



CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 46, noviembre 2003, pp. 7-38

La promoción de la economía social a través del programa Escuela de Empresas Cooperativas. El caso de la provincia de Huelva

Manuel Carrasco Carrasco
Nuria Toledano Garrido

Universidad de Huelva

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa

ISSN: 0213-8093. © 2003 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.uv.es/reciriec

La promoción de la economía social a través del programa Escuela de Empresas Cooperativas. El caso de la provincia de Huelva

**Manuel Carrasco Carrasco y
Nuria Toledano Garrido**

Universidad de Huelva

RESUMEN

El objetivo de este trabajo consiste en analizar la repercusión del Programa Escuela de Empresas en la provincia de Huelva como instrumento de fomento empresarial. Para ello, se realizará una aproximación teórica del fenómeno de la creación de empresas desde la perspectiva de la Teoría de la Incubadora, teoría que justifica la importancia de las incubadoras de empresas como medida de estímulo empresarial. A continuación, se expondrán los resultados más importantes obtenidos del trabajo empírico realizado. Concretamente, a partir de encuestas efectuadas a los emprendedores, se analizan las características principales de las nuevas empresas, así como la de los individuos que las ponen en marcha. Finalmente, se destacarán los puntos fuertes y débiles del programa en cuestión, para lo que se utiliza, además de la información obtenida a raíz de un grupo de discusión, los datos proporcionados por los directores, en las entrevistas mantenidas con los mismos.

PALABRAS CLAVE: creación de empresas, incubadoras de empresas, fomento empresarial, Economía Social.

CLAVES ECONLIT: P130, R380, R200 y R580.

La promotion de l'économie sociale par le biais du programme Ecole d'entreprises coopératives. Le cas de la province de Huelva

RÉSUMÉ: L'objectif de ce travail est d'analyser les retombées du programme Ecole d'entreprises dans la province de Huelva, en tant qu'outil de promotion des entreprises. Ainsi, il présente une approche théorique du phénomène de la création d'une entreprise, du point de vue de la Théorie de l'Incubateur, théorie qui justifie l'importance des couveuses d'entreprises en tant que mesure de stimulation entrepreneuriale. Ensuite, les principaux résultats obtenus du travail empirique réalisé sont exposés. A partir des enquêtes réalisées auprès des chefs d'entreprises, les principales caractéristiques des nouvelles entreprises sont particulièrement analysées, ainsi que celles des individus qui les mettent en fonctionnement. Finalement, les points forts et les points faibles du programme sont mis en relief, en utilisant, en plus des informations obtenues à partir du groupe de réflexion, les renseignements fournis par les directeurs pendant les entretiens avec eux.

MOTS CLÉ: Création des entreprises, couveuses d'entreprises, promotion des entreprises, Economie sociale.

Promoting social economy through the business school co-operative societies programme. The case of the province of Huelva

ABSTRACT: The aim of this article is to analyse the impact of the Business School Programme in the province of Huelva as an instrument for promoting business. To do this we use a theoretical approach to the phenomenon of enterprise creation from the perspective of Incubator Theory, which justifies the role of incubator organisations as a stimulant in attracting new firms. Next, we show the most significant findings obtained from the empirical work carried out in the province of Huelva. In particular, we analyse the essential characteristics of new companies and the entrepreneurs who initiated them, from a study of entrepreneurs' responses to questionnaires. Finally, the strengths and weaknesses of the program are highlighted, using the data obtained from interviews with directors as well as the information gathered from discussion groups.

KEY WORDS: Entrepreneurship, Incubator organisations, Business promotion, Social economy.

1.- Introducción

Desde hace ya bastantes años –se podría tomar como referencia la crisis económica de los años 70 con sus importantes problemas de desempleo en los países desarrollados y la presentación en 1979 del “Informe Birch” al Congreso de los EE.UU¹- existe un consenso generalizado en los ámbitos sociales, políticos y académicos acerca de la importancia de la figura del empresario y de las nuevas empresas como motores fundamentales en la generación de riqueza y empleo (Birch, 1979; Kent, 1982; Birley, 1987; Storey, 1988; Wennekers y Thurik, 1999).

Conscientes de esta importancia, desde el campo académico se han acentuado notablemente las investigaciones en esta materia estudiándose desde diferentes enfoques, niveles y teorías². Al mismo tiempo, las instituciones públicas han puesto en marcha numerosos instrumentos, algunos de los cuales se dirigen con carácter prioritario hacia ciertos colectivos o hacia determinados tipos de empresas.

En este contexto, están siendo especialmente significativos los apoyos concedidos a aquellas empresas, que por su propio carácter social, contribuyen de una manera más estable y efectiva a paliar el desempleo, tal es el caso de las empresas de Economía Social. Entre las numerosas y diversas acciones puestas en marcha por las instituciones para fomentar la creación de este tipo de empresas, cabe destacar el papel jugado por las incubadoras de empresas, a través de las cuales se tutelan los proyectos empresariales con el fin de convertirlos en una empresa. En la Comunidad Autónoma andaluza este tipo de apoyo que favorece específicamente a las empresas de Economía Social se encuentra materializado en el Programa Escuela de Empresas Cooperativas.

Por todo lo anterior, creemos que puede resultar de interés desarrollar un estudio sobre el Programa Escuela de Empresas Cooperativas con el objetivo de determinar su incidencia en la creación de empresas de Economía Social. Para ello, y con el ánimo de abordar en profundidad la realidad objeto de estudio, se ha considerado oportuno realizar un análisis empírico utilizando información primaria, y reduciendo el ámbito territorial en el que se enmarca el trabajo a la provincia de Huelva, por tratarse

1.- El Informe Birch contradecía la idea, mantenida hasta la década de los setenta del pasado siglo, acerca del proceso de evolución de la sociedad industrial, según el cual la gran empresa verticalmente integrada sería el modelo por excelencia, quedando la pyme reducida a simple vestigio de una etapa anterior del desarrollo económico. En concreto, el Informe Birch sostenía que las pequeñas empresas creaban la mayoría de los puestos de trabajo en Estados Unidos, y que en el período 1969-76 el 50% de los nuevos puestos de trabajo fueron creados por nuevas empresas.

2.- Ver el trabajo de Veciana (1999) en el que se identifican cuatro enfoques teóricos sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas: económico, psicológico, sociocultural o institucional y gerencial. Otra perspectiva puede verse en el trabajo de Gartner, Mitchell y Vesper (1989) en el que se identifican cuatro dimensiones desde las que se explica la formación de empresas: la persona, la organización, el entorno y el proceso.

de la provincia andaluza que más utiliza esta fórmula al crear nuevas empresas (tres de cada diez nuevas empresas asumen esta forma jurídica³).

A su vez, el estudio empírico desarrollado se fundamenta en el marco teórico proporcionado por una de las Teorías que estudian la creación de empresas bajo un enfoque Sociocultural o Institucional⁴, la Teoría de la Incubadora, la cual acentúa la influencia que tienen algunas organizaciones en los ratios de creación de empresas. Así pues, tomando como base estos planteamientos, se acepta inicialmente la hipótesis de que apoyos institucionales como el Programa Escuela de Empresas Cooperativas provocan un efecto socioeconómico positivo en las zonas de aplicación⁵, y, por tanto, se trataría de comprobar la incidencia que ha tenido dicho Programa en la puesta en marcha de nuevas empresas de Economía Social en la provincia de Huelva. La consecución de este propósito conlleva, a priori, alcanzar los siguientes objetivos específicos:

1. Examinar la incidencia cuantitativa del Programa Escuela de Empresas Cooperativas en relación con las nuevas empresas de Economía Social.
2. Examinar la incidencia cualitativa del Programa Escuela de Empresas Cooperativas analizando tanto las características de las nuevas empresas como los rasgos de los emprendedores que las ponen en marcha.
3. Realizar un análisis crítico de los aspectos positivos y negativos del Programa Escuela de Empresas Cooperativas como instrumento de fomento de la Economía Social, contrastando la opinión de las diferentes partes implicadas en su aplicación (directores y beneficiarios).

Finalmente, y sustentándonos en los resultados obtenidos con este análisis, se realizan las propuestas oportunas sobre las estrategias o medidas que, en nuestra opinión, servirían para optimizar los efectos de este Programa y, en general, de los apoyos institucionales que pretenden promocionar las empresas de Economía Social.

En definitiva, y de acuerdo con los objetivos planteados, el presente trabajo queda estructurado de la siguiente manera: introducción, estudio del papel que juegan las incubadoras de empresas en la creación de nuevas iniciativas empresariales, haciendo especial hincapié en el Programa Escuela de Empresas Cooperativas en la provincia de Huelva, investigación realizada y sus resultados, finalizando con la presentación de las principales conclusiones.

3.- FAECTA. Informe sobre la Economía Social (<http://www.faecta.com/article.php?sid=66>)

4.- Este enfoque parte como premisa fundamental de que son los factores del entorno los que inciden de forma importante para que una persona o grupo de personas tomen la decisión de convertirse en empresarios y, por tanto, para que se creen empresas (Veciana, 1999).

5.- Ver, entre otros, los trabajos de Precsa (1992), Sánchez y Vázquez (1993) y Vázquez (1993) en los que se analiza, además de otros aspectos, la influencia positiva que las incubadoras de empresas tienen en el fomento empresarial.

2.- El rol de las organizaciones incubadoras en el fomento empresarial: especial consideración del Programa Escuela de Empresas Cooperativas

Desde la aproximación de la Teoría de la Incubadora el fenómeno emprendedor se aborda a través de la analogía con el ciclo de vida de una persona, pudiendo diferenciarse tres fases: prenatal, de nacimiento y postnatal⁶. Siguiendo este razonamiento, las nuevas empresas no nacen de forma automática sino que requieren un período de tiempo en el que la idea u oportunidad de negocio se madure, y en el que se contrasten sus posibilidades de éxito o fracaso en el entorno concreto. Siempre que el proceso anterior concluya de forma positiva aparece la posibilidad de que se produzca el nacimiento de la nueva firma. Finalmente, cuando la empresa demuestra que puede vivir por sí sola y el emprendedor se concentra en formular una estrategia de crecimiento, se habría llegado a la fase postnatal.

En este contexto, la mayoría de las investigaciones que giran en torno al fenómeno de las incubadoras de empresas suelen establecer una conexión entre las organizaciones empresariales en las que ha estado trabajando el emprendedor y la nueva empresa, argumentando que aquéllas sirven como incubadoras del nuevo proyecto empresarial, dado que es en aquéllas donde el emprendedor, en un gran número de ocasiones, descubre la oportunidad de negocio y madura su idea hasta materializarla en una empresa⁷. Estas organizaciones son conocidas con el nombre anglosajón de *"incubator organizations"* (Cooper, 1985; Tornatzky, 1994).

La actividad, tamaño, localización y dinámica de trabajo de la *"incubator organization"* son aspectos que con frecuencia se ven reflejados en la nueva empresa. Así mismo, la existencia de estas organizaciones aumenta las probabilidades de que uno de sus trabajadores reemplace su condición de asalariado por la de empresario. En este sentido, Cooper (1985) afirma que *"el fenómeno emprendedor de una región depende en gran medida de las organizaciones que ya desarrollan una actividad en el área"*.

Ahondando en esta línea de pensamiento, se pueden distinguir un gran número de investigaciones que tratan de determinar qué tipo de organización empresarial es la que genera mayores ratios de nuevas empresas⁸. Varios de los trabajos desarrollados en este ámbito han indicado que las firmas más pequeñas —aquellas que cuentan con un número de empleados menor a 250— tienen ratios de creación de empresas seis veces mayor que las grandes empresas (Garafoli, 1994). Al mismo tiempo, la situación inversa también se verifica, en el sentido de que aquellas áreas dominadas por grandes plantas industriales ostentan con mayor probabilidad ratios bajos de formación de nuevas empresas (Cross, 1981). Pese a ello, no se puede menospreciar el papel que juegan algunas gran-

6.- Ver, entre otros, los trabajos de Nueno (1996) y Timmons (1994).

7.- Ver, entre otros, los trabajos de Cooper (1981 y 1985), Aldrich y Wiedenmayer (1993), Westhead y Wright (1998) y Reynolds (1997).

8.- Ver, entre otros, los trabajos de Llopis, Sabater, Taria y Úbeda (1999) y Cooper (1985).

des firmas como incubadoras de nuevas empresas, si bien en un sentido distinto al que nos venimos refiriendo. Concretamente, esto suele ocurrir cuando surgen nuevas empresas para realizar los servicios y operaciones que complementan la actividad principal de una gran organización y que ésta externaliza (Llopis et al. 1999).

No obstante, y aunque hasta aquí se ha identificado la organización incubadora con aquella empresa en la que el emprendedor ha estado trabajando con anterioridad y que forma parte del tejido empresarial del lugar, durante los últimos años se ha incrementado el número de incubadoras empresariales, que no se integran en el tejido productivo del área concreta pero que, asumiendo la forma de organizaciones intermedias, desempeñan la función de incubadora que de forma natural y espontánea han desarrollado las organizaciones existentes en un determinado lugar (Cooper, 1985). En este contexto, y detrás de algunas de estas incubadoras empresariales, se sitúan las iniciativas públicas que tutelan el proyecto empresarial con el propósito de convertirlo en una nueva empresa. Precisamente, un ejemplo de estas iniciativas lo constituye el Programa Escuela de Empresas, el cual en la Comunidad Autónoma andaluza se desarrolla desde la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico a través del Programa Escuela de Empresas Cooperativas, cuya incidencia en la provincia de Huelva es analizada en este trabajo.

2.1. El Programa Escuela de Empresas Cooperativas

Si bien es cierto que la idea inicial del Programa Escuela de Empresas Cooperativas podría situarse en los Centros Europeos de Empresas Innovadoras promovidos en el ámbito europeo en la década de 1980, las peculiaridades socioeconómicas de la región andaluza (desempleo, escasa diversificación económica, etc.) influyeron para que el desarrollo de este Programa adoptara un carácter no espontáneo⁹, incidiendo sobre el segmento juvenil de la población, y favoreciendo específicamente a aquellas empresas de marcado carácter social: las empresas de Economía Social.

Haciendo un esfuerzo de síntesis de las aportaciones realizadas por destacados autores españoles¹⁰ se podría concluir que las notas que caracterizarían a los agentes de la Economía Social española serían las siguientes:

- a) Son sociedades de personas y no de capitales.
- b) La participación de sus socios tanto en su actividad como en su gestión es democrática.
- c) La distribución de los excedentes, si los hubiera, se realiza en base a las aportaciones de trabajo, servicios o actividad económica que cada socio realiza con su organización, y nunca en función de sus aportaciones de capital.
- d) Carácter solidario de estos agentes económicos, tanto entre sus propios asociados como con la comunidad en la que están implantadas.

9.- Inicialmente se encontraba regulado en la Orden de 5 de mayo de 1995, y desde el año 2001 se contempla en la Orden de 29 de marzo de 2001, por la que se regula el Programa Andaluz para el Fomento de la Economía Social.

10.- García (1991), Barea (1990), Barea y Monzón (1992a y 1992b) y Carrasco (1996).

De acuerdo con estas notas distintivas se pueden distinguir una amplia gama de agentes de la Economía Social en España¹¹ algunos de los cuales reunirían sólo parcialmente estas características y, por lo tanto, serían fronterizos con la empresa pública o la empresa privada. Sin embargo, se encuentra generalmente admitido que junto a las llamadas organizaciones sin ánimo de lucro (Asociaciones, Fundaciones, etc.), existen en el sector empresarial las dos organizaciones más representativas de la Economía Social española que son las Cooperativas y las Sociedades Laborales (tanto Anónimas como Limitadas), las cuales repercuten en términos efectivos en una mayor cantidad, calidad y estabilidad de puestos de trabajo.

En este contexto, el propósito fundamental del Programa Escuela de Empresas Cooperativas es fomentar la actividad empresarial y el autoempleo colectivo entre jóvenes (mayoritariamente menores de treinta años) asociados en Cooperativas y Sociedades Laborales.

La materialización del Programa se efectúa, concretamente, a través de Escuelas de Empresas, configuradas físicamente en un edificio determinado, compuesto organizativamente por un director técnico y una empresa de apoyo especializada en consultoría y formación empresarial. Estas Escuelas proporcionan gratuitamente a los emprendedores instalaciones para la ubicación temporal de la empresa (durante tres años), además de formación práctica en gestión empresarial en alternancia con la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de empresa. Así mismo, el Programa contempla la posibilidad de que las empresas se ubiquen en otro emplazamiento, fuera de la propia Escuela, sin por ello perder el derecho a los demás servicios de asesoramiento y formación que ofrece. A estas últimas se les denominan “empresas externas”.

3.- El caso objeto de estudio

3.1. Localización de la zona de estudio

La zona de estudio se circunscribe al ámbito de actuación de las cuatro Escuelas de Empresas situadas en la provincia de Huelva. Concretamente, las localidades en las que se ubican las distintas Escuelas son Cortegana, Cartaya, Bonares y Beas, quedando favorecidas por este Programa las comarcas rurales en las que éstas se integran (Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Costa Occidental, Condado y Campiña Norte, respectivamente).

11.- Para conocer cuáles son estos agentes pueden verse los trabajos de Monzón y Barea (1994) y Carrasco (1996).

La Tabla 1 resume las principales características socioeconómicas de los municipios en los que se encuentran ubicadas las Escuelas de Empresas.

Tabla 1. Características de los municipios en los que se ubican las Escuelas de Empresas

CARACTERÍSTICAS	CARTAYA	BEAS	BONARES	CORTEGANA
<i>Año de constitución de E.</i>	1994	2000	1995	1997
<i>Superficie (Km²)</i>	226	144	66	174
<i>Nº habitantes</i>	12.094	4.165	5.063	5.132
<i>Paro registrado</i>	208	102	92	226
<i>P. activa en sector primario</i>	1.633	378	510	303
<i>P. activa en sector secundario</i>	215	123	251	255
<i>P. activa en sector terciario</i>	1.183	410	515	531

Fuente: <http://redrural.tragsatec.es/redrural/>

Se trata, en general, de zonas que mantienen un elevado índice de desempleo y escasa tradición empresarial, salvo en la zona de la Costa Occidental (Cartaya), donde existen numerosos ejemplos de pequeñas empresas agrícolas que han ido conformando un carácter más emprendedor en este ámbito. Así mismo, los datos de la tabla anterior muestran que la población activa de estas zonas se concentra fundamentalmente en el sector primario y terciario.

3.2. Metodología

Son varios los agentes que en esta investigación se identifican como población objetivo.

De una parte, para analizar la incidencia cuantitativa y cualitativa de este tipo de medida de fomento de la Economía Social la población relevante la conformaron el total de emprendedores que habían puesto en marcha una empresa con ayuda de las Incubadoras empresariales.

Por otro lado, para realizar el análisis crítico del Programa Escuela de Empresas se incluyeron entre la población objeto de estudio a los directores de las Escuelas (cuatro en total).

Para obtener la información necesaria se emplearon distintos métodos, tanto cuantitativos como cualitativos. En primer lugar, fueron encuestados personalmente los veintitrés emprendedores que, según los directores de las Escuelas, habían creado empresas de Economía Social al amparo del Programa analizado, abarcando de esta forma a la totalidad de la población. El cuestionario empleado estaba compuesto en su gran mayoría por preguntas cerradas, a través de las cuales se pretendía

obtener información sobre las nuevas empresas y los emprendedores y, en definitiva, analizar la incidencia del Programa Escuela de Empresas Cooperativas desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo. Posteriormente, para desarrollar el análisis crítico del funcionamiento del Programa se empleó, por un lado y para interpelar a sus directores, la entrevista personal semiestructurada y, por otro, a fin de considerar la opinión de los emprendedores sobre el funcionamiento del Programa, la discusión grupal¹². Esta última permitió verificar el grado de homogeneidad en la opinión de los empresarios y contrastar la de éstos con la que habían emitido los directores del Programa¹³.

Finalmente, el análisis de la información cuantitativa se realiza a través de un estudio univariable o de distribución de frecuencias, completándose con el análisis crítico de los aspectos cualitativos considerados.

Los principales resultados obtenidos se exponen a continuación, jerarquizándose según los objetivos propuestos.

3.3. Resultados

3.3.1 Análisis Cuantitativo de la incidencia del Programa Escuela de Empresas Cooperativas en la creación de nuevas empresas de Economía Social

El total de empresas creadas al amparo del Programa Escuela de Empresas Cooperativas asciende a veintitrés durante el período 1994/2000¹⁴. Si se observa las cifras alcanzadas por las distintas Escuelas, y teniendo en cuenta que éstas se han puesto en marcha en diferentes años, podría afirmarse que por término medio las empresas creadas se han constituido a un ritmo de una empresa al año, cifra que no es alcanzada por la Escuela ubicada en Cortegana y que es ampliamente superada por la localizada en Beas (ver Tabla 2).

12.- En el grupo de discusión participaron una representación de los emprendedores de las distintas zonas de la provincia de Huelva donde tiene aplicación el Programa Escuela de Empresas Cooperativas.

13.- Para analizar el estudio empírico se han empleado, además, como fuentes de información secundarias los trabajos de Collins y Moore (1979), Vesper (1982), Shapero (1984), Genesca y Veciana (1984), Cooper (1985), Sexton y Smilor (1986), Cooper y Dunkelberg (1987), Santacoloma (1988), Veciana (1989), Dubini (1989), Vázquez (1993), Timmons (1994), Carsrud y Krueger (1995), Díez (1995), Carrasco (1996), Medina, Rodríguez y Fuentes (1996), Sanchis y Redondo (1997), Gómez y Lloréns (1997), Mercadé (1998), Rubio, Cordon y Agote (1999), Carrasco, Porras y Toledano (1999), Llopis, Sabater, Taría y Úbeda (1999), Sanchis y Cantarero (1999), Pinillos (2001), De Pablo, Casani, Santos y Cabezuelo (2001).

14.- Estos datos están referidos a las empresas que se han creado y que siguen en marcha desde el momento de constitución de las Escuelas de Empresas hasta diciembre del año 2000.

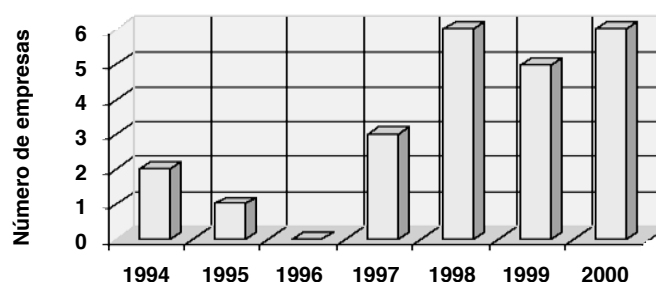
Tabla 2. Número de empresas creadas al amparo del Programa Escuela de Empresas (período 1994-2000)

<i>Análisis cuantitativo</i>	E. Cartaya	E. Bonares	E. Cortegana	E. Beas
<i>Nº de empresas creadas</i>	10	7	3	3
<i>Nº años vigente la Escuela*</i>	7	6	4	1
<i>Nº medio de empresas/año</i>	1,4	1,2	0,75	3

Fuente: Elaboración propia.

Sin duda alguna, los años de experiencia del Programa Escuela de Empresas Cooperativas y la satisfacción transmitida por aquellos que se han beneficiado de este instrumento de fomento en los municipios inicialmente afectados (Cartaya y Bonares), son factores que han repercutido en el prematuro éxito que ha logrado la Escuela de Beas, consiguiendo poner en marcha en su primer año de existencia tres proyectos empresariales. Por esta razón en el período 1998/2000 han sido incubadas la mayoría de las ideas de negocio.

En la Figura 1 se observa que el ritmo de creación de las empresas ha sido sinuoso, algo en lo que ha incidido la propia regulación del Programa que establece un período de incubación de tres años, provocando que en determinados períodos las instalaciones en las que se pueden ubicar las nuevas firmas se hallan ocupadas, pudiéndose constituir únicamente empresas externas¹⁵. No obstante, en el caso analizado, tan sólo se han creado tres empresas externas dentro del ámbito de aplicación de la Escuela de Empresas de Bonares¹⁶.

Figura 1. Evolución temporal de la creación de nuevas empresas

Fuente: Elaboración propia.

15.- Las Escuelas de Empresas cuentan, en general, con instalaciones para ubicar seis empresas industriales. También disponen de cuatro locales más pequeños en los que se pueden ubicar empresas de servicios.

16.- Las tres empresas externas creadas se han ubicado en los municipios de Bollullos (dos) e Hinojos (una).

Precisamente, el reducido número de empresas externas nos da una idea de la importancia que los emprendedores otorgan a la concesión temporal de las instalaciones a la hora de poner en marcha una iniciativa empresarial, prefiriendo incluso desplazarse de su residencia habitual para disponer de forma gratuita de un espacio físico para localizar la nueva empresa¹⁷. También se pone de manifiesto en la Figura 1 que en el año 1996 no se crea ninguna empresa, coincidiendo este año con el período en el que no se instala ninguna nueva Escuela de Empresas.

Por otro lado, si comparamos los datos de las nuevas iniciativas empresariales puestas en marcha al amparo del Programa Escuelas de Empresas Cooperativas con el conjunto de las empresas de Economía Social creadas en los municipios en los que el mismo ha tenido incidencia (tanto con empresas internas como externas)¹⁸ (ver Tabla 3), podemos apreciar la notable relevancia del Programa considerado, ya que las empresas creadas a su amparo suponen el 32% del total de las creadas durante los años 1997 al 2000.

Tabla 3. Análisis comparativo de las nuevas empresas de Economía Social

Ámbito espacial		1997		1998		1999		2000		Total	
		Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Cartaya	E.E.*	2	100	1	14	4	36	1	16	8	30
	Total [†]	2	100	7	100	11	100	6	100	26	100
Bonares	E.E.	-	-	1	50	-	-	2	66	3	37
	Total	1	100	2	100	2	100	3	100	8	100
Bollullos	E.E.	-	-	2	50	-	-	-	-	2	15
	Total	3	100	4	100	1	100	5	100	13	100
Hinojos	E.E.	-	-	1	50	-	-	-	-	1	25
	Total	-	-	2	100	1	100	1	100	4	100
Cortegana	E.E.	1	100	1	50	1	100	-	-	3	75
	Total	1	100	2	100	1	100	-	-	4	100
Beas	E.E.	-	-	-	-	-	-	3	50	3	42
	Total	-	-	-	-	1	100	6	100	7	100
Todos los ámbitos	E.E.	3	42,3	6	32,3	5	29,4	6	28,5	20	32
	Total	7	100	17	100	17	100	21	100	62	100

*Número de empresas de Economía Social creadas al amparo del Programa Escuela de Empresas Cooperativas.

[†] Número de empresas de Economía Social creadas al margen del Programa Escuela de Empresas Cooperativas.

Fuente: Dirección General de Cooperativas, CEPES Andalucía.

17.- Más adelante, en la caracterización de los emprendedores, se analizará los posibles desplazamientos entre los emprendedores que han puesto en marcha sus ideas de negocio en un ámbito distinto al lugar de nacimiento.

18.- Los datos disponibles de las nuevas empresas de Economía Social creadas sin el apoyo del Programa Escuela de Empresas Cooperativas están referidos únicamente a los cuatro últimos años.

3.3.2. Análisis Cualitativo de la incidencia del Programa Escuela de Empresas Cooperativas a través de la caracterización de las empresas creadas y del emprendedor

El análisis cualitativo de las nuevas empresas se efectúa a partir de las variables sector de actividad, forma jurídica y tamaño, el cual se estudia, a su vez, a través de la inversión media inicial, el número de empleos generados y el volumen medio anual de ventas. Este análisis se completa con un último aspecto que hace referencia a las dificultades que existen para poner en marcha la empresa de Economía Social.

Con respecto a la caracterización del emprendedor, ésta se lleva a cabo, inicialmente, a través del diseño de un perfil sociodemográfico que incluye el análisis de las siguientes variables: sexo, edad, lugar de nacimiento, estudios realizados, formación empresarial, experiencia laboral y antecedentes familiares. Posteriormente, este perfil es completado con el perfil psicológico, es decir, lo que Sexton y Smilor (1986) identifican teóricamente con la motivación emprendedora.

• Caracterización de las nuevas empresas

Centrándonos primeramente en las variables caracterizadoras de las nuevas empresas, se observa a partir de la Tabla 4 que, siguiendo la tendencia a la terciarización que durante las últimas décadas viene experimentando la economía nacional en su conjunto, predominan las nuevas empresas de servicios (casi el 61%) sobre las agrarias o industriales, destacando aquéllas por su especial carácter innovador. Por otra parte, aunque inicialmente las empresas industriales fueron el destino prioritario de los apoyos otorgados por las Escuelas de Empresas, éstas se sitúan muy por debajo de las empresas de servicios (representan el 34,8% del total), coincidiendo esta distribución sectorial con la observada en otros estudios empíricos que abordan el fenómeno emprendedor¹⁹. Finalmente, destacar de la única firma englobada en el sector primario la novedad de no estar relacionada directamente con la actividad agraria (empresa de acuicultura).

Tabla 4. Distribución sectorial de las nuevas empresas

Sector de actividad	E. Cartaya		E. Bonares		E. Cortegana		E. Beas		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Sector Primario	1	10	-	-	-	-	-	-	1	4,3
Industria	-	-	5	71,4	3	100	-	-	8	34,8
Servicios	9	90	2	28,6	-	-	3	100	14	60,9
Total	10	100	7	100	3	100	3	100	23	100

Fuente: Elaboración propia.

19. - Díez (1995), Santacoloma (1988).

En relación con el estatus jurídico adoptado por estas nuevas firmas, la elección viene determinada por el programa de fomento que consideramos y que beneficia a las empresas de Economía Social (Cooperativas y Sociedades Laborales). En general, predominan las Sociedades Cooperativas sobre las Laborales aunque con una pequeña diferencia (el 56,5% frente al 43,5%), constituyéndose, además, la totalidad de las Sociedades Laborales en la forma de Sociedad Limitada Laboral. Esta preferencia por la Sociedad Limitada Laboral se hace más evidente en los proyectos incubados durante los cuatro últimos años (ver Tabla 5), de lo que se desprende la incidencia que en tal decisión ha podido tener la nueva Ley 4/1997, de 24 de marzo, de Sociedades Laborales, a tenor de la cual se permite la constitución de Sociedades Limitadas Laborales más accesibles que las Sociedades Anónimas Laborales en cuanto a su constitución, debido básicamente a su menor aportación monetaria al capital social.

Tabla 5. Número de Sociedades Cooperativas y Sociedades Laborales creadas por año y Escuela de Empresas

Año	E. Cartaya		E. Bonares		E. Cortegana		E. Beas		Total	
	S.Coop.	S.Laboral	S.Coop.	S.Laboral	S.Coop.	S.Laboral	S.Coop.	S.Laboral	S.Coop.	S.Laboral
1994	2	-	-	-	-	-	-	-	2	-
1995	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-
1996	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1997	2	-	-	-	-	1	-	-	2	1
1998	1	-	4	-	-	1	-	-	5	1
1999	1	3	-	-	-	1	-	-	1	4
2000	-	1	-	2	-	-	2	1	2	4
Total	6	4	5	2	0	3	2	1	13	10

Fuente: Elaboración propia.

Por el contrario, como puede observarse en la Tabla 5, la creación de Sociedades Cooperativas sigue un ritmo irregular manifestándose su predominio, sobre todo, durante los cuatro primeros años, con una tendencia decreciente a partir de 1999. A esto último puede haber contribuido, entre otros factores, la aplicación de la nueva Ley 2/1999 de 31 de marzo de Sociedades Cooperativas Andaluzas debido a los límites que establece a las cooperativas de trabajo asociado en lo referente a la contratación de terceros no socios²⁰.

20.- Según el artículo 126.1 de la nueva Ley de Cooperativas Andaluzas, se establece para estas Cooperativas una limitación en cuanto a la contratación de trabajadores no socios igual al 30% del total de las jornadas realizadas por los socios trabajadores en cómputo anual.

Por otro lado, atendiendo a la distribución interterritorial de estas formas jurídicas, se observa que en La Sierra (Cortegana) el cooperativismo es inexistente, prevaleciendo las Sociedades Cooperativas en todos los demás entornos. Ciertamente, la población de la Sierra de Huelva se ha caracterizado tradicionalmente por su mentalidad asalariada e individualista, lo que incide, en parte, en la reticencia de los individuos a poner en marcha una actividad empresarial que suponga el tener que compartir riesgos y ganancias. En el extremo opuesto se encuentra la Escuela de Empresas de Bonares, donde cinco de las siete empresas creadas son Cooperativas, algo lógico en un municipio con clara vocación cooperativista, hasta el punto de que el 60% de su actividad económica corresponde a este tipo de empleos (Carrasco, 1996).

En cuanto al análisis dimensional de las nuevas empresas, cabe indicar, en primer lugar, que su inversión inicial media alcanza aproximadamente los 18.030,36 euros, cantidad que es financiada, en la mayoría de los casos, con préstamos bancarios, ahorros de los propios emprendedores y fondos procedentes de la capitalización de prestaciones por desempleo contemplada en el Real Decreto 1044/1985 de 19 de junio y en la Ley 22/1992 de 30 de julio²¹. Se descubre en esta última financiación una nueva fuente financiera para los emprendedores a los que se dirige el Programa, ya que se trata, en su gran mayoría, de empresas creadas por jóvenes desempleados. Las otras dos fuentes financieras apuntadas coinciden, sin embargo, con las observadas en estudios empíricos similares (Díez, 1995; Santacoloma, 1988).

Por otro lado, el empleo total generado a raíz de la puesta en marcha de las iniciativas empresariales ascendió a 88. Esta cifra indica que, por término medio, la creación de una nueva empresa supuso inicialmente la formación de casi cuatro puestos de trabajo.

No obstante, si se analiza el número de trabajadores que componían la plantilla de las iniciativas empresariales, consideradas individualmente al comenzar su actividad, se pone de manifiesto que más de la mitad de las empresas objeto de estudio no superaron la cifra de tres empleos. Un 43% de las nuevas firmas tenían entre cuatro y seis trabajadores, y tan sólo un 4% de las empresas poseía más de seis trabajadores (ver Tabla 6).

21.- Ambas normativas estimulan el autoempleo colectivo en la forma de Sociedad Cooperativa o Sociedad Laboral al contemplar la posibilidad de que el desempleado que crea una empresa de Economía Social perciba de una sola vez el valor actual del importe que pudiera corresponderle en función de las cotizaciones efectuadas.

Tabla 6. Distribución de las empresas según el número de trabajadores

Número de trabajadores	Al crear la empresa		En la actualidad	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Hasta 3 trabajadores	12	52	14	61
De 4 a 6 trabajadores	10	43	9	39
Más de 6 trabajadores	1	4	-	0

Fuente: Elaboración propia.

Además, la distribución de los empleos en los diversos ámbitos es muy desigual, siendo la Escuela de Empresas de Cartaya aquella con mayor ratio de empleos por empresas creadas (ver Tabla 7).

Tabla 7. Distribución de los empleos generados y mantenidos por las empresas

EMPLEOS / EMPRESAS	E. CARTAYA	E. BONARES	E. CORTEGANA	E. BEAS	TOTAL
Nº de empresas creadas	10	7	3	3	23
Nº de empleos creados	45	25	9	9	88
Nº de empleos creados /empresa	4,5	3,5	3	3	3,8
Nº de empleos mantenidos	34	26	10	9	79

Fuente: Elaboración propia.

A nuestro juicio, esto puede venir motivado, parcialmente, por la mayor cultura asociativa que existe en esta zona y por la anterior regulación de las cooperativas andaluzas²² que exigía la agrupación de al menos cinco socios para constituir esta forma jurídica.

La nueva regulación de Cooperativas²³, sin embargo, ha podido provocar el efecto contrario, es decir, la disminución del número de empleos en este ámbito (pasando de 45 a 34), manteniéndose en todos los demás e incluso aumentando (así ocurre en los proyectos incubados en la Escuela de Bonares y Cortegana). En concreto, la incidencia de la nueva Ley 2/1999 reduce de cinco a tres el número mínimo de socios requeridos para constituir una Cooperativa. Además, estos empleos tienen, en la mayoría de los casos, un carácter permanente. Hecho justificado, en parte, por la propia regu-

22.- Ley 2/1985, de 2 de mayo, de Sociedades Cooperativas Andaluzas.

23.- Ley 2/1999, de 31 de marzo, de Sociedades Cooperativas Andaluzas.

lación del Programa que establece el compromiso de mantener los puestos de trabajo durante un período mínimo de tres años.

En cuanto al volumen medio anual de ventas de estas nuevas empresas, éste no supera los 30.060 euros, cifra que, junto con el número medio de empleos generados (casi cuatro) y la inversión media inicial (18.030,36 euros) reflejan la reducida dimensión de estas iniciativas, coincidiendo con el conjunto de nuevas empresas observadas en ámbitos más amplios²⁴.

Un último aspecto de interés está relacionado con las principales dificultades existentes para poner en marcha la empresa de Economía Social. En este sentido, las principales conclusiones extraídas coinciden en buena parte con las obtenidas en la mayoría de estudios que analizan estos factores para cualquier tipo de empresa, situando la dificultad para reunir el capital inicial como el principal problema de la nueva empresa²⁵. Se observa en este colectivo que pese a que gran parte de los gastos iniciales que supone la puesta en marcha de una idea de negocio logra reducirse gracias a la concesión temporal de las instalaciones, las cuestiones financieras continúan acaparando la mayor preocupación para el conjunto de estos neófitos empresarios de la Economía Social.

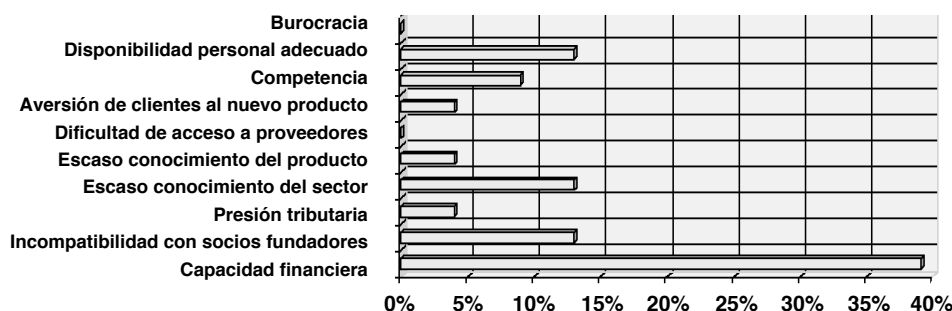
En la Figura 2 puede verse que, contrastando con lo apuntado en otros estudios que analizan las dificultades que existen para crear una nueva empresa, en el caso analizado los trámites burocráticos exigidos no constituyen un problema para el emprendedor, debido a la continua simplificación de éstos por la normativa nacional y al hecho de que en el Programa estudiado, ésta es una función que realizan los emprendedores bajo la tutela de los directores.

Sin embargo, resulta evidente cómo el carácter asociativo de las empresas de Economía Social acentúa la problemática referida a los recursos humanos, específicamente, a las relaciones entre los socios y la búsqueda de personal adecuado, siendo incluso en algunos casos motivo de disolución de la empresa una vez que transcurre su período de incubación, o causa para su no creación.

24.- Ver, entre otros, los trabajos de Llopis, Sabater, Taría y Úbeda (1999) y Carrasco, Porras y Toledano (1999).

25.- Ver, entre otros, los trabajos de Rubio, Córdón y Agote (1999) y Veciana (1989).

Figura 2. Principales problemas de las nuevas empresas



Fuente: elaboración propia.

• Perfil Sociodemográfico del emprendedor

Si atendemos al perfil sociodemográfico del emprendedor, el primer dato a destacar está relacionado con la escasa proporción de emprendedoras que han puesto en marcha sus proyectos empresariales. Tan sólo el 20% de las nuevas empresas han sido creadas por mujeres, valor sorprendente si consideramos algunos estudios realizados en torno al fenómeno empresarial que muestran a las mujeres como colectivo que sufre mayor discriminación que los hombres, viéndose inducidas a ejercer la empresarialidad para salir así de sus circunstancias de marginalidad²⁶. En la actualidad, pese a los avances producidos en relación con las políticas sobre igualdad de oportunidades y al aumento, en general, de los ratios de creación de empresas entre la población femenina²⁷, lo cierto es que el hombre continúa predominando en el mundo de los negocios, al tiempo que la mujer sigue tropezando con barreras para acceder a determinados puestos de trabajo (Mercadé, 1998).

Con respecto a la edad del emprendedor, y en los trabajos que abordan tal cuestión, parece existir cierto consenso en situar este valor dentro de un amplio intervalo comprendido entre los 25 y 40 años (Veciana, 1989). Los resultados de nuestra investigación confirman estos datos, si bien en nuestro caso, dada la peculiaridad del programa analizado que estimula preferentemente el autoempleo juvenil, nos encontramos con jóvenes menores de 25 años –y mayores de 20– que fundaron el 26% de las nuevas empresas. En un 44% de los casos, la edad de los emprendedores oscilaba entre los

26.- Ver, entre otros, los trabajos de Collins y Moore (1979) y Mercadé (1998).

27.- Según Marta Valls, presidenta ejecutiva de corporación Empresarial Valls, "los obstáculos que encuentran las mujeres dentro del ámbito empresarial y la dificultad para compaginar trabajo y familia les ha llevado a tomar la iniciativa. Cada vez ponen en marcha más negocios propios hasta el punto de que, en el año 2001, el 59,5% de las nuevas sociedades fueron creadas por mujeres, lo que supone 20.700 compañías frente a las 14.500 de hombres" (Expansión, 23 de octubre de 2002, p. 15).

26 y 30 años, mientras que el 30% restante no superaba los 35 años²⁸. Estos valores, sin embargo, se acercan aún más a los alcanzados en algunos estudios realizados en la Comunidad Autónoma andaluza, donde los emprendedores suelen ser más jóvenes que en el resto del país (Díez, 1995).

Atendiendo al lugar de origen de los emprendedores, advertimos una distribución equilibrada entre aquellos que han nacido en la misma localidad en la que crearon la empresa y en la que tenían su residencia habitual (el 52,2% de los encuestados) y los que son oriundos y residen en otro lugar (47,8%). Sin embargo, algunos de los estudios que analizan este aspecto han puesto de manifiesto que en los casos de autoempleo, los emprendedores, mayoritariamente, no suelen desplazarse de su residencia habitual para comenzar la actividad empresarial, lo cual les permite aprovechar la red de contactos sociales que, en algunos casos, habrían formado en la localidad, compaginar la puesta en marcha de la nueva empresa con un trabajo como asalariado o, incluso, reducir las tensiones que el cambio de residencia pudiera generar²⁹. En el caso aquí analizado, la razón de discrepancia con estos estudios es debido al carácter del Programa Escuela de Empresas Cooperativas, el cual ofrece las instalaciones de forma gratuita –y temporal- en la localidad en la que se encuentra situada la Escuela de Empresas, de lo que se desprende la influencia que puede ejercer en el emprendedor la existencia de un entorno que contemple determinadas facilidades para la puesta en marcha de una iniciativa empresarial.

En relación con el nivel de estudios de los emprendedores (ver Tabla 8), los resultados de la encuesta revelan que una proporción significativa son universitarios (el 30%), aunque la gran mayoría posee estudios de grado medio (BUP o FP, el 52,2%). El resto (el 17,4%) tan sólo cuenta con estudios primarios.

Tabla 8. Distribución de los emprendedores según el nivel de estudios

Nivel de estudios	E. Cartaya		E. Bonares		E. Cortegana		E. Beas		Total	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Estudios primarios	3	30	1	14,3	-	-	-	-	4	17,4
Estudios medios (BUP /FP)	5	50	4	57	2	67	1	33	12	52,2
Estudios universitarios	2	20	2	28,6	1	33	2	67	7	30,4
Total	10	100	7	100	3	100	3	100	23	100

Fuente: Elaboración propia.

28.- Aclarar que en la regulación de las Escuelas de Empresas se permite la creación de empresas por emprendedores mayores de treinta años, siempre y cuando sean mayoría los socios menores de esta edad.

29.- Ver, entre otros, los trabajos de Cooper (1985) y Cooper y Dunkelberg (1987).

Si analizamos los distintos ámbitos territoriales se aprecian algunas diferencias, siendo la Escuela de Empresas de Beas la que concentra a un mayor porcentaje de emprendedores con estudios superiores (67%).

En cierta manera, y si tuviéramos en cuenta tanto la edad de los beneficiarios de este programa de fomento como el hecho de que cada vez más jóvenes cursan una carrera universitaria cabría esperar, a priori, un número más elevado de emprendedores universitarios. Sin embargo, tradicionalmente, la universidad española no ha fomentado en sus planes de estudio o en su transmisión de valores el arraigo del espíritu empresarial entre los estudiantes (De Pablo et al., 2001). No obstante, hay que destacar que en los últimos años debido a la mayor concienciación existente en la sociedad sobre la necesidad de emprender comienza a manifestarse en la universidad un mayor interés por difundir e incentivar los comportamientos empresariales. Esto último puede explicar, en parte, la mayor proporción de universitarios que encontramos en la Escuela de Empresas de Beas, de reciente creación, hecho que unido a su proximidad con la capital la hace más atractiva para muchos de los universitarios onubenses³⁰.

Al margen del nivel educativo, cabe indicar que el 73,9% de los encuestados carece de una formación específicamente empresarial³¹, algo preocupante, a priori, si tenemos en cuenta que numerosos estudios consideran la formación empresarial como un factor relevante para lograr la supervivencia de la empresa y la excelencia empresarial (Vesper, 1982; Veciana, 1989; Timmons, 1994). Afortunadamente, uno de los servicios que ofrece el Programa Escuela de Empresas Cooperativas es formar a los emprendedores en el ámbito de la gestión de empresas, por lo que esta carencia se verá, en parte, solventada durante el período de incubación del proyecto.

Centrándonos en la experiencia laboral del emprendedor, la Tabla 9 pone de manifiesto que en todos los ámbitos considerados la mayoría de los promotores contaba con experiencia (17 de los 23 encuestados), aunque sólo el 41,2% estuvieron ocupados en trabajos similares, experiencia identificada en algunos estudios como "experiencia técnica" (Pinillos, 2001; Santacoloma, 1988). Este hecho podría ir unido a la temprana edad de los individuos que, de acuerdo con la normativa del Programa, se pueden beneficiar de las ayudas proporcionadas por el mismo. Para esta minoría, poseer tal experiencia les proporciona una importante ventaja debido al conocimiento que mantienen sobre el mercado, clientes y proveedores.

30.- Los emprendedores de este ámbito no nacieron en Beas, ni tenían en este municipio su residencia habitual.

31.- En la encuesta efectuada existía la siguiente nota aclaratoria: "se entiende por formación empresarial la asistencia a algún curso homologado sobre la gestión de una empresa".

Tabla 9. Experiencia laboral de los emprendedores

Tipo de experiencia		E. Cartaya		E. Bonares		E. Cortegana		E. Beas		Total	
		Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Experiencia laboral	Sí	7	70	6	85,7	2	67	2	67	17	74
	No	3	30	1	14,3	1	33	1	33	6	26
Experiencia laboral en la misma actividad*	Sí	3	42,8	2	33,3	1	50	1	50	7	41,2
	No	4	57,1	4	66,6	1	50	1	50	10	58,8
Experiencia en creación de empresas	Sí	1	10	0	-	1	33	0	-	2	8,7
	No	9	90	7	100	2	67	3	100	21	91,3

Fuente: Elaboración propia.

Además, se encuentra ampliamente reconocido que las personas con un alto capital humano³² están en una posición que les permite crear empresas mayores y con mejores equipos, así como detectar nichos de mercado con pocos competidores y en los que es posible lograr elevados beneficios (Pinillos, 2001). La inexperiencia de los demás emprendedores se ve resuelta, al igual que se explicó anteriormente en relación con la formación empresarial, gracias a los servicios que ofrece la propia Escuela de Empresas.

Por otra parte y como era de esperar, la experiencia previa del encuestado como autoempleado es mínima, siendo únicamente dos los emprendedores que habían creado una empresa con anterioridad.

Finalmente, otro factor que permite caracterizar el perfil sociodemográfico del emprendedor es su posible vinculación familiar –o a través de alguna estrecha y cercana amistad- con algún empresario. En este sentido son numerosas las investigaciones que acentúan la influencia positiva que tiene en el emprendedor la existencia de un entorno familiar en los que hay o en donde han habido empresarios³³, permitiéndoles obtener una percepción del riesgo asociado al nuevo negocio más reducida que aquellos otros posibles empresarios que no han vivido en este mismo entorno (Pinillos, 2001).

Concretamente, en el conjunto de la población encuestada el 61% de los encuestados tenía algún familiar –o amigo próximo- empresario (ver Tabla 10). Se trataría, por tanto, de un emprendedor que ha podido hacerse a sí mismo a partir de un patrón seguido en su entorno familiar que le ha permitido adquirir una visión realista de lo que es el mundo empresarial, superando de esta forma las carencias que advertimos al analizar su formación académica y su experiencia laboral.

32.- El capital humano está formado por los recursos incorporados al individuo, entendiéndose que tanto la escolarización como la formación en el puesto de trabajo incrementan el capital humano (Pinillos, 2001).

33.- Ver, entre otros, los trabajos de Carsrud y Krueger (1995), Shapero (1984) y Dubini (1989).

Tabla 10. Emprendedores con entorno familiar vinculado con la actividad empresarial

Entorno familiar empresarial	E. Cartaya		E. Bonares		E. Cortegana		E. beas		Total	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Sí	6	60	5	71,4	1	33	2	67	14	61
No	4	40	2	28,6	2	67	1	33	9	39
Total	10	100	7	100	3	100	3	100	23	100

Fuente: Elaboración propia.

Analizando de forma comparativa los distintos ámbitos, se aprecia que únicamente en el caso de la Escuela de Empresas de Cortegana predomina el emprendedor sin antecedentes familiares empresariales.

- Perfil Psicológico del emprendedor

El estudio cualitativo de la incidencia del Programa Escuela de Empresas Cooperativas, finaliza con el análisis del perfil psicológico del emprendedor que ha puesto en marcha una empresa de Economía Social al amparo de esta medida de fomento. En concreto, se pretende descubrir cuáles han sido los factores que más han influido en estos emprendedores para decidirse a crear su propia empresa, tomando para ello como referencia los siguientes aspectos incluidos en el cuestionario: interés por dedicarse a la actividad empresarial antes de crear la empresa, razones principales por las que crean las empresas, grado de satisfacción en cuanto a algunos rasgos que caracterizan la actividad empresarial (independencia económica, responsabilidad o iniciativa entre otros) y grado de satisfacción con la actual condición de empresario.

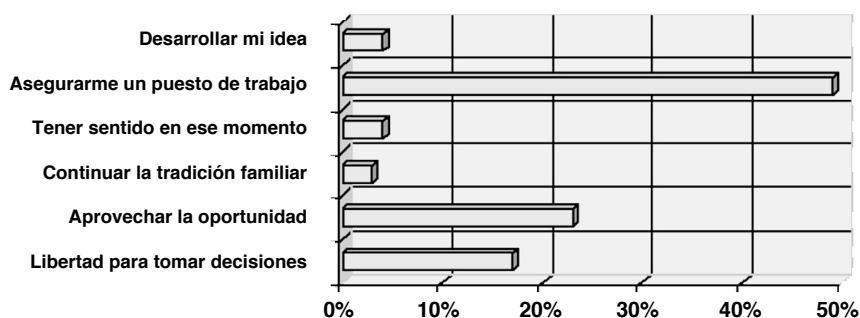
En cuanto a la primera cuestión, es decir, el interés inicial de los emprendedores por ejercer la actividad empresarial, únicamente el 21,7% de los encuestados declara que estaba muy interesado en crear su propia empresa, siendo mayoritaria la proporción de personas que se mostraba indiferente o tenía poco o ningún interés. De estos datos se deduce que los encuestados son, en principio, personas que carecen de las motivaciones y rasgos psicológicos típicos del empresario³⁴ y que, por lo tanto, su decisión emprendedora respondería a otras razones. Precisamente, la Figura 3 muestra que la mayoría de los emprendedores estuvieron fuertemente motivados por la necesidad de crear su puesto de trabajo mientras que un menor porcentaje señaló diversas razones como: aprovechar la oportunidad de negocio o disponer de libertad para tomar decisiones. Estas dos últimas razones coinciden, en parte, con las señaladas en las investigaciones sobre la motivación empresarial³⁵, aunque

34.- Veciana (1989) destaca como rasgos psicológicos y motivaciones propios del empresario los siguientes: necesidad de independencia, motivación de logro, control interno, propensión al riesgo, visión de futuro y tolerancia a la ambigüedad. También pueden ampliarse en los trabajos de Genesca y Veciana (1984), Rubio, Cerdón y Agote (1999) o Sanchis y Redondo (1997).

35.- Ver, entre otros, los trabajos de Collins y Moore (1979) y McClelland (1968).

en este caso, quizás como consecuencia de la juventud que el Programa exige a los posibles empresarios, destaca un factor que siendo típico del tipo de empresas de Economía Social que fomenta el programa, como es el autoempleo colectivo, quizás no sea un factor tan importante en el clásico empresario privado capitalista.

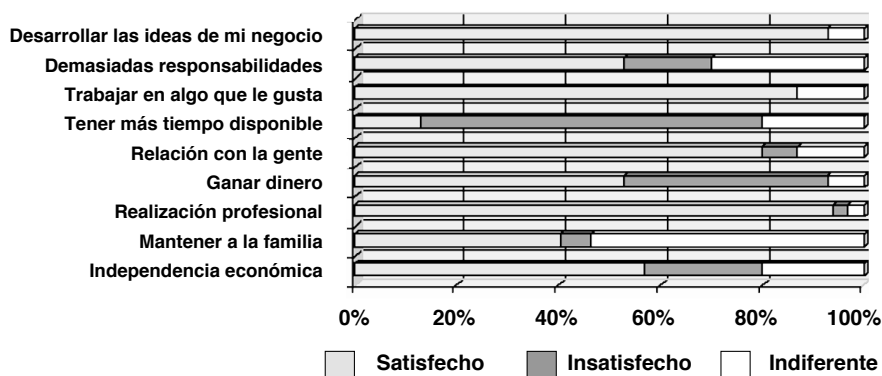
Figura 3. Motivación principal de los emprendedores



Fuente: Elaboración propia.

Esto no quiere decir que el empresario de la Economía Social no posea los otros rasgos que caracterizan psicológicamente al empresario o que pueda adquirirlos, simplemente se trata de una cuestión de priorización de sus motivaciones. Como muestra de ello, los resultados de la encuesta revelan que pese a que la intención emprendedora de los encuestados no estaba muy clara antes de crear la nueva empresa, una vez puesta en marcha se muestran satisfechos con su condición actual de empresarios. Los argumentos que dan al respecto están relacionados con: la posibilidad de realizarse profesionalmente, desarrollar la propia idea de negocio, trabajar en algo que les gusta o relacionarse con la gente (ver Figura 4).

Figura 4. Grado de satisfacción con algunos rasgos que caracterizan la actividad emprendedora



Fuente: Elaboración propia.

En el extremo opuesto se advierten como causas de insatisfacción: las reducidas ganancias logradas y el escaso tiempo libre disponible³⁶. Ambos aspectos han sido identificados como característicos de todo comienzo empresarial.

Una última cuestión relacionada con este tema proporciona unos resultados parcialmente contradictorios con respecto a los anteriores, nos referimos al grado de satisfacción, a posteriori, en el estatus de empresario. Concretamente, se descubre que en el 52% de los casos los emprendedores estarían dispuestos a cambiar su condición actual por la de asalariados, con algunas condiciones, mientras que un 44% afirma que en ningún caso variaría su estatus empresarial actual.

En efecto, aunque estos datos mostrarían un grado de satisfacción general no muy alto con su estatus de empresarios, para indicar esto con rotundidad habría que conocer las condiciones que realmente exigirían para volver a ser asalariados y, por otra parte, conviene resaltar que sólo el 21% de estos empresarios estaban interesados en crear su propia empresa, mientras que a posteriori, hasta un 44% manifiestan su intención de no cambiar en ningún caso su actual condición de empresario. En este sentido podría decirse que el Programa analizado les ha permitido adquirir o descubrir rasgos empresariales que antes ignoraban tener.

3.3.3. Análisis Crítico del Programa Escuela de Empresas Cooperativas

Entre los múltiples aspectos que podrían influir en la incidencia de este tipo de fomento de la Economía Social, este estudio concentra su análisis en el examen de la dinámica o procedimiento seguido por las Incubadoras de Empresas para admitir la gestación de un proyecto empresarial, la aptitud y disponibilidad de los recursos humanos responsables de su puesta en práctica, así como los servicios ofrecidos por la propia Incubadora. Factores que, en algunos casos, han sido empleados ya en otros trabajos desarrollados sobre el tema³⁷.

En cuanto al procedimiento empleado para gestionar las ayudas contempladas en el Programa, se establecen diferentes etapas, siendo lo más relevante a destacar la normalización del procedimiento seguido así como el tiempo necesario para materializar la idea de negocio en una nueva empresa de Economía Social, el cual suele oscilar entre los seis y ocho meses, un período lógico si atendemos al nivel formativo y la experiencia que demuestran los emprendedores encuestados. En concreto, las etapas necesarias son:

- a. Presentación de la idea de negocio.
- b. Análisis de la viabilidad de la idea.
- c. Elaboración del plan de empresa junto con los emprendedores o reorientación de los interesados.
- d. Constitución de la empresa y puesta en marcha.

36.- Todos los argumentos, tanto los que satisfacen a los emprendedores como los que no, podrían incluirse, en una interpretación amplia, en los rasgos psicológicos, económicos y sociales del empresario clásico.

37.- Ver Sanchis (2001).

En lo relativo al perfil profesional de los directores de las Escuelas de Empresas, el primer dato a destacar es la heterogeneidad de sus perfiles profesionales. La diversidad de sus titulaciones -Licenciados en Ciencias Empresariales, en Derecho, en Geografía y en Historia- revela cierta debilidad en algunas áreas de conocimiento que han sido identificadas necesarias para los responsables de programas de fomento empresarial (gestión empresarial o técnicas psicosociales) (Vázquez, 1993). No obstante, hay que recordar que éstos desarrollan sus funciones junto con una empresa de consultoría que, en todo caso, paliaría las deficiencias en este ámbito. Además, disponen de una dilatada experiencia profesional en desarrollo local así como un amplio conocimiento del entorno territorial en el que actúan, subsanando la debilidad antes apuntada y cumpliendo, al mismo tiempo, las recomendaciones que en este sentido apuntan los expertos en programas de desarrollo local (Vázquez, 1993, Sanchís y Cantarero, 1999).

Por último, en cuanto a los servicios ofrecidos por el Programa Escuela de Empresas Cooperativas cabe resaltar el asesoramiento brindado por los directores al equipo emprendedor, quienes colaboran activamente en todo el proceso de formación de la empresa. Esta percepción se evidencia durante el grupo de discusión mantenido con los emprendedores, poniéndose de manifiesto el importante papel que desempeña tanto la concesión temporal de las instalaciones, como la formación y el asesoramiento que se desarrolla durante todo el proceso emprendedor. En este sentido, la Escuela de Empresas proporciona a los futuros empresarios la posibilidad de desmitificar el proceso de creación de la empresa y formarles en la gestión empresarial, algo que para los encuestados constituye un procedimiento muy efectivo para estimular la empresariedad.

Por otro lado, se constata que el seguimiento realizado a los nuevos proyectos es continuo, constituyendo una de las fortalezas más importantes del Programa al permitir percibir en todo momento la evolución de las nuevas firmas. Asimismo, se verifica que aunque el Programa tiene una finalidad genérica de fomentar la creación de empresas de Economía Social entre la población juvenil, no posee un objetivo explícito cuantificable, lo que indudablemente va a dificultar la valoración de su eficacia y de su impacto.

Finalmente, a través de la celebración del grupo de discusión, se comprueba también cómo las diferentes peculiaridades de los territorios en los que se desarrolla el Programa Escuela de Empresas Cooperativas han determinado sus resultados. Así, mientras que la zona costera es tradicionalmente la que cuenta con un mayor arraigo empresarial, lo que se refleja en el número de proyectos incubados, la ausencia de una cultura asociativa por parte de la población de la Sierra onubense obstaculiza la puesta en marcha de un mayor número de iniciativas empresariales. En este sentido, hubiera sido necesario adoptar en ciertos ámbitos algunas medidas previas (por ejemplo, promover dicha cultura asociativa) para que se obtuvieran mejores resultados. En este sentido, coincidimos con Medina, Rodríguez y Fuentes (1996) cuando afirman que “no puede existir una metodología única y apropiada, ni un modelo formalizado para todas las zonas ya que cada población debe desempeñar el papel de actores de su propio desarrollo socioeconómico”.

Los resultados anteriores se pueden sintetizar en la Tabla 11 en la que se destacan las fortalezas y debilidades del Programa Escuela de Empresas Cooperativas conforme a los aspectos analizados.

Tabla 11. Fortalezas y Debilidades del Programa Escuela de Empresas en la provincia de Huelva

Aspectos analizados	Fortalezas	Debilidades
<i>Procedimiento para conceder la ayuda contemplada</i>	• Normalización del procedimiento. • Estrecho vínculo entre directores y emprendedores.	• El carácter asociativo del Programa en algunos entornos.
<i>Perfil profesional de los directores</i>	• Experiencia en desarrollo local y amplio conocimiento de la comarca.	• Desconocimiento en gestión empresarial en algunos casos.
<i>Características de los Servicios ofrecidos</i>	• Concesión gratuita y temporal de las instalaciones a las empresas ubicadas en la Escuela. • Asesoramiento y seguimientos continuos. • El propósito del Programa es significativo y necesario en todas las zonas onubenses en las que tiene aplicación.	• Insuficiente formación a los nuevos emprendedores para la consolidación de la empresa. • Dificultad de homogeneizar los intereses formativos de los emprendedores. • Inexistencia de objetivos explícitos y cuantificables. • No se consideran las peculiaridades de la zona para delimitar los objetivos. • Dificultad de medir el impacto y pertinencia como consecuencia de la inexistencia de objetivos explícitos.

Fuente: Elaboración propia.

4.- Conclusiones

En un contexto de interés creciente por el fenómeno de la creación de empresas, y en el marco de las actuales políticas de empleo, se está poniendo un énfasis muy especial en el estímulo de nuevas empresas de Economía Social, dada la importante repercusión que tienen en la economía y empleo local.

En este escenario, hemos centrado nuestra atención en el Programa Escuela de Empresas Cooperativas que, como incubadora empresarial, viene a representar un tipo de apoyo a la creación de empresas que algunas Administraciones están poniendo en marcha en el marco de sus estrategias de desarrollo local. En concreto, después de exponer las principales ideas que sustentan la Teoría

de la Incubadora, marco teórico de este tipo de fomento empresarial, se ha realizado un análisis profundo del Programa abarcando una doble perspectiva:

a) Por un lado se ha pretendido valorar su incidencia como instrumento para la creación de nuevas empresas, la revitalización del tejido empresarial y el empleo en los ámbitos onubenses en que se implantan. Para ello, nos hemos planteado objetivos que van desde el conocimiento del número de empresas creadas y su importancia relativa con respecto al total de empresas creadas en los diferentes ámbitos geográficos (análisis cuantitativo), hasta otros que atienden más a la calidad del tejido empresarial creado (análisis cualitativo).

b) Desde otra perspectiva, se ha medido su incidencia a través de una visión crítica del funcionamiento del propio programa en la realidad, con el propósito de conocer sus fortalezas y debilidades para potenciar aquéllas y tratar de orientar en la subsanación de éstas. Para ello se profundiza en diversos aspectos del Programa teniendo en cuenta tanto la visión de los directores como la de los propios emprendedores, lo que nos ha acercado a un conocimiento más objetivo e imparcial.

En ambas perspectivas hemos procurado comparar nuestros resultados con los obtenidos en otros estudios empíricos similares. No obstante, restringir el ámbito territorial objeto de estudio a la provincia de Huelva puede suponer, en principio, la limitación de no poder extender los resultados y conclusiones más allá de dicho ámbito. Sin embargo, hay también algunas características bastante homogéneas en los municipios andaluces donde se ubican este tipo de Incubadoras (escasez de infraestructuras, escasa cualificación de la población activa o falta de espíritu empresarial), que permiten una cuidadosa extrapolación de los resultados a algunos espacios con características socioeconómicas similares.

Dicho lo anterior, se destacan a continuación las principales conclusiones que se pueden extraer del estudio empírico desarrollado, de acuerdo con los objetivos planteados en el mismo.

- En primer lugar, se ha confirmado la relevancia que tiene, a priori, el Programa Escuela de Empresas Cooperativas con respecto a la revitalización del tejido empresarial y el empleo en la provincia de Huelva, ya que se han creado 23 nuevas empresas y 88 puestos de trabajo. Además, al comparar estos datos con el conjunto de las empresas de Economía Social creadas durante el mismo período, la relevancia del Programa destaca aún más, ya que las empresas nacidas a su amparo suponen el 32% del total de las Cooperativas y Sociedades Laborales puestas en marcha en el ámbito temporal y espacial considerado. También la positiva repercusión que se deriva del Programa, no sólo directamente a través de las firmas de Economía Social creadas, sino también indirectamente a través del impacto que provoca en otras muchas actividades. Estos efectos positivos, podrían verse incrementados notablemente en un futuro próximo, debido a las nuevas empresas que abandonarán el programa y al aumento de confianza entre los habitantes del lugar que percibirán los resultados del mismo. Sin embargo, debemos puntualizar la escasa relevancia que han tenido las denominadas “empresas externas”, las cuales únicamente han sido creadas en dos municipios. Al respecto, suge-

rimos o bien ampliar el número de instalaciones disponibles por las Escuelas o bien proporcionar una ayuda más favorable a este tipo de empresas, facilitándoles, en combinación con la ayuda indirecta, ciertos apoyos directos (por ejemplo, ayudas para la adquisición de locales o instalaciones).

- En cuanto a la caracterización general de las empresas hemos hallado un cierto equilibrio entre las dos formas jurídicas posibles. Si bien inicialmente predominaron las Sociedades Cooperativas, en los últimos años se manifiesta una preferencia por las Sociedades Laborales. Esta circunstancia podría ser explicada, por una parte, por el efecto positivo de la nueva Ley 4/1997 de Sociedades Laborales que permite la creación de Sociedades Limitadas Laborales, más asequibles en cuanto a su constitución sobre todo en lo referente a su menor aportación monetaria al capital social y, por otra parte, por el efecto negativo que con respecto a la constitución de Sociedades Cooperativas creemos que ha debido tener la nueva Ley 2/1999 de Cooperativas Andaluzas, que contempla restricciones muy importantes para la contratación de trabajadores no socios en las cooperativas de trabajo asociado (de hecho es evidente en los últimos dos años la transformación de este tipo de Cooperativas en Sociedades Laborales).

La mayoría de las empresas desarrollan su actividad en el sector servicios, destacando por su carácter innovador: empresas de turismo rural, servicios geriátricos o acuicultura. Invierten por término medio 18.030,36 euros para iniciar su actividad, cantidad que es financiada con préstamos bancarios, con la ayuda del pago único por desempleo y con la aportación de ahorros propios –realizada en algunos casos por los propios emprendedores-. A destacar la importancia que este “pago único anticipado”, resultante de la capitalización de las prestaciones por desempleo, tiene en estas empresas, por cuanto hemos podido verificar que al ser ésta una prestación a la que sólo pueden acogerse los desempleados que vayan a constituir una Sociedad Cooperativa o Sociedad Laboral, son muchas las personas que desisten de convertirse en trabajadores autónomos y buscan socios para constituir una de las dos formas jurídicas que hemos dicho que se benefician de esta posible prestación. En este sentido, creemos que sería interesante que se estudiara por la Autoridad Laboral correspondiente la posibilidad de ofrecer estas prestaciones también a los trabajadores autónomos.

Por término medio, la creación de una nueva firma ha supuesto la generación de casi cuatro puestos de trabajo. Las variables inversión media inicial y número de empleos, junto con el volumen medio anual de ventas de las nuevas empresas –inferior a los 30.060 euros-, es un reflejo del reducido tamaño de estas iniciativas. Las dificultades financieras y los problemas relacionados con el personal se revelan como los principales obstáculos que ha de superar la nueva empresa.

- Con respecto al perfil sociodemográfico del emprendedor, el análisis efectuado pone de manifiesto que éste se corresponde con un hombre, con una edad comprendida entre los 26 y 30 años, con estudios de grado medio, sin formación empresarial y, en general, con poca experiencia laboral en la misma actividad a la que se dedica actualmente como empresario, aunque con experiencia en otros campos de actividad. Finalmente, nos encontramos, mayoritariamente, con emprendedores que cuentan con un entorno familiar en el que hay o ha habido empresarios, lo cual les ha permitido reducir la

percepción del riesgo empresarial que supone el poner en marcha una nueva empresa. De este perfil general destacamos los siguientes aspectos:

- La escasa presencia de la mujer emprendedora en los ámbitos onubenses analizados, lo cual es aún más llamativo en el caso de un Programa dirigido a fomentar la creación de empresas en la población juvenil, entendiendo que la mujer joven es la que en mayor número se está incorporando al mundo laboral, en general, y al empresarial, en particular.

- El segmento juvenil de emprendedores surgidos al amparo de este Programa es la consecuencia lógica de las exigencias al respecto del propio Programa, aunque esos resultados vienen a convalidar los obtenidos en otros estudios acerca de la mayor juventud del emprendedor andaluz con respecto al resto de España³⁸.

- La procedencia (en cuanto a lugar de nacimiento y residencia) de estos emprendedores contradice los resultados de otros estudios que han verificado que, en el caso de empresas de autoempleo colectivo, los emprendedores suelen crear su empresa en su propio lugar de nacimiento o residencia³⁹. Esto pone de manifiesto la importancia que en este Programa tiene para los emprendedores el disponer temporalmente de instalaciones gratuitas en el municipio donde está ubicada la Escuela.

- La progresiva incorporación de titulados universitarios al mundo de la creación de nuevas empresas que detectan algunos estudios al respecto⁴⁰ se aprecia también en nuestros resultados con respecto al Programa Escuela de Empresas Cooperativas. No obstante, la escasa formación y experiencia empresarial de estos emprendedores, tan importante según algunos estudios para el éxito de las empresas creadas⁴¹, es una lógica consecuencia de la juventud de los mismos y, en cierta medida, se ve paliada por el apoyo técnico y asesoramiento que reciben en la Escuela.

- Por último, la alta presencia de emprendedores con vínculos familiares de actividad empresarial viene a confirmar lo ya puesto de manifiesto para una gran cantidad de estudios empíricos que verifican este hecho⁴².

- Centrándonos en el perfil psicológico de los encuestados, descubrimos que la mayoría no tenía un interés inicial por ser emprendedor, siendo su motivación básica la necesidad de crearse su propio puesto de trabajo. No obstante, en la actualidad la generalidad de los emprendedores se encuentran satisfechos con su estatus de empresarios. Los principales aspectos a destacar de este perfil son los siguientes:

38.- Ver, entre otros, los trabajos de Díez (1995) y Gómez y Lloréns (1997).

39.- Ver, entre otros, los trabajos de Cooper (1985) y Cooper y Dunkelberg (1987).

40.- Ver, entre otros, los trabajos de Pinillos (2001) y De Pablo, Casani, Santos y Cabezuolo (2001).

41.- Ver, entre otros, los trabajos de Vesper (1982) y Timmons (1994).

42.- Ver, entre otros, el trabajo de Lozano (1996).

- En la motivación emprendedora de estos jóvenes empresarios existe un claro predominio de los aspectos socioeconómicos (asegurarse un empleo), con respecto a otros aspectos personales que pueden estar relacionados con la autorrealización, la estima social o la libertad para tomar decisiones.

- Los rasgos definitorios del perfil psicológico típico del empresario (necesidad de independencia, motivación de logro o propensión al riesgo) los encontramos presentes en este pequeño “empresario social”. De ello podría derivarse que programas de fomento como el analizado pueden contribuir a que algunos emprendedores descubran rasgos definitorios de la personalidad empresarial que desconocían tener.

• Finalmente, al realizar el análisis crítico del Programa se han descubierto aspectos positivos que interesaría mantener y ciertas debilidades para las que sería necesario adoptar algunas acciones de mejora. Las cuestiones más significativas son:

- Los puntos fuertes se encuentran vinculados, en esencia, con la propia filosofía del Programa, destacándose los servicios ofrecidos y el continuo apoyo existente durante todo el proceso emprendedor. Sin embargo, es necesario seguir apostando por la formación permanente para conseguir la consolidación de los proyectos empresariales una vez culmine su periodo de incubación. En cualquier caso, nos atreveríamos a afirmar que el Programa analizado está contribuyendo de manera importante a la dinamización económica y social de la provincia de Huelva, directamente a través del fomento de las empresas de Economía Social, e indirectamente a través del efecto multiplicador que produce en otras actividades, así como en el aumento de la confianza de la población local en este tipo de apoyo y en esta alternativa profesional.

- Las debilidades más importantes se deben a las diferentes características socioeconómicas y culturales de los ámbitos en los que se localizan las Escuelas que, pese a condicionar de manera importante sus resultados, no han sido consideradas a la hora de delimitar las metas (fomentar el autoempleo colectivo en la forma de Cooperativas y Sociedades Laborales). En este sentido, sería necesario fomentar la cultura asociativa en aquellas áreas en las que se carezca de una tradición cooperativa, como es el caso de La Sierra de Huelva, con carácter previo a la puesta en marcha de Programas como el analizado. Por otro lado, y aunque existe una meta genérica clara y definida, se ha descubierto que no existen objetivos cuantificables y concretos en cuanto al número de Empresas de Economía Social que se pretendían crear. Al respecto, aconsejamos una delimitación concreta de los objetivos, lo cual ayudaría a obtener mejores resultados, no sólo porque la delimitación de objetivos supondría un conocimiento más profundo del contenido y consecuencias de un Programa de fomento de la Economía Social, aspecto crucial en la gestión o administración del Programa, sino también como elemento motivador de los diversos interlocutores socioeconómicos involucrados en el programa en cuestión. Finalmente, es necesario mejorar y actualizar la formación de los directores en el ámbito de la gestión de empresas y en técnicas para la dinamización de grupos.

Bibliografía

- ALDRICH, H.E.; WIEDENMAYER, G. From traits to rates: an ecological perspective on organizational foundlings, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol.1, 1993, pp. 145-195.
- BAREA, J. Conceptos y agentes de la Economía Social, *Revista CIRIEC-España*, 8, octubre, 1990.
- BAREA, J.; MONZÓN, L. La Economía Social en España. En: *Economía Social entre economía capitalista y economía pública*, Valencia: CIRIEC- España, 1992.
- BAREA, J.; MONZÓN, L. *Libro Blanco de la Economía Social en España*, Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1992.
- BIRCH, D.L. *The Job Generation Process*. MIT Programme on Neighbourhood and Regional Change. Camb.Mass, 1979.
- BIRLEY, S. New ventures and employment growth, *Journal of Business Venturing*, Vol.2, nº 2, (Spring), 1987.
- CARRASCO, M. Economía Social. Conceptos e importancia, *Revista Andaluza de Relaciones Laborales*, nº1, marzo 1996, pp. 11-35.
- CARRASCO, M; PORRAS, N; TOLEDANO, N. Análisis del tejido empresarial onubense. Una perspectiva estructural y dinámica, *Cuadernos de Estudios Socioeconómicos de Huelva*, nº 3, 1999, pp. 4-43.
- CARSrud, A.L.; KRUEGER, N.J. Entrepreneurship and social psychology: behavioural technology for understanding the new venture initiation process, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol. 2, 1995, pp. 73-96.
- COLLINS, O.F.; MOORE, D.G. *The enterprising man*. Library of congress catalog: Michigan, 1979.
- COOPER, A.C. Strategic Management: New Ventures and Small Business, *Long Range Planning*, 14, 5, 1981, pp. 39-45.
- COOPER, A.C. The role of incubator organizations in the founding of growth oriented firms, *Journal of Business Venturing*, Vol. 1, nº 1, 1985, pp. 75-86.
- COOPER, A.C.; DUNKELBERG, W.C. Entrepreneurial research: old questions, new answers and methodological issues, *Journal of Small Business*, Vol. 11, nº 3, 1987, pp. 11-23.
- CROSS, M. *New firm formation and regional development*. Gower: Aldershot Hants, 1981.
- DE PABLO, I.; CASANI, F.; SANTOS, B., CABEZUELO, A. *La creación de empresas en la Universidad: el caso de la Universidad Autónoma de Madrid*, XI Congreso Nacional de ACEDE, Zaragoza, 2001.
- DÍEZ, E.P. *La empresa en Andalucía*, Madrid: Civitas, 1995.

- DUBINI, P. The influence of motivations and environment on business start-ups: some hints for public policies, *Journal of Business Venturing*, 4, 1989, pp. 11-26.
- GARAFOLI, G. New firm formation and regional development: the Italian case, *Regional Studies*, Vol. 28, nº 4, 1994, pp. 381-393.
- GARCÍA, C. La Economía Social o la economía de las empresas de participación. En: Las empresas de participación en memoria de M^a Ángeles Gil Suárez. Gil Lueza, Alfa Centauro: adrid, 1991, pp. 195-216.
- GARTNER, W.B.; MITCHELL, T.R.; VESPER, K.H. A taxonomy of new business ventures, *Journal of Business Venturing*, Vol.4, 1989, pp. 169-186.
- GENESCA, E.; VECIANA, J.M. Actitudes hacia la creación de empresas, *ICE* (julio), 1984, pp. 147-155.
- GÓMEZ, E.M.; LLORENS, F.J. *La creación de empresas en Andalucía: motivaciones y obstáculos*. I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía: Andalucía en el umbral del siglo XXI, Jerez, 1997.
- KENT, C.A. Entrepreneurship in Economic Development. En: KENT, C.A.; SEXTON, D.L. y VESPER, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Cap. 12, 1982, pp. 237-256.
- LOZANO, M. *Caracterización de las empresas familiares caleñas*. Memorias del X Congreso latinoamericano sobre espíritu empresarial. Universidad Pontificia Bolivariana. Universidad Icesi, Medellín, Columbia, 1996.
- LLOPIS, F.; SABATER, V.; TARÍA, J.J.; ÚBEDA, M. Nuevas empresas y grado de diversidad sectorial en las zonas con tradición industrial: una aproximación a la provincia de Alicante, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol.8, nº 3, 1999, pp. 96-97.
- McCLELLAND, D.C. *La sociedad ambiciosa. Factores psicológicos en el desarrollo económico*, Madrid: Ediciones Guadarrama, 1968.
- MEDINA, U.; RODRÍGUEZ, T.; FUENTES, M.L. Agencias de Desarrollo Local. El caso de Canarias, *CIRIEC-España*, nº 24, noviembre 1996, pp. 41-61.
- MERCADÉ, A. *Mujer emprendedora*, Barcelona: Ediciones Gestión 2000, 1998.
- MONZÓN, J.L.; BAREA, J. Las cifras claves de la Economía Social en España, *CIRIEC-España*, nº 16, junio 1994, pp. 12-36.
- MORÓN, P. Los agentes de la Economía Social coordinadores y gestores de las políticas públicas: Aplicación a la integración socio-laboral de jóvenes marginados, *CIRIEC-España*, nº 24, 1996, pp. 63-90.
- NUENO, P. *Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas*. Bilbao: Deusto, 1996.
- PINILLOS, M.J. *Los directivos y la creación de empresas: un análisis exploratorio*. XI Congreso Nacional de ACEDE, Zaragoza, 2001.
- PRECSA, M. Los centros de creación de empresas, *Papers del Baix*, nº 1, 1992.
- REYNOLDS, P.D. Who starts new firms? Preliminary explorations of firms in gestation, *Small Business Economics*, 9, 1997, pp. 449-462.

- RUBIO, E.A.; CORDÓN, E.; AGOTE, A.L. Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, nº 3, 1999, pp. 37-52.
- SÁNCHEZ, J.A.; VÁZQUEZ, A. *Infraestructuras para el desarrollo local. Las experiencias de Sevilla*. En: M. Quevit, et al., *Articulación des Programmes d'Infraestructuras et des Actions de Développement local*, Report, RIDER, Universidad de Lovaina la Nueva, 1993.
- SANCHÍS, J.R. *Factores de éxito en la gestión de proyectos en el marco del desarrollo local. Estudio empírico sobre el agente de desarrollo local en España*. XI Congreso Nacional de ACEDE, Zaragoza, 2001.
- SANCHÍS, J.R.; REDONDO, A. Actitudes hacia la creación de empresas: estudio empírico aplicado a la diplomatura de Relaciones Laborales de la Universitat de Valencia, *CIRIEC-España*, nº 27, 1997, pp. 157-182.
- SANCHÍS, J.R.; CANTARERO, S. El agente de fomento como instrumento de creación y desarrollo de empresas. Un estudio empírico aplicado a la Comunidad Valenciana, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, nº 3, 1999, pp. 163-184.
- SANTACOLOMA, J.F. *El empresario en la sociedad actual*. Bilbao: Deusto, 1988.
- SEXTON, D.I.; SMILOR, R.W. *The art and science o entrepreneurship*. Ballinger Publishing Co, 1986.
- SHAPERO, A. *The entrepreneurial event. The environment for entrepreneurship*. Lixington, Kent, 1984.
- STOREY, D.J. *The Role of Small and Medium-sized Enterprises in European Job Creation: Key Issues for Policy and Research*. En: Giaoutzi, M.; Nijkamp, P. y Storey, D.J. *Small and Medium Size Enterprises and Regional Development*, Cap. 8, London: Routledge, 1988, pp.140-160.
- TIMMONS, J. *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. United States of America: Library of Congress Cataloguing in Publication Data, 1994.
- TORNATZKY, L.G. *The art and craft of technology business incubation: best practices, strategies, and tools from 50 programs*, National Business Incubation Association and other, 1994.
- VÁZQUEZ, A. *Política económica local*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1993.
- VECIANA, J.M. Características del empresario en España. *Cuadernos de Economía*, nº 39, 1989.
- VECIANA, J.M. Creación de empresas como programa de investigación científica, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, nº 3, 1999, pp.11-35.
- VESPER, K.H. Introduction and summary of entrepreneurship research, *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 1982, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- WENNEKERS, S. y THURIK, R. Linking Entrepreneurship and Economic Growth, *Small Business Economics*, 13, 1999.
- WESTHEAD, P.; WRIGHT, M. Novice, portfolio, and serial founders: are they different?, *Journal of Business Venturing*, 13, 1998, pp. 173, 204.