacionado, en parte, con las necesidades de formación y recursos financieros del emprendedor.

Destaca en positivo la valoración de la existencia de muchas y buenas oportunidades de creación de empresas en Alicante, y su aumento considerable en los últimos años.

Apoyo financiero

El análisis de las respuestas de los expertos (véase la tabla 5) sobre el apoyo financiero a los potenciales empresarios en Alicante muestra las valoraciones más negativas de entre los aspectos estudiados, lo que su-

pone un freno importante para la creación de nuevas empresas y su desarrollo.

Como elementos más insuficientes destacan la financiación procedente de inversores privados y la oferta de capital riesgo, tanto para las empresas nuevas como para las que necesitan aumentar sus recursos financieros en etapas de crecimiento. Sin embargo, las fuentes de financiación propia, financiación ajena y subvenciones públicas disponibles no registran una valoración global tan negativa como las anteriores, pero tampoco son consideradas suficientes para atender las necesidades de los nuevos empresarios.

Programas públicos de apoyo

En cuanto a los programas públicos de apoyo al emprendedor, el análisis de las respuestas nos lleva a considerar que no son todo lo eficaces que podrían ser y que no todo emprendedor que necesita la ayuda de estos programas la puede obtener fácilmente (véase la tabla 6), si bien cabe destacar que la disponibilidad de información sobre las posibles ayudas públicas es considerada suficiente, así como que los profesionales de las entidades de apoyo son competentes y eficaces. Como aspecto positivo y de cierta relevancia en el entorno actual, cabe citar la valoración del papel que pueden representar los parques científicos y las incubadoras de nuevas empresas en el apoyo y sostenimiento de las nuevas iniciativas empresariales.

Favorecedores e inhibidores de la actividad emprendedora

El análisis de los factores anteriores queda matizado por la identificación de una serie de factores destaca-

TABLA 4

Evaluación de la existencia de oportunidades de negocio

Cuestiones y valoraciones	
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de empresas	3,43
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,08
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos cinco años	3,69
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,77
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	3,06

(Escala de Likert: de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto)

TABLA 5**Evaluación del apoyo financiero**

Cuestiones y valoraciones	
Existen suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	2,31
Existen suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	2,51
Existen suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,51
Existe suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las nuevas empresas y en crecimiento	1,91
Existe una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	1,82

Escala de Likert: de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto.

bles por los propios expertos. Unos son favorecedores de la actividad de creación de empresas y otros inhihibidores de ella.

Entre los *principales obstáculos* destaca la ausencia de suficiente apoyo financiero, categoría que agrupa al 20,91% de las respuestas. A éste le siguen otros también destacables como la falta de habilidades para crear y desarrollar una nueva empresa (14,55%), íntimamente relacionado con los defectos de los sistemas de educación y formación (10%) y también con la cultura y las normas sociales (13,64%). Las políticas y programas de la Administración en sus distintos niveles son también susceptibles de mejora a juicio

de los expertos, cuando se alude a “la falta de sistemas flexibles y accesibles de financiación, tanto por parte de las entidades financieras como de las administraciones públicas, para abordar el reto económico que supone la creación de una empresa” o a la “progresiva deslocalización de sectores industriales tradicionales (textil, calzado o juguete) en la provincia, que provoca la desaparición de un gran número de empresas, incluidas las del sector auxiliar”. También cabe destacar la “falta de proyectos, subvenciones y bonificaciones de intereses en financiación por parte de los poderes públicos”, así como “la necesidad de fomentar la cultura emprendedora que tiene la sociedad alicantina”.

TABLA 6**Evaluación de los programas públicos**

Cuestiones y valoraciones	
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas públicas a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público	3,43
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento	3,53
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	2,97
Los profesionales que trabajan en las entidades públicas de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces	3,28
Casi todo el que necesita ayuda de un programa público para crear o hacer crecer una empresa puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades	2,61
Los programas públicos que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	2,74

Escala de Likert: de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto.

Por otro lado, en cuanto a los principales *factores favorecedores* de la iniciativa emprendedora, aparecen como aspectos principales (19,63%) tanto los programas públicos existentes como las habilidades de la población para crear y desarrollar una nueva empresa. Con respecto a los primeros, los expertos destacan “la cantidad de órganos e instituciones públicas que ofrecen información y asesoramiento a los jóvenes emprendedores”.

Apoyos institucionales al emprendedor

En cuanto a la caracterización general de los apoyos municipales al potencial empresario, cabe resaltar que en la provincia de Alicante los municipios de mayor tamaño/población disponen de una agencia local de desarrollo o tienen cubierta la necesidad de servicios relacionados con el apoyo al emprendedor, a través de mancomunidades o consorcios con una estructura de carácter supramunicipal. Ello facilita la existencia de una serie de recursos a disposición de cada municipio que difícilmente podrían existir replicados en cada una de las localidades que integran estas mancomunidades o consorcios.

Algunas de las primeras agencias de desarrollo ya han llegado a su “mayoría de edad”, puesto que aparecieron desde 1980, mientras que fue a partir de 1990 cuando se creó la mayor parte de este tipo de servicios. En los últimos años, sobre todo a partir del año 2000, se han incorporado algunos organismos de nueva creación, especialmente en municipios cuyo crecimiento en los últimos años ha traído la necesidad de contar con una estructura que desarrolle los servicios típicos de una agencia de desarrollo, con continuidad en la localidad.

El tamaño medio de estos organismos es bastante reducido. En concreto, la mayor parte de los que han participado en el estudio tienen entre 1 y 2 empleados, con la salvedad de algunos grandes municipios (Alicante capital) o mancomunidades y consorcios que sobrepasan el tamaño medio. El reducido tamaño medio implica que, en muchos casos, una misma persona debe realizar diversas actividades relacionadas con el desarrollo local, lo que necesariamente potencia la multidisciplinariedad frente a la especialización de los agentes municipales.

En cuanto a las medidas de apoyo que estos organismos prestan al potencial empresario, las hemos clasificado en medidas económicas y no económicas (véase la tabla 7)¹⁵.

TABLA 7

Clasificación de las medidas de apoyo

Medidas de apoyo no económicas	
Medida	Descripción
Motivación/campañas de sensibilización	Relacionadas con el fomento del espíritu empresarial
Información-orientación	Sobre medidas para la creación de una empresa, y sobre las posibles formas jurídicas de la nueva empresa
Asesoramiento-acompañamiento	En la elaboración del plan de negocio y en los trámites que se deben realizar para la puesta en marcha de la empresa
Formación	En creación de empresas, desarrollo de producto/servicio y su lanzamiento, y cursos de formación continua
Viveros de empresa	Que prestan espacios empresariales con servicios compartidos
Medidas de apoyo económicas	
Medida	Descripción
Premios	Tanto a ideas empresariales como a empresas de nueva creación
Ayudas	Subvenciones y otras ayudas públicas destinadas a financiar la puesta en marcha de una empresa
Inversores	Toma de participaciones en el capital de empresas, generalmente con carácter temporal y minoritario

Las *medidas de apoyo no económicas* se centran en la facilitación de información al emprendedor, la prestación de asesoramiento general sobre el proceso de creación de la empresa y su constitución formal, así como cursos de formación relacionada. De hecho, la práctica totalidad de los 38 organismos que han contestado a el cuestionario presta a los emprendedores servicios relacionados con “información-orientación” y “asesoramiento-acompañamiento”. Por su lado, la mayoría de los organismos desarrolla también actividades dentro del apartado “formación” (treinta respuestas afirmativas). Finalmente, en referencia a la disponibilidad de “vivero de empresas”, sólo cinco organismos afirman disponer de esta medida de apoyo.

Por lo que se refiere a las *medidas de apoyo económicas*, la más común es la organización de premios, tanto a ideas de negocio como a empresas de reciente creación, si bien dicho desarrollo es muy reciente (dos o tres últimos años), por lo que parece ser una tendencia para el futuro inmediato. Menos habitual es disponer de un programa propio de subvenciones o convenios específicos con otras entidades para ofrecer préstamos para la puesta en marcha de nuevas empresas; de hecho, solamente cinco organismos han contestado afirmativamente.

En relación con el *grado de conocimiento* de la oferta existente de medidas destinadas a promover la iniciativa empresarial, tres cuartas partes de los consultados (75%) consideran que los empresarios potenciales no conocen suficientemente dichas medidas.

De este modo, y en cuanto *al empleo por parte de los emprendedores de las medidas existentes*, la mayor parte de

los organismos encuestados (77,78%) cree que éstas no son suficientemente utilizadas. En línea con lo indicado anteriormente, se aporta como motivo fundamental el desconocimiento de dichas medidas (40,46%), destacando también las opiniones que aluden a la dificultad de los trámites de creación de empresas y a la no compensación del esfuerzo realizado en llevar a cabo éstas con las contrapartidas recibidas (30,56%).

Entre las *posibilidades de mejora de los apoyos* a la iniciativa empresarial y su desarrollo (véase la tabla 8), destaca en casi la mitad de las respuestas recogidas la referencia a “la mejora de la financiación, así como mayor disponibilidad de ayudas públicas”. En concreto, algunas de las recomendaciones citadas hacen referencia a “la puesta en marcha de líneas de financiación para sectores específicos” o a su mejora mediante una “mayor dotación presupuestaria y apoyando a emprendedores con dificultad de financiación”. Por su parte, son también remarcables las respuestas que se refieren a la mejora de la coordinación de los recursos disponibles; otras posibilidades de mejora aluden a la necesidad de una mayor existencia de viveros de empresas y de centros especializados de asesoramiento, y a “ampliar los plazos para la solicitud de ayudas” o “proporcionar mayor difusión a nivel local de las medidas establecidas por las comunidades autónomas”.

Conclusiones

Las encuestas realizadas al grupo de expertos han permitido poner de manifiesto la opinión de éstos sobre diversos elementos configuradores del medio ambiente en el que la persona susceptible de conver-

TABLA 8

Líneas de mejora del apoyo a la creación de empresas

Financiación y ayudas públicas	44,12%
Mejora de la coordinación de los recursos actuales	20,59%
Viveros de empresas	5,88%
Centros especializados de asesoramiento	5,88%
Otros	23,53%
Total	100,00%

tirse en empresario se desenvuelve. Del análisis de estas valoraciones podemos concluir lo siguiente:

1. El grupo de expertos muestra un amplio acuerdo en relación tanto con el mejorable desarrollo del espíritu emprendedor como con la formación en materias económicas y empresariales dentro del sistema educativo y de la formación no reglada.
2. Hay buenas oportunidades para la creación de empresas en la provincia de Alicante, si bien los expertos consideran que los emprendedores se encuentran con algunas dificultades en su explotación, quizá por un insuficiente bagaje formativo y de experiencia en temas de creación, dirección y organización de recursos, así como por las condiciones actuales de acceso a recursos financieros. En este sentido, un freno claramente identificado es el apoyo financiero de inversores privados o capital riesgo, prácticamente inexistente.
3. Los actuales programas públicos, por su parte, son valorados como adecuados pero mejorables, si bien se considera positiva la disposición de información sobre ellos y la labor de los profesionales que los acercan al emprendedor.

Los emprendedores encuentran dificultades quizá por un bagaje formativo y de experiencia insuficiente

Con todo, podemos concluir que la actividad emprendedora se está viendo frenada fundamentalmente por la actual configuración de las distintas fuentes de apoyo financiero, destacando su baja flexibilidad y su dificultad de acceso; por la actual articulación de programas públicos; y por las carencias del sistema de educación y formación no reglada, en relación con la falta de habilidades y conocimientos empresariales, y con la necesidad de fomentar y mejorar la cultura emprendedora.

El entorno inmediato en que se desenvuelve la actuación de los nuevos empresarios, analizado a partir de informaciones proporcionadas por los organismos de apoyo encuestados, y de información de carácter secundario, presenta los puntos clave siguientes:

1. La provincia de Alicante en su conjunto se ve beneficiada de las medidas de fomento de creación de empresas desarrolladas por distintos organismos, pertenecientes tanto al ámbito europeo como al nacional, regional, provincial o local. Esta multiplicidad conlleva un cierto solapamiento de iniciativas relacionadas con asesoramiento a emprendedores, cursos de formación y programas de ayudas o subvenciones posibles a los que un emprendedor puede acudir, si bien algunas de estas medidas son llevadas a la práctica a través de la colaboración de dos o más instituciones que aúnan sus esfuerzos en acciones concretas.
2. Los municipios de la provincia con cierto tamaño/población disponen de su correspondiente agencia local de desarrollo o tienen cubierta la necesidad de servicios relacionados con el apoyo al emprendedor, a través de mancomunidades o consorcios. En concreto, se han identificado 67 organismos de actuación municipal dirigidos a la población de 107 municipios de la provincia.
3. En general, estos organismos o unidades de desarrollo municipal están formados por uno o dos técnicos, con la salvedad de los municipios de mayor tamaño y mancomunidades y consorcios, que por su volumen de actividad y recursos disponibles presentan una estructura organizativa mayor. Esta circunstancia potencia la necesaria multidisciplinariedad del personal dedicado a las actividades propias del desarrollo local.
4. Generalmente, las actividades desarrolladas por estos organismos se ven marcadas por una excesiva condicionalidad, es decir, por la concesión de ayudas públicas para la realización de acciones concretas, por lo que la continuidad de dichas acciones se ve necesariamente condicionada por la propia continuación de dichas ayudas.
5. Las medidas de apoyo al emprendedor desarrolladas por estos organismos se pueden clasificar en económicas y no económicas. Entre las primeras se encuentran la organización de premios a ideas de negocio o empresas de reciente creación o los programas de subvenciones de algunos municipios, los de mayor tamaño. En cuanto a medidas no económicas, se presentan servicios relacionados funda-

mentalmente con información, formación y asesoramiento al emprendedor en general, habitualmente sin diferenciar por colectivos específicos.

6. Sin embargo –y aun cuando las medidas existentes de apoyo al emprendedor son consideradas positivas por los encuestados–, conviene revisar su congruencia con la demanda real de apoyo, así como las posibilidades de mejora, fundamentalmente a través del incremento de la financiación, la mejora de la coordinación en los recursos actuales y una mayor presencia de centros especializados en asesoramiento y de viveros de empresa.

Discusión final

Este trabajo subraya la importancia del ámbito institucional en el desarrollo de la creación de empresas en un territorio, especialmente en lo que se refiere a las actuaciones desde el ámbito local.

Los resultados muestran que desde el ámbito local se pueden desarrollar múltiples actividades de apoyo al emprendedor. En este sentido, uno de los aspectos donde consideramos que se debe realizar un mayor esfuerzo es en la conveniencia de alcanzar unos adecuados niveles de coordinación de las distintas instituciones y agentes de promoción y apoyo a la creación de empresas que actúan en un territorio, así como también a la hora de diseñar los programas, de manera que “se piense globalmente para actuar localmente”.

De hecho, las instituciones implicadas en el apoyo al emprendedor en un territorio deben considerar la necesidad de trabajar con los aspectos previos al momento en el que un emprendedor acude a sus instalaciones con la idea de iniciar una actividad empresarial. Es decir, los organismos cuyo ámbito de actuación sea el apoyo a la creación de empresas deben incluir en sus planes actuaciones relacionadas con los distintos factores informales analizados en este trabajo, como los relacionados con la educación, la cultura emprendedora, la legitimación de la figura del emprendedor, etc. Todos ellos forman parte del ambiente institucional de la creación de empresas, y los podemos considerar factores condicionantes de las decisiones relativas a la puesta en marcha de una nueva actividad empresarial.

Otro aspecto destacable, y sobre el que conviene reflexionar, se refiere a la necesidad de que los agentes relacionados con la promoción de la creación de empresas, además de conocer en profundidad las características socioeconómicas singulares de su ámbito local, amplíen su perspectiva creando y manteniendo vínculos con el resto de los agentes institucionales de actuación en el territorio, al objeto de conformar redes que permitan el intercambio y actualización de informaciones y experiencias que faciliten el buen funcionamiento de las actividades de apoyo y promoción al emprendedor.

Los agentes relacionados con la promoción de empresas deberían conformar redes que permitan intercambiar información y experiencias

De hecho, generalmente el emprendedor considera la oferta institucional de soporte a la creación de empresas como un todo, esto es, considera al territorio en su conjunto, con sus oportunidades, sus ventajas e inconvenientes y, por supuesto, con sus programas institucionales de apoyo. En estas condiciones, es razonable que las distintas políticas y actuaciones tanto a escala local como supramunicipal sean acordes con esta visión, y, por tanto, respondan de manera conjunta y coordinada a esas necesidades. ■ ■

Fichas biográficas

José María Gómez Gras es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales y Catedrático de Organización de Empresas. Actualmente compagina la docencia con sus responsabilidades como Vicerrector de Asuntos Económicos, Empleo y Relaciones con la Empresa en la Universidad Miguel Hernández de Elche. Además, es Director del equipo GEM en la Comunidad Valenciana. gras@umh.es

Ignacio Mira Solves es Doctor Ingeniero Industrial y, actualmente, Profesor Titular de Organización de Empresas de la Universidad Miguel Hernández. Ha desarrollado su actividad profesional en el sector de fabricantes de juguetes, como responsable de Calidad y como Director de Ingeniería

del Instituto Tecnológico del Juguete. Además, es miembro del equipo GEM en la Comunidad Valenciana.
imira@umh.es

Jesús Martínez Mateo es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y Profesor Titular de Organización de Empresas de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Además, es miembro del equipo GEM en la Comunidad Valenciana.
jmateo@umh.es

Bibliografía

- Audretsch, D.B. (2003). *Entrepreneurship: a survey of the literature*. Luxemburgo: Enterprise Directorate General. European Commission.
- Birch, D.L. (1979). *The job generation process, MIT Programme on neighbourhood and regional change*. Cambridge: Mass.
- Birley, S. (1987). "New ventures and employment growth" en *Journal of Business Venturing*. (v. 2, n.º 2, pp. 155-165).
- Bruno, A. y Tyebjee, T.T. (1982). "The environment for entrepreneurship" en C.A. Kent; Sexton, D.L.; Vesper, E. (eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*. (pp. 288-315. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ).
- Cromie, S. (1991). "The problems experience by young firms" en *International Small Business Journal*. (v. 9, pp. 43-61).
- Díaz, J.C. (2003). "La creación de empresas en Extremadura. Un Análisis Institucional". Tesis doctoral inédita. Universidad de Extremadura.
- Gartner, W.B. (1985). "A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation" en *Academy of Management Review*. (v. 10, n.º 4, pp. 696-706).
- Gnyawali, D.R. y Fogel, D.S. (1994). "Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications" en *Entrepreneurship Theory and Practice*. (verano, pp. 43-62).
- Gómez, J.M.; Mira, I.; Galiana, D. (2002). "El concepto de pre-empresa como instrumento facilitador de spin-off universitaria: planteamiento y contraste de un modelo relacional" en *XII Congreso Nacional de ACEDE 2002*. Palma de Mallorca.
- Gómez, J.M.; Mira, I.; Martínez, J. (2005 a). "Medidas de apoyo a jóvenes para la creación de nuevas empresas en el entorno municipal de la provincia de Alicante". Alicante: Diputación Provincial de Alicante.
- Gómez, J.M.; Mira, I.; Martínez, J. (2005 b). "Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo 2004-Comunidad Valenciana". Universidad Miguel Hernández, Elche.
- Kirchoff, B.A. y Philips, B.D. (1988). "The effect of firm formation and growth on job creation in the United States" en *Journal of Business Venturing*. (v. 3, n.º 4, pp. 261-272).
- North, D.C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- North, D.C. (2004). *Understanding the Process of Economic Change*. Princeton University Press.
- Mira, I. (2006). "La creación de empresas por universitarios. Una aproximación a los factores de influencia del ámbito de la Universidad". Tesis doctoral. Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Reynolds, P. et al. (2005). "Global entrepreneurship monitor: data collection design and implementation 1998-2003" en *Small Business Economics*. (v. 24, pp. 205-231).
- Sexton, D.L. (1986). "Role of entrepreneurship in economic development" en R.D. Hisrich (ed.). *Entrepreneurship, intrapreneurship and venture capital*. (pp. 27-39). Massachusetts: Heath Company.
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982). "The social dimension of entrepreneurship" en C.A. Kent; Sexton, D.L.; Vesper, E. (eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*. (pp. 72-90). Englewood Cliffs (Nueva Jersey): Prentice-Hall.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship. The individual-opportunity nexus*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Storey, D.J. (1982). "Impact on the local economy" en Storey, D.J. (ed.). *Entrepreneurship and the new firm*. (pp. 167-180). Londres: Croom Helm.
- Storey, D.J. (1988). "The role of small and medium-sized enterprises in European job creation: key guides for policy and research" en Giaoutzi, M.; Nijkamp, P.; Storey, D.J. (eds.). *Small and medium size enterprises and regional development*. (pp. 140-160). Londres: Routledge.
- Storey, D.J. (1994). "Employment" en Storey, D.J. (ed.). *Understanding the small business sector*. (pp. 160-203). Londres: Routledge.
- Urbano, D. (2003). "Factores condicionantes de la creación de empresas en Catalunya: un enfoque institucional". Tesis doctoral inédita. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Van der Sijde, P.C. et al. (2002). *Infrastructures for spin-off companies*. Elche: Universidad Miguel Hernández.

Veciana, J.M. (1999). "Creación de empresas como programa de investigación científica" en *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. (v. 8, n.º 3, pp. 11-35).

Veciana, J.M. (2006). "Creación de empresas y desarrollo económico como campo de estudio" en *Actas de la I Jornada Técnica Fundación CYD: "Creación de empresas, desarrollo territorial y el papel de la Universidad"*. (pp. 23-43). Elche: Fundación CYD y Futurelx.

Vesper, K.H. (1982). "Research on education for entrepreneurship" en Kent, C.A.; Sexton, D.L.; Vesper, K.H. (eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. (pp. 321-351). Englewood Cliffs (Nueva Jersey): Prentice-Hall.

Wennekers, S. y Thurik, R. (1999). "Linking entrepreneurship and economic growth" en *Small Business Economics*. (v. 13, n.º 1, pp. 27-56).

White, S.B. y Reynolds, P. (1996). "Government programs and high growth new firms" en *Frontiers of Entrepreneurship Research*.

Notas

¹ Birch, D.L. (1979); Storey, D.J. (1982), (1988) y (1994); Birley, S. (1987); Kirchoff, B.A. y Philips, B.D. (1988); White, S.B. y Reynolds, P. (1996); Sexton, D.L. (1986); Wennekers, S. y Thurik, R. (1999).

² Vesper, K.H. (1982); Cromie, S. (1991); White, S.B. y Reynolds, P. (1996); Van der Sijde, P.C. *et al.* (2002); Reynolds, P. *et al.* (2005).

³ Bruno, A. y Tyebjee, T.T. (1982); Shapero, A. y Sokol, L. (1982); Gartner, W.B. (1985); Gnyawali, D.R. y Fogel, D.S. (1994); Veciana, J.M. (1999) y (2006); Gómez, J.M.; Mira, I.; Galiana, D. (2002); Audretsch, D.B. (2003); Díaz, J.C. (2003); Urbano, D. (2003); Reynolds, P. *et al.* (2005); Mira, I. (2006).

⁴ Veciana, J.M. (2006).

⁵ Shane, S. (2003).

⁶ Díaz, J.C. (2003).

⁷ Urbano, D. (2003).

⁸ Mira, I. (2006).

⁹ North, D.C. (1990) y (2004).

¹⁰ Convenio denominado "Marco institucional de apoyo a jóvenes emprendedores en el entorno municipal de la provincia de Alicante" firmado en 2005 entre la Diputación de Alicante y la Universidad Miguel Hernández de Elche.

¹¹ Gómez, J.M.; Mira, I. y Martínez, J. (2005 a).

¹² Gómez, J.M.; Mira, I. y Martínez, J. (2005 b).

¹³ Reynolds, P. *et al.* (2005).

¹⁴ Shane, S. (2003).

¹⁵ Mira, I. (2006).

Copyright of Revista de Empresa is the property of Fundacion Instituto de Empresa and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.