

NOTA

La promoción de nuevas empresas en el medio rural. Análisis de la incidencia del Leader II en la provincia de Huelva

MANUEL CARRASCO CARRASCO (*)

NURIA TOLEDANO GARRIDO (**)

1. INTRODUCCIÓN

El retraso que sufre, en general, el medio rural europeo con respecto al urbano y las consecuencias que esto conlleva, despoblación y envejecimiento de las zonas rurales, déficit de algunas infraestructuras básicas, pérdida de empleos agrarios, etc., ha convertido el desarrollo rural en el principio fundamental que guía la política agrícola de la Unión Europea, constituyéndose después de la Agenda 2000 en el segundo pilar de la Política Agrícola Común (PAC) (1).

La difícil tarea que viene desarrollando la Unión Europea para reducir las desigualdades entre regiones se hará aún más complicada después de la ampliación, de ahí que las medidas adoptadas por la nueva política de desarrollo rural se estén dirigiendo no sólo al fomento de una agricultura más competitiva y más respetuosa con el medio ambiente, sino también al estímulo de otras actividades que permitan una mayor diversificación de la economía rural: turismo rural, artesanía, comercialización de productos típicos, conservación del patrimonio rural, etc.

En este contexto, las acciones dirigidas a fomentar la creación de nuevas empresas en los ámbitos rurales aparecen como uno de los

(*) *Catedrático de Organización de Empresas. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad de Huelva.*

(**) *Dpto. de Dirección de Empresas y Marketing. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad de Huelva.*

(1) «Reforma de la PAC: Desarrollo rural». Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea (<http://europa.eu.int/comm/agriculture/publi/fact/rurdev/es.pdf>).

elementos claves en la estrategia de la Unión Europea para el desarrollo rural, debido, sobre todo, al valioso papel que éstas desempeñan en aspectos tales como la creación de empleos, el desarrollo económico y social o la introducción de innovaciones. Entre estas acciones, cabe destacar la puesta en marcha en 1991 de la Iniciativa Comunitaria de Desarrollo Rural LEADER (2), y la entrada en vigor de su sucesora en 1994, LEADER II, ampliando y consolidando el enfoque planteado por su precursora (3). Recientemente, ésta ha dado paso a una nueva Iniciativa, LEADER +, lo que evidencia la relevancia que este innovador apoyo está recibiendo en el marco de la Unión Europea.

Asimismo, el incremento en la dotación presupuestaria de estos programas públicos europeos, ha motivado un creciente interés por parte de los diferentes agentes sociales, por conocer los efectos que produce su aplicación y, en definitiva, por sacar a la luz cualquier información que pudiera contribuir a mejorar la toma de decisiones y a incrementar la legitimidad, transparencia y efectividad de los instrumentos de desarrollo rural.

En este sentido, el objetivo de este trabajo es poner de manifiesto la incidencia que ha tenido la Iniciativa LEADER, en su segunda etapa LEADER II, a través del análisis de las nuevas empresas puestas en marcha con su apoyo. No obstante, y como consecuencia de abordar específicamente una actuación implícita en varias de las líneas de acción contempladas en la Iniciativa LEADER II –la creación de nuevas empresas– (4), no resultan aplicables los datos oficiales que existen sobre la evaluación formalizada de la Iniciativa, los cuales hacen hincapié sobre aspectos más generales, como son las acciones innovadoras, la composición de los grupos responsables de su efectiva aplicación (Grupos de Acción Local) o el grado de cooperación con otros ámbitos en los que tiene aplicación la Iniciativa (5). Por esta razón, y con el ánimo de aproximar el estudio a la realidad, se ha considerado oportuno realizar un análisis empírico, utilizando esen-

(2) *Liason Entre Activités de Development da l'Economic Rural (Relación entre Actividades de Desarrollo Económico Rural)*.

(3) Para ampliar la información sobre la Iniciativa LEADER I, consultar, entre otros, el trabajo titulado «La constitución del proyecto de desarrollo rural: la experiencia LEADER I» (Observatorio Europeo LEADER: <http://europa.eu.int/comm/archives/leader/rural-es/biblio/metho/contents.htm>)

(4) La Iniciativa LEADER II pretende contribuir al desarrollo rural potenciando la diversificación de la economía agraria, sin distinguir entre proyectos empresariales de nueva creación o ampliación productiva de los ya existentes.

(5) Consultar, entre otros, los trabajos publicados por el Observatorio Europeo LEADER (on line): «Evaluar el valor añadido del LEADER» y «Autoevaluación y Evaluación en LEADER y PRODER: métodos y perspectivas», así como las conclusiones del Seminario «Mejorar la calidad de las evaluaciones ex post del LEADER II» publicadas en la revista *Info Leader II*.

cialmente información primaria y reduciendo el ámbito territorial en el que se enmarca el trabajo a la provincia de Huelva. Concretamente esta provincia, de marcado carácter rural y baja densidad empresarial, ha sido testigo de la aplicación de esta Iniciativa desde su primera etapa como LEADER I hasta la reciente aprobación del LEADER +, motivo por el que la consideramos como ejemplo territorial para comprender, en parte, los efectos que la Iniciativa LEADER II está produciendo en el tejido empresarial de ámbitos rurales con características socioeconómicas similares.

A su vez, el estudio empírico desarrollado se fundamenta en el marco teórico proporcionado por una de las teorías que abordan la creación de empresas, la Teoría Institucional, la cual, planteada magistralmente por Douglas North (1990) (6), pretende explicar cómo las instituciones y el cambio institucional afectan al desarrollo económico y social, al reducir la incertidumbre y establecer una estructura a la vida diaria. En este sentido, compartimos la opinión de autores como Veciana (1999) o Urbano (2003) en cuanto a la adecuación de los planteamientos que North desarrolla en su Teoría Institucional para analizar los elementos del entorno que condicionan la creación de empresas, entre los que se encuentran las medidas o apoyos diseñados específicamente para fomentar la iniciativa empresarial (7). Dentro de este contexto, son numerosos los investigadores que asumen que la utilización de instrumentos de apoyo puede tener un efecto positivo, tanto en el número de empresas creadas como en la tasa de supervivencia de las mismas (8) (Urbano, 2003).

De acuerdo con lo anterior, el ámbito rural onubense no ha de constituir una excepción, y, por tanto, los distintos programas que desde diferentes ámbitos vienen implantándose con el fin de mejorar y diversificar la economía rural, así como fomentar la iniciativa empresarial, habrían de estar reduciendo, de forma progresiva, las dificultades del medio rural o la generalizada aversión al riesgo de sus habitantes y, al mismo tiempo, incentivando la puesta en marcha de nuevas empresas rurales.

En definitiva, en este trabajo, tratamos de comprobar cómo un tipo de institución –siguiendo la terminología de North–, la Iniciativa LEADER II, está contribuyendo a conseguir un desarrollo rural gra-

(6) Premio Nobel de Economía en 1993.

(7) Un buen ejemplo de ello, es que el Sexto Informe del Observatorio Europeo de la Pequeña y Mediana Empresa incluye un apartado donde plantea las instituciones formales e informales de North, como factores condicionantes de crecimiento y del desarrollo económico de las regiones y países europeos (Urbano y Veciana, 2001).

(8) Cooper (1982), Vesper (1982), Birley (1986), Westhead (1990), Cromie (1991) y Hawkins (1993) entre otros.

cias, en parte, a la creación de nuevas empresas rurales. La consecución de este propósito conlleva, *a priori*, alcanzar los siguientes subobjetivos:

- 1) Examinar la incidencia cuantitativa del LEADER II en relación con las nuevas empresas creadas.
- 2) Examinar la incidencia cualitativa del LEADER II analizando tanto las características de las nuevas empresas como los rasgos de los emprendedores que las ponen en marcha.
- 3) Realizar un análisis crítico del funcionamiento del LEADER II, como instrumento de fomento empresarial, en las comarcas rurales onubenses en las que ha estado vigente.

Por otro lado, 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 la nueva Iniciativa LEADER+ y, en general, de los apoyos institucionales a la creación de empresas rurales.

Por todo lo expuesto anteriormente, el presente trabajo queda estructurado de la siguiente manera: introducción, fundamentos teóricos del estudio, principales consideraciones de la Iniciativa LEADER II como institución formal que fomenta la creación de nuevas empresas rurales, metodología y exposición de resultados. El trabajo finaliza con la presentación de las conclusiones más relevantes.

2. LA PROMOCIÓN EMPRESARIAL DESDE LA TEORÍA INSTITUCIONAL

Son muchos los factores que condicionan la creación de empresas en un determinado lugar [la personalidad del emprendedor, la disponibilidad financiera, los conocimientos o habilidades para crear la empresa, etc. (9)] muchos de los cuales pertenecen al propio entorno en el que se desarrolla la actividad empresarial.

Si bien es cierto que la literatura sobre los factores del entorno que condicionan la creación de nuevas empresas se encuentra aún en proceso de desarrollo (10), durante los últimos años (segunda mitad de la década de los noventa) se ha producido un notable aumento

(9) Para profundizar el estudio sobre algunos de los factores que afectan a la creación de empresas, pueden consultarse, entre otros, los trabajos de McClelland (1961), Schumpeter (1982), Glaister (1988) Malecki (1994) y Urbano (2003). También se puede ampliar esta información consultando los trabajos de Veciana (1999) o Toledano (2003), en los que se recogen las distintas teorías que abordan el fenómeno de la creación de empresas desde diferentes enfoques y distintos niveles de análisis.

(10) Davidsson (1995) destaca que la investigación sobre la relación entre las características del entorno y la creación de empresas se encuentra aún en su infancia.

de las investigaciones que abordan el fenómeno de la creación de empresas desde esta aproximación, destacando aquellos estudios realizados en el marco de la Teoría Institucional (Urbano, 2003).

De acuerdo con dicha teoría, la creación de nuevas empresas podría venir determinada, en parte, por la existencia de «instituciones», encargadas de definir las restricciones e incentivos que impulsan o inhiben las acciones y opciones de las personas y, por tanto, también el ejercicio de la actividad empresarial. Aunque sus orígenes se remontan a los inicios del siglo pasado, cuando autores como Veblen (1904) o Commons (1934) observaron la relevancia económica de las leyes, hábitos o costumbres que conformaban el marco institucional en el que se producían los hechos económicos, no sería hasta más recientemente (1980-1990) cuando resurge la importancia del institucionalismo para explicar el cambio y el comportamiento de las organizaciones en función de los pilares y presiones institucionales presentes en el entorno. En esta época, destacan los planteamientos de Douglass North (1990), quien adoptando un amplio concepto de «institución» –entiende por tal «*las reglas del juego en una sociedad, o más formalmente, las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana*»–, explica cómo las instituciones afectan al desarrollo económico y social, y por tanto influyen, en parte y a través de diversas acciones, en la calidad y cantidad del tejido empresarial de un determinado ámbito espacial.

A su vez, North distingue entre instituciones formales e informales y analiza el modo en que éstas se aplican y evolucionan. Dentro de las primeras se sitúan las normas políticas, legales, económicas y contratos encargados de definir el marco legal que regula las relaciones socioeconómicas que se producen en una determinada sociedad. En cuanto a las instituciones informales, quedan incluidas en las mismas las ideas, creencias, las actividades y valores de las personas, en definitiva, la cultura general que comparten las personas que pertenecen a dicha sociedad. Por otra parte, el modo de implementación tanto de las reglas formales como de las informales será fundamental en el diseño del marco institucional y del consiguiente desempeño económico.

En este trabajo, siguiendo la línea de investigación de numerosos autores, nos centramos fundamentalmente en las instituciones formales, ámbito de estudio en el que podemos encontrar una extensa literatura (11). En concreto, Urbano y Veciana (2001) realizan una revisión y selección de los principales trabajos, teóricos y empíricos, que parten del

(11) Entre los autores que analizan la repercusión de las instituciones formales en la creación de nuevas empresas, se encuentran Vesper (1982), Monsted (1993), Van de Ven (1993) y Urbano y Veciana (2001).

estudio de los factores institucionales formales para investigar la creación de nuevas empresas. Específicamente las investigaciones empíricas, más recientes y diversas, analizan la incidencia que tienen determinados factores formales en una población objetivo concreta, existiendo una gran representatividad tanto de regiones estudiadas (Cleveland, Bangladesh, Aragón, Georgia, etc.) como de programas analizados en sectores o en empresarios concretos (empresas industriales, de alta tecnología, empresarios marginales, etc.) y colectivos objeto de investigación (empresarios, técnicos, potenciales emprendedores, etc.).

Precisamente, en el estudio empírico presentado en este trabajo se analiza un determinado tipo de apoyo económico materializado en una institución formal –el proporcionado por la Iniciativa LEADER II–, aplicado en un ámbito espacial definido –el ámbito rural de la provincia de Huelva– durante un período determinado (1995-2000). Sus características principales, así como la justificación de su consideración como institución formal, son expuestas a continuación. No obstante, hemos de puntualizar que por el hecho de centrarnos en el estudio del LEADER II como institución formal, no descartamos la consideración parcial de algunos elementos informales. Así, y en la medida en que las personas son depositarias de la cultura, los comportamientos y costumbres anteriores, el estudio empírico realizado sobre las informaciones aportadas tanto por los emprendedores como por los técnicos responsables en la aplicación de la Iniciativa (12) (estos últimos representantes de los Grupos de Acción Local, es decir, de los colectivos más significativos de la sociedad en la que la Iniciativa se aplica) reflejará parte de ese aspecto informal (13).

Adicionalmente, el análisis crítico que se realiza de la Iniciativa (subobjetivo tercero) implica la observación de la forma en la que ésta se desarrolla, contemplando así otro de los rasgos más relevantes del institucionalismo de North (el modo de implementación de las reglas formales e informales).

3. EL LEADER II COMO INSTITUCIÓN FORMAL CONDICIONANTE DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS RURALES: SU APLICACIÓN EN LA PROVINCIA DE HUELVA

Entre las instituciones formales que contribuyen al fomento empresarial, están adquiriendo gran relevancia aquellas desarrolladas en el

(12) Esta información es tratada de forma más exhaustiva en el apartado 4 «Metodología».

(13) No obstante, para profundizar en el estudio exhaustivo de las instituciones informales pueden consultarse, entre otros, los trabajos Davidsson (1995) y Young, Wyman y Brenner (1995).

ámbito rural de la Unión Europea debido, sobre todo, a las dificultades socioeconómicas que, en general, sufren estos territorios. Estas dificultades se ven agravadas en la provincia de Huelva, en la que, eliminando la capital y su zona metropolitana, el resto de su territorio puede ser considerado como ámbito estrictamente rural. De ahí que sea posible identificar una gran variedad de medidas que, como en el contexto europeo, se ponen en práctica con el fin de corregir los desequilibrios existentes entre las zonas rurales y urbanas. Entre éstas, nos referimos en este trabajo a aquellas que se dirigen al fomento empresarial, en concreto a la Iniciativa LEADER II, la cual al ser un instrumento concebido en parte con el ánimo de proporcionar apoyos a la creación de nuevas empresas, constituiría un referente de las políticas de desarrollo rural y, de acuerdo con North, una parte integrante del marco institucional formal en el ámbito rural, que determinaría –parcialmente, dada la complejidad del fenómeno de la creación de empresas– la calidad y densidad del tejido empresarial en dicho ámbito (14).

Si nos remontamos a los orígenes de este tipo de institución, hemos de mencionar la reforma de los Fondos Estructurales que tiene lugar en 1988, en virtud de la cual se establecen cinco objetivos prioritarios para la Comunidad Europea, de los cuales dos hacían una referencia expresa al desarrollo de los espacios rurales (15). Esta explícita reseña al desarrollo rural permitió la puesta en marcha de diversas actuaciones dirigidas a la diversificación de la actividad agraria, entre las que se encontraban el estímulo a la creación de nuevas empresas rurales. Posteriormente, en 1991, la Comisión Europea pone en marcha, con carácter experimental, la Iniciativa Comunitaria de Desarrollo Rural LEADER I, a través de la cual se impulsaban iniciativas empresariales que iban más allá de la mera producción agraria (pequeñas empresas turísticas, artesanía, actividades de carácter medioambiental, etc.) (Beltrán, 1994). El 15 de junio de 1994 entra en vigor la Iniciativa LEADER II (1994-1999). El enfoque local, descentralizado e integral planteado por su antecesora fue ampliamente difundido y aplicado por esta segunda Iniciativa, introduciendo como novedades fundamentales

(14) En este trabajo se emplearán indistintamente los términos «institución», «instrumento», «programa» o «medida» de desarrollo rural para designar el programa de apoyo estudiado, es decir, la Iniciativa LEADER II.

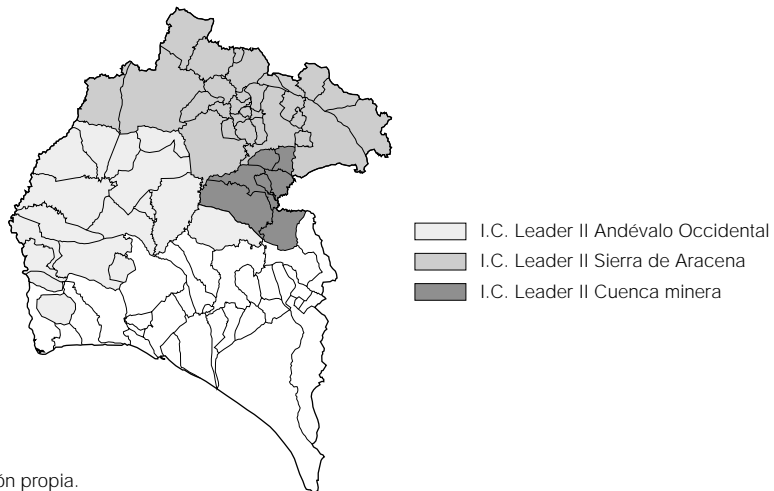
(15) Objetivo 1 que contemplaba el fomento del ajuste estructural de las regiones menos desarrolladas, y el Objetivo 5b que persigue el desarrollo de zonas rurales vulnerables. Actualmente, la totalidad de objetivos se encuentran reducidos a tres, siendo el primero el que contempla los propósitos que afectan al desarrollo rural (Objetivo 1: desajuste y ajuste estructural de las zonas menos desarrolladas).

la cooperación transnacional (16), la adquisición de capacidades y los programas de innovación (Sancho Hazak, 2002).

En concreto, en el LEADER II se contemplaba la concesión de subvenciones o ayudas económicas a proyectos de innovación rural, citándose específicamente como subvencionables aquellas iniciativas dirigidas a proporcionar apoyo técnico al desarrollo rural, las iniciativas de turismo rural, las ayudas a las pequeñas empresas, artesanos y servicios de aproximación, aquellos proyectos que supusieran una valoración y comercialización de la producción agraria, silvícola y pesquera local, y aquellos destinados a la conservación y mejora del medio ambiente y del entorno (17). Para su efectiva aplicación, el LEADER II se ajustó al mismo esquema desarrollado por LEADER I, ejecutándose mediante programas regionales para cuya utilización se seleccionaron comarcas y grupos de acción local (GAL). Concretamente, en la provincia de Huelva fueron tres las comarcas rurales amparadas por la Iniciativa Comunitaria LEADER II (ver Figura 1).

Mapa 1

Iniciativa LEADER II en la provincia de Huelva



Fuente: Elaboración propia.

En todas ellas existe un alto índice de desempleo, problemática común de las zonas rurales europeas amparadas por esta Iniciativa.

(16) Para ampliar la información relativa a las novedades del enfoque del LEADER II consultar el Cuaderno de la Innovación n.º 11 «La Cooperación transnacional en el marco de LEADER II: Enseñanzas del pasado, instrumentos para el futuro».

(17) Cuaderno del Observatorio n.º 1 «Informe sobre la realización de LEADER II».

Asimismo, se aprecia la importancia relativa de su sector primario, donde las actividades agrarias ocupan, salvo en la comarca tradicionalmente minera (Cuenca Minera), a casi el 40 por ciento de la población que trabaja (ver cuadro 1).

Cuadro 1

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE LAS COMARCAS INCLUIDAS EN EL ÁMBITO DE ACTUACIÓN DEL LEADER II EN LA PROVINCIA DE HUELVA

Características socioeconómicas	Cuenca minera	Andévalo occidental	Sierra de Aracena
N.º de municipios	7	16	29
Extensión superficial km ² (2001)	640	2.650,2	3.016
Población de derecho (2001)	18.509	42.090	37.393
Superficie de explotaciones agrarias (1999)	57.069	258.064	286.212
Paro registrado (2001)	1.186	1.651	1.620
Trabajadores eventuales agrarios subsidiados (2001)	103	2.120	2.199
% Población activa Sector primario	6.36	38.3	38.10
Sector secundario	42.06	29.4	28.65
Sector terciario	51.58	32.3	33.25
Renta neta media declarada	72.458,97	150.460,34	158.944,54

Fuente: Huelva. Datos básicos, 2003. Instituto de Estadística de Andalucía.

4. METODOLOGÍA

Con el propósito de analizar con el mayor rigor posible la incidencia del LEADER II en los ámbitos rurales de la provincia de Huelva, el desarrollo del estudio empírico se basa en la utilización de fuentes de información primarias y secundarias, procedentes de diversos agentes las primeras, y de distintos artículos, documentos oficiales y páginas web las segundas (ver bibliografía). Estas últimas se emplearon, sobre todo, con el fin de comparar los resultados obtenidos en este estudio con los descubiertos en otros trabajos que analizan la creación de empresas en contextos más amplios.

No obstante, antes de seleccionar las fuentes de información fueron definidos los factores condicionantes del entorno institucional que, de acuerdo con el marco teórico en el que se inserta esta investigación, se tratarían en el trabajo empírico (ver apartado 2). Así pues, partiendo de las bases teóricas contempladas en la Teoría Institucional, definimos las siguientes variables:

- a) Instituciones formales: se considera como tal la Iniciativa LEADER II (ver apartado 3).
- b) Instituciones informales: se consideran de forma implícita al analizar la opinión de los emprendedores y de los técnicos responsables de la aplicación de este instrumento.
- c) El modo de implementar las instituciones: se considera en el análisis crítico del LEADER II.

Con posterioridad fueron seleccionados tanto la población relevante como los instrumentos metodológicos empleados para obtener la información.

Concretamente, para analizar la incidencia cuantitativa del LEADER II en la creación de empresas fue necesario: en primer lugar, descubrir el número de nuevas empresas creadas con su ayuda, para lo que se tuvo que preguntar directamente a los responsables de dicha Iniciativa en cada comarca (18); en segundo término, precisar en qué medida esta ayuda fue determinante en la decisión del emprendedor de crear la empresa rural. Para esto último se empleó la encuesta personal, a través de la cual se solicitó información a los 47 emprendedores rurales que habían creado las nuevas empresas con el apoyo de esta institución, abarcando de esta forma a la totalidad de la población. Con dicha encuesta tratamos también de obtener información sobre las principales características de las empresas creadas, así como sobre los rasgos sociodemográficos y psicológicos que identificaban la persona del emprendedor rural. Con ello, lograríamos dar respuesta a los dos primeros subobjetivos planteados.

En la tercera y última fase de la investigación se realiza un análisis crítico del funcionamiento de la Iniciativa. Para ello se consideraron dos colectivos, los responsables en la ejecución de la Iniciativa y algunos emprendedores que habían sido previamente encuestados, y se emplearon dos técnicas cualitativas de recogida de información: la entrevista personal semiestructurada para interpelar a los responsables del LEADER II (tres en total), y la discusión grupal entre algunos emprendedores.

En el cuadro 2 se resumen las fuentes de información, los métodos de obtención y la técnica de análisis para cada aspecto de la Teoría institucional estudiado. Por su parte, el cuadro 3 sintetiza las variables analizadas en el estudio empírico y el momento en el que se recogió la información.

(18) Conviene recordar que las líneas de actuación contempladas en el LEADER II no diferenciaban entre empresas de nueva creación y ampliación de las existentes, lo cual dificultó en gran medida la identificación de la población que para este trabajo resultaba de interés, para lo que fue necesario mantener reuniones personales con los responsables de la Iniciativa en las tres comarcas rurales de actuación.

Cuadro 2

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Tipo estudio	Estudio teórico	Estudio empírico		
Teoría institucional	• Estudio de los factores formales	• Estudio de los factores formales	• Estudio implícito de factores informales	• Estudio del modo de implantación
Iniciativa LEADER II	• Análisis como institución formal	• Análisis cuantitativo	• Análisis cualitativo	• Análisis crítico
Fuentes de información / Población objetivo	Secundarias: • Artículos. • Observatorio LEADER. • Normativa reguladora.	Primarias: • Técnicos responsables de la aplicación de LEADER II. • Emprendedores.	Primarias: • Emprendedores. Secundarias: • Artículos.	Primarias: • Técnicos responsables del LEADER II. • Emprendedores.
Método de recogida de la información	• Consulta bibliográfica.	• Consulta telefónica a los responsables del LEADER II en cada comarca rural. • Encuesta personal a los emprendedores.	• Encuesta personal a los emprendedores. • Consulta bibliográfica.	• Entrevista personal semiestructurada a los técnicos. • Grupo de discusión entre los emprendedores
Análisis de la información	• Análisis conceptual.	• Análisis univariable o de distribución de frecuencias (SPSS.10).	• Análisis univariable o de distribución de frecuencias (SPSS.10).	• Análisis cualitativo.

Cuadro 3

VARIABLES ESTUDIADAS A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES MÉTODOS DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

Encuesta	Entrevista personal (19)	Grupo de discusión
<ul style="list-style-type: none"> • Incidencia de la institución en la decisión de crear la empresa • Datos económicos, jurídicos, actividad principal, tamaño (inversión, n.º empleos, volumen ventas) y dificultades principales de las nuevas empresas. • Datos sociodemográficos (sexo, edad, lugar de nacimiento, estudios, formación empresarial, experiencia laboral y antecedentes familiares). • Motivación emprendedora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil profesional del personal técnico. • Procedimiento seguido para conceder los apoyos contemplados en el LEADER II. • Características de los servicios ofrecidos por la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Opinión genérica sobre la institución de apoyo considerada (abordando las mismas cuestiones que las inquiridas a los técnicos). • Opinión genérica sobre la actividad empresarial en el medio rural, la tradición y cultura.
Momento de realización: marzo-junio 2000	Momento de realización: marzo-junio 2000	Momento de realización: 13 junio de 2000

Fuente: Elaboración propia.

(19) Aunque somos conscientes de que son múltiples los factores que pueden condicionar la incidencia de una institución de desarrollo rural como la Iniciativa LEADER II, en este trabajo nos centramos en ciertas variables que, a nuestro entender, podrían constituir las claves del éxito o fracaso del apoyo institucional, algunas de las cuales ya han sido empleadas en trabajos anteriores desarrollados sobre el tema (Sanchis, 2001; Vázquez, 1993).

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

5. RESULTADOS

5.1. Análisis Cuantitativo de la Incidencia del LEADER II en la creación de nuevas empresas

El total de empresas creadas al amparo del LEADER II en la provincia de Huelva en el período 1995/2000 asciende a 47, lo que supone que dichas firmas se han creado a un ritmo anual de aproximadamente 8 empresas al año, una cifra que si se compara con el ritmo de creación de empresas que existe, en general, en dicho ámbito [20 empresas cada año (20)], denota, *a priori*, un efecto modesto de la institución analizada.

Por otro lado, y dada la diversidad de variables que determinan la realidad objeto de estudio, resulta difícil conocer hasta qué punto la Iniciativa LEADER II ha podido influir en la decisión de estos emprendedores para crear las 47 nuevas empresas. A pesar de ello, intentamos acercarnos a esta realidad a través de las siguientes preguntas incorporadas en la encuesta:

- ¿Hubiera creado la empresa si no hubiera recibido la ayuda del LEADER II?
- ¿Hubiera creado la empresa en *el mismo momento* en que la creó si no hubiera recibido la ayuda del LEADER II?

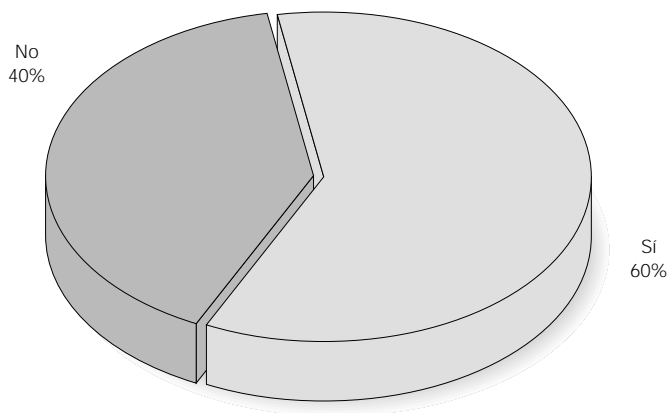
Los gráficos 1 y 2 muestran los resultados obtenidos. Éstos revelan que, si bien el 60 por ciento de los emprendedores aseguran que hubieran creado la empresa incluso si no hubieran recibido la ayuda, tan sólo el 9 por ciento de éstos afirma que lo habría hecho en el mismo momento en el que la creó, mientras que el resto responde que habría creado la empresa, aunque quizás, en un momento posterior. De lo anterior se desprende que, en ausencia del LEADER II, la decisión del emprendedor habría sido, en el mejor de los casos, pospuesta, y por ello quedaría sujeta a la incertidumbre propia de toda acción futura. En este sentido, se pone de manifiesto que si bien las nuevas empresas analizadas podrían haberse creado sin el apoyo de la Iniciativa Comunitaria, ésta ha servido para anticipar su puesta en marcha, convirtiéndose por tanto en un eficaz acelerador del proceso emprendedor en el medio rural. Esto, en cierta manera, viene

(20) Según el «Análisis del tejido empresarial onubense» desarrollado por Carrasco, Porras y Toledano (1999).

Gráfico 1

Influencia indirecta del LEADER II

¿Hubiera creado la empresa si no hubiera recibido la ayuda del LEADER II?

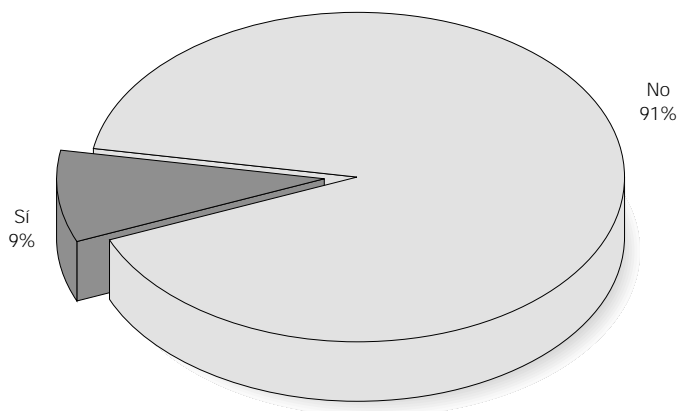


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2

Influencia directa del LEADER II

¿Hubiera creado la empresa en el mismo momento en que la creó si no hubiera recibido la ayuda del LEADER II?



Fuente: Elaboración propia.

a confirmar lo sugerido en las investigaciones que analizan y relacionan los factores que influyen en la creación de una nueva empresa con las diversas etapas integrantes del proceso emprendedor, en cuanto a la importancia del apoyo –fundamentalmente económico– en la última fase del proceso, esto es, en el momento de la puesta en marcha de la iniciativa empresarial (Bloodgood *et. al.*, 1995, etc.). Finalmente, cabe indicar que el apoyo económico proporcionado por el LEADER II ascendió a 1.466.009,3 euros, lo que supone una cantidad aproximada de 31.191,687 euros por empresa creada.

5.2. Análisis Cualitativo de la incidencia del LEADER II

Centrándonos primeramente en las variables caracterizadoras de la nueva empresa, se observa, a partir del gráfico 3, que, siguiendo la tendencia a la terciarización que durante las últimas décadas viene experimentando la economía europea en su conjunto, predominan las nuevas empresas de servicios (72 por ciento) sobre las agrarias o industriales, destacando aquéllas por su especial carácter innovador. Asimismo, y dentro del sector servicios, hay que acentuar el predominio de las empresas que desarrollan una actividad vinculada al turismo rural (el 47 por ciento del total de empresas y el 65 por ciento de las empresas de servicios), corriente observada en el contexto europeo y que revela, en parte, la nueva valoración que en los últimos años hace un amplio sector de la sociedad de los recursos naturales (gráfico 3).

En cuanto al sector industrial, destacar la significación que está adquiriendo la industria agroalimentaria, lo que supone sumar un importante valor añadido a la substancial producción agraria que caracteriza la zona de estudio. Subrayar, también, el carácter innovador de las empresas incluidas en el sector primario, al operar en mercados con un importante potencial (empresas de acuicultura).

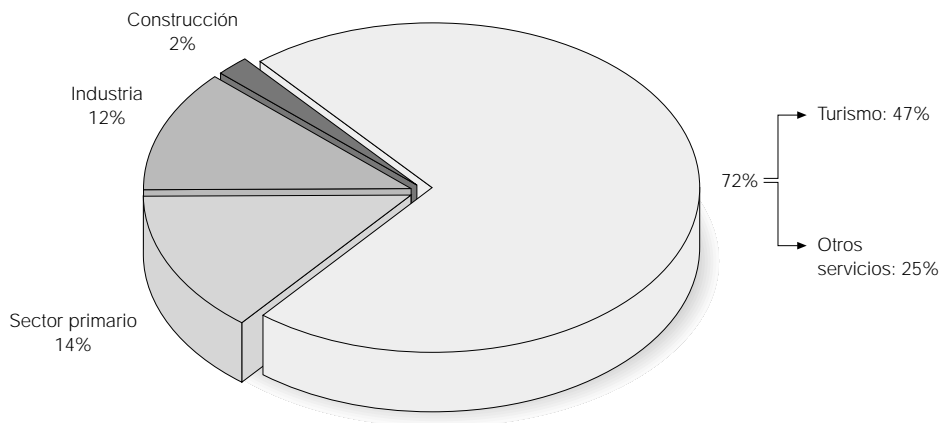
Al considerar el estatus jurídico de las nuevas firmas (ver gráfico 4) se aprecia una clara preferencia por la empresa individual.

Entre las formas societarias, predomina la Sociedad Limitada, seguida de la Sociedad Limitada Laboral y de la Sociedad Cooperativa. Estas dos últimas conforman el total de empresas de Economía Social (21) creadas al amparo del LEADER II (19 por ciento de las nuevas empresas).

(21) Para ver cuáles son los agentes de Economía Social, pueden verse, entre otros, los trabajos de Monzón y Barea (1994) y Carrasco (1996).

Gráfico 3

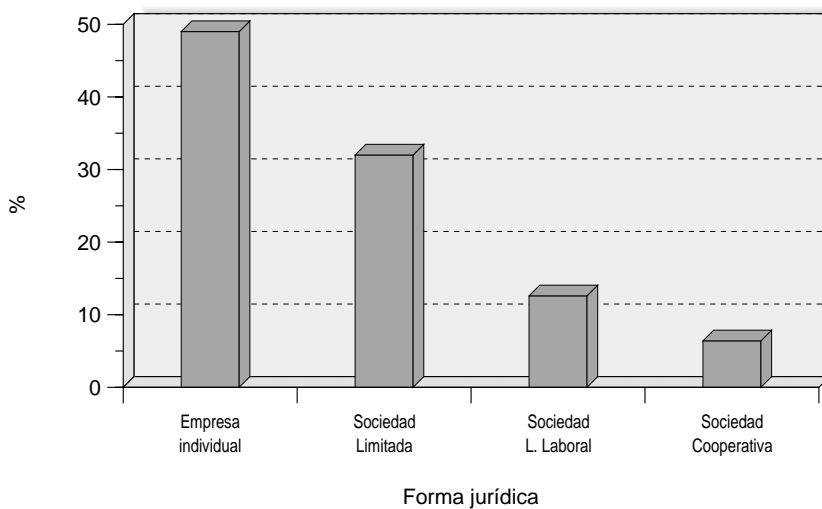
Distribución sectorial de las nuevas empresas



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4

Distribución de las empresas por forma jurídica



Fuente: Elaboración propia.

También hay que destacar la reducida dimensión de las nuevas empresas, tanto desde el punto de vista de su inversión media inicial, que no sobrepasa los 30.050,61 euros (subvencionando la Iniciativa LEADER II en torno al 48,3 por ciento del importe), como del número medio de empleos creados por empresa (3 y en total 113 empleos), o el volumen medio anual de ventas –inferior a 36.060 euros–.

Un último aspecto de interés está relacionado con las principales dificultades existentes para poner en marcha la empresa en el medio rural. En este sentido, cabe resaltar la coincidencia de las conclusiones extraídas en este trabajo con las obtenidas en la mayoría de estudios que analizan estos factores en cualquier medio, y que sitúan la dificultad para reunir el capital inicial como el principal obstáculo para la creación de empresas (Timmons, 1994; Bloodgood *et.al*, 1995, etc.).

Si atendemos al perfil sociodemográfico del emprendedor, los resultados de la encuesta revelan que casi todas las empresas han sido creadas por hombres (74 por ciento), con edades comprendidas entre los 25 y 40 años (72,4 por ciento), confirmando lo dispuesto en trabajos similares (Veciana, 1989). Sin embargo, se descubre también una proporción significativa de emprendedores que no superaban los 25 años (20,4 por ciento), valores más cercanos a los apuntados en algunos estudios realizados en Andalucía, donde los emprendedores suelen ser más jóvenes que en el resto del país (Díez, 1995). Además, y en consonancia con los resultados obtenidos en trabajos análogos (Cooper, 1985; Garofoli, 1994), se descubre que el 70 por ciento de los emprendedores había nacido en la misma localidad en la que creó la empresa y en la que tenía su residencia habitual.

En cuanto al nivel de estudios, se detecta una elevada proporción de emprendedores rurales sin estudios universitarios (70 por ciento), aunque, quizás, lo más preocupante sea el elevado porcentaje que carece de una formación empresarial (73 por ciento), sobre todo si tenemos en cuenta que numerosos estudios la consideran como un factor relevante para lograr la supervivencia de la empresa, y en su extremo, la excelencia empresarial (ver cuadro 4), (Vesper, 1982; Veciana, 1989; Timmons, 1994).

Centrándonos en la experiencia laboral del emprendedor, el cuadro 4 revela que la mayoría contaba con dicha experiencia (40 de los 47 encuestados), aunque sólo el 77 por ciento estuvieron ocupados en trabajos similares –experiencia identificada en algunos estudios como «experiencia técnica» (Pinillos, 2001). Por otra parte, y como era de esperar, la experiencia previa del encuestado como empresario era muy reducida (25 por ciento).

Cuadro 4

CARACTERÍSTICAS SOCIALES DEL EMPRENDEDOR

	% Estudios universitarios		% Formación empresarial		% Experiencia laboral		% Experiencia en la misma actividad*		% Experiencia en crear empresas	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Sí	14	30	13	27	40	85	31	77	12	25
No	33	70	34	73	7	15	9	23	35	75

* Porcentaje calculado sobre el total de empresarios con experiencia laboral (40).

Fuente: Elaboración propia.

Del análisis sociodemográfico del emprendedor rural cabe destacar también que tan sólo el 38 por ciento de los encuestados tenía algún familiar –o amigo próximo– empresario, algo lógico si tenemos en cuenta la baja densidad empresarial que caracteriza, en general, a las zonas rurales españolas y, en particular, a las áreas estudiadas del occidente andaluz.

Por último, al profundizar en el perfil psicológico del emprendedor se descubre que únicamente el 36 por ciento de los emprendedores mencionan la necesidad de autoemplearse como principal razón para crear la empresa, siendo mayoritaria (el 64 por ciento) la proporción de individuos que señalan otros motivos, los cuales responderían a las motivaciones y rasgos psicológicos característicos del empresario (independencia, motivación de logro, ganancias, etc.) (McClelland, 1961; Collins y Moore, 1979).

5.3. Análisis Crítico del LEADER II

En este apartado se presentan los resultados relativos al estudio de la forma de implementación del LEADER II, contemplando la opinión de los técnicos y emprendedores.

Con respecto al perfil profesional de los técnicos, y según se desprende de las entrevistas mantenidas con ellos, el primer dato a destacar es la heterogeneidad de sus perfiles profesionales. La diversidad de sus titulaciones –Licenciados en Empresariales, en Derecho, en Geografía, en Biología e Ingenieros Técnicos– revela cierta debilidad en algunas áreas de conocimiento que han sido identificadas necesarias para los responsables de los programas de desarrollo rural (gestión empresarial o técnicas psicosociales) (Vázquez, 1993). No obstante, disponen de una dilatada experiencia profesional, además de un amplio conocimiento del entorno territorial en el que actúan, subsanando así, en parte, 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; González, 2002).

En relación con el procedimiento empleado para gestionar las ayudas, se establecen las siguientes etapas: 1) recepción del proyecto, 2) análisis preliminar, 3) informe técnico, 4) resolución del Consejo (aproximadamente trimestralmente), 5) notificación de la resolución, 6) inicio de los plazos para la puesta en marcha (18 meses) y 7) fiscalización y pago (2 meses).

Según lo anterior, el intervalo temporal que transcurre desde que el emprendedor solicita una ayuda y conoce su resolución (aceptación o denegación) suele alcanzar los tres meses. Lamentablemente, ello genera cierta incertidumbre en el emprendedor, lo que, en ocasiones, puede llevarle a abandonar la idea de poner en marcha el proyecto empresarial. Esta percepción se evidencia durante la discusión grupal, poniéndose de manifiesto la complejidad del proceso que ha de seguirse para solicitar y conseguir una ayuda económica o subvención. Se manifiesta así la necesidad de facilitar el camino del emprendedor hacia las ayudas públicas, bien a través de la simplificación de los trámites, bien mediante la reducción de los plazos pertinentes para conocer y obtener la subvención.

Asimismo, se constata que aunque el LEADER II tiene una finalidad genérica de diversificar la economía rural, no posee un objetivo explícito cuantificable en cuanto a la creación de nuevas empresas, lo que indudablemente va a dificultar la valoración de su incidencia en este sentido.

Por otra parte, el análisis realizado sobre los servicios ofrecidos por el LEADER II a las nuevas empresas confirma que éstos se limitan a la concesión de un apoyo económico para la puesta en marcha de la empresa sin que exista adicionalmente un seguimiento o asesoramiento para consolidar el inicio de la actividad. Al respecto, cabe indicar que la contemplación explícita de la asistencia técnica a las nuevas empresas en la reciente Iniciativa LEADER+ da respuesta a las necesidades de asesoramiento ya detectadas. Igualmente, las acciones de evaluación o seguimiento consideradas en esta nueva Iniciativa vendrán a resolver la debilidad descubierta en el LEADER II, en relación con la falta de seguimiento de los nuevos proyectos empresariales.

Finalmente, y a través de la celebración del grupo de discusión, se pone de manifiesto que la ausencia de cultura empresarial en las zonas rurales onubenses ha dificultado en algunos casos la creación

de empresas. En este sentido, hubiera sido necesario desarrollar algunas acciones previas de animación y asesoramiento, servicios ausentes en la Iniciativa contemplada, pero que, a nuestro entender, podrían contribuir a incrementar el número de proyectos empresariales creados. Pese a lo anterior, la mayoría de los emprendedores poseen una percepción positiva de la ayuda recibida por el LEADER II.

Estos resultados se sintetizan en cuadro 5, destacando las fortalezas y debilidades del LEADER II.

Cuadro 5

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL LEADER II EN LA PROVINCIA DE HUELVA

Aspectos analizados	Fortalezas	Debilidades
<i>Perfil profesional</i>	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia y amplio conocimiento de la comarca. 	<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento en gestión empresarial y en técnicas de animación social.
<i>Procedimiento:</i> Dinámica Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Normalización del procedimiento. Agilidad en los pagos de las subvenciones. El propósito de la Iniciativa es, <i>a priori</i>, significativo y necesario en las zonas rurales analizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Dilatados plazos para conocer la resolución. Complejidad en los trámites para acceder a la subvención. Inexistencia de objetivos explícitos y cuantificables con respecto a la creación de nuevas empresas.
<i>Servicios</i>	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo económico a las nuevas empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> Insuficiente labor de animación socioeconómica. Inexistencia de asesoramiento o información. Inexistencia de seguimiento formal a las nuevas empresas.

Fuente: Elaboración propia.

6. CONCLUSIONES

Del análisis cuantitativo de las empresas creadas al amparo del LEADER II cabe destacar lo siguiente:

- Se aprecia una relación significativa entre la nueva empresa creada y la Iniciativa LEADER II, por lo que se confirma que, si bien éste no es el único factor institucional que influye en la decisión del emprendedor, sí constituye un elemento acelerador del proceso, impulsando al potencial empresario en su última etapa a poner en marcha la iniciativa empresarial.

Las conclusiones principales del análisis cualitativo, que permiten a su vez vislumbrar algunos aspectos informales que han incidido en la repercusión de esta institución formal, son:

- El individualismo predominante en el ámbito rural de la provincia de Huelva pone de manifiesto la necesidad de promover una cultura asociativa que permita crear empresas de mayor envergadura.
- El reducido tamaño de las nuevas firmas, en parte en consecuencia de lo anterior, si bien puede suponer una limitación en algunos ámbitos (comercialización, imagen exterior, etc.), puede constituir toda una ventaja de cara a la flexibilidad tan necesaria en el contexto económico actual.
- La moderada diversificación de las nuevas empresas, que operan mayoritariamente en el sector del turismo rural, puede suponer, a largo plazo, un problema para la economía rural.
- La escasa presencia de la mujer emprendedora revela la insuficiente iniciativa empresarial de este colectivo, por lo que sería interesante incentivarlo de una forma especial.
- La escasa formación detectada en la mayoría de los emprendedores que contrasta con la vocación empresarial demostrada por los mismos.

Del análisis crítico destacar positivamente la ayuda económica proporcionada por el LEADER II, la cual ha animado a emprendedores a poner en marcha su idea de negocio con la envergadura que, *a priori*, pudieran desear, y la buena receptibilidad que, en general, parece estar generando en la sociedad rural, lo que, previsiblemente, redundará en un mayor interés por la actividad empresarial y en una mayor demanda de estos servicios institucionales. En el extremo contrario cabría citar la excesiva discrecionalidad que, a nuestro entender, se deja a los GAL (por ejemplo, en relación con el tiempo para resolver la concesión o denegación de la ayuda), opinión que genéricamente compartimos con autores como Sancho Hazak (2002), y que puede producir, en algunos ámbitos, una insuficiente movilización social.

Finalmente, y a nuestro juicio, las propuestas de actuación deberían incidir en cuatro aspectos fundamentales:

- a) Mejorar la formación de los técnicos, sobre todo en el ámbito de la gestión de empresas y en técnicas para la dinamización de grupos.
- b) Potenciar las actuaciones dirigidas a infundir la cultura empresarial. Para ello, habrán de enfrentarse con la mentalidad asalariada

existente en el área rural onubense, donde los trabajos temporales –preferentemente en la agricultura–, unidos al subsidio de desempleo rural [PER (22)], proporcionan a muchas personas ingresos suficientes para subsistir.

- c) Flexibilizar el procedimiento utilizado para la concesión de subvenciones, agilizando, en todo caso, la notificación de las ayudas a los interesados. Se trataría, en definitiva, de que las instituciones de desarrollo rural adoptaran un modelo de actuación emprendedor, abandonando las estructuras rígidas y transmitiendo los valores emprendedores con el propio ejemplo.
- d) Definir objetivos específicos en relación con la creación de empresas y realizar seguimientos formales a las nuevas empresas. Ello contribuiría a mejorar los resultados obtenidos, no sólo a través de un conocimiento más profundo del contenido y las consecuencias de la Iniciativa –aspecto crucial para su gestión o administración–, sino también como elemento motivador de los diversos interlocutores socioeconómicos involucrados en el desarrollo del LEADER II.

BIBLIOGRAFÍA

- BELTRÁN, C. (1994): «El desarrollo rural y la Iniciativa comunitaria Leader en España». *Papeles de Economía Española*, 60-61: pp. 226-228.
- BIRLEY, S. (1986): «The role of new firms: births, deaths and job generation». *Strategic Management Journal*, 7: pp. 361-376.
- BLOODGOOD, J. M.; SAPIENZA, H. J. y CARSRUD, A. L. (1995): «The dynamics of new business start-ups: person, context and process. Advances in Entrepreneurship». *Firm Emergence and Growth*. pp. 123-144.
- CARRASCO, M. (1996): «Economía Social. Conceptos e importancia». *Revista Andaluza de Relaciones Laborales*, 1: pp. 11-35.
- CARRASCO, M.; PORRAS, N. y TOLEDANO, N. (1999): «Análisis del tejido empresarial onubense. Una perspectiva estructural y dinámica». *Cuadernos de Estudios Socioeconómicos de Huelva*, 3: pp. 4-44.
- COLLINS, O. F. y MOORE, D.G. (1979): *The enterprising man*. Library of congress catalog. Michigan.
- COMMONS, J. R. (1934): *Institucional Economics*. Madison: University of Wisconsin Press.
- COOPER, A. C. (1982): «The Entrepreneurship-Small Business Interface». En C. A. Kent; D. L. Sexton y K. H. Vesper (eds). *Encyclopedia of Entrepreneurship*, cap. 10, Prentice-Hall. Eglewood Cliffs, N. J.

(22) PER (Política de Empleo Rural) es un sistema de complemento de renta establecido para los preceptores del subsidio agrario. Justificado como una medida transitoria adecuada en una situación histórica determinada, se ha convertido en un sistema que en ocasiones ha causado un sobredimensionamiento de la oferta de trabajo agrario y que desincentiva la movilidad geográfica y ocupacional de la población rural. Actualmente se está tramitando su modificación (Expansión, 14 de enero de 2003).

- COOPER, A. C. (1985): «The role of incubator organizations in the founding of growth oriented firms». *Journal of Business Venturing*, 1 (1): pp. 75-86.
- CROMIE, S. (1991): «The problems experienced by young firms». *International Small Business Journal*, 9: pp. 43-61.
- DAVIDSSON, P. (1995): «Determinants of Entrepreneurial Intention». Trabajo presentado en el *RENT IX Workshop in Entrepreneurship Research* (Piacenza, Italia 23-24 de noviembre).
- DÍEZ, E. P. (1995): *La empresa en Andalucía*. Civitas. Madrid.
- GAROFOLI, G. (1994): «New firm formation and regional development: the Italian case». *Regional Studies*, 28 (4): pp. 381-393.
- GLAISTER, K. W. (1988): «The entrepreneur: enigma o economic theory». *Economics*, spring: pp. 2-6.
- GONZÁLEZ, F. (2002): «El punto de vista de los grupos de desarrollo rural 2». *Jornada sobre el mundo rural*, Madrid.
- HAWKINS, D. I. (1993): «New Business Entrepreneurship in the Japanese Economy». *Journal of Business Venturing*, 8 (2): pp. 137-150.
- McCLELLAND, D. C. (1961): *The achieving society*. D. Van Nostrand, New York.
- MALECKI, E. J. (1994): «Entrepreneurship in regional and local development». *International Regional Science Review*, 16 (1 y 2): pp. 119-153.
- MONSTED, M. (1993): «Regional network proceses: networks for the service sector or development of entrepreneurs». En Karlsson, C.; Johannisson, B y Storey, D. (eds.), London: *Routledge*: pp. 204-222.
- MONZÓN, J. L. y BAREA, J. (1994): «Las cifras claves de la Economía Social en España», *Revista CIRIEC- España*, (16): pp. 12-36.
- NORTH, D. C. (1990): *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press, Cambridge (UK).
- ON LINE: OE LEADER *Autoevaluación y evaluación en LEADER y PRODER: métodos y perspectivas*. <http://redrural.tragsatec.es> (3/02/2001).
- ON LINE: OE LEADER. *La constitución del proyecto de desarrollo rural: la experiencia LEADER I* <http://europa.eu.int/comm/archives/leader/rurales/biblio/metho/contents.htm> (15/11/02).
- ON LINE: OE LEADER. *Evaluar el valor añadido del LEADER. Cuaderno, 4* <http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rurales/biblio/spec/contents.htm> (01/02/03).
- ON LINE: *Mejorar la calidad de las evaluaciones ex post de LEADER II, Info Leader II, 2000* <http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/infolead/il82es.pdf> (12/08/2002).
- ON LINE: *Reforma de la PAC: Desarrollo rural. D.G. de Agricultura de la C.E.* <http://europa.eu.int/comm/agriculture/publi/fact/rurdev/es.pdf> (10/03/2003).
- PINILLOS, M. J. (2001): *Los directivos y la creación de empresas: un análisis exploratorio*. XI Congreso Nacional de ACEDE.
- RAMOS, E. (1999): *El desarrollo rural en la Agenda 2000*. MAPA.
- SANCHÍS, J. R. (2001): «Panorama actual sobre la investigación en economía social y cooperativa en España desde la perspectiva estratégica». *Revista CIRIEC- España*, (38): pp. 187-232.

- SANCHO HAZAK, R. (2002): *Las políticas de desarrollo rural. En Agricultura y Sociedad en el cambio de siglo*, cap. 7, McGraw-Hill. Madrid.
- SCHUMPETER, J. A. (1982): *Historia del Análisis Económico*. Barcelona: Editorial Ariel.
- TIMMONS, J. A. (1994): *New venture creation: Entrepreneurship or the 21st century*. Library of Congress Cataloguing in Publication Data, United States of America.
- TOLEDANO, N. (2003): *Crear empresas*. Diputación Provincial de Huelva. Huelva.
- URBANO, D. (2003): *Factores condicionantes de la creación de empresas en Catalunya: un enfoque institucional*. Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- URBANO, D. y VECIANA, J. M (2001): *Marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya*. XI Congreso Nacional de ACEDE.
- VAN DE VEN; A. H. (1993): «The development of an infrastructure for entrepreneurship». *Journal of Business Venturing*, 8 (3): pp. 211-230.
- VÁZQUEZ, A. (1993): *Política económica local*. Ediciones Pirámide, Madrid.
- VEBLEN, T. H. (1904): *The theory of business enterprise*. New York.
- VECIANA, J. M. (1989): «Características del empresario en España». *Cuadernos de Economía*, 39.
- VECIANA, J. M. (1999): «Creación de Empresas como programa de investigación científica». *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8 (3): pp. 25-26.
- VESPER, K. H. (1982): *Introduction and summary of entrepreneurship research*. Encyclopedia of Entrepreneurship, Prentice Hall, Englewood Cliffs, N. J.
- WESTHEAD, P. (1990): «A Typology of new Manufacturing Firm Founders in Wales: Performance, Measures and Public Policy Implications». *Journal of Business Venturing*, 5 (2): pp. 103-122.
- YOUNG, M.; WYMAN, S. M. y BRENNER, C. T. (1995): «Assessment of Small Business perception of Needed Information and Assistance». *Journal of Business and Entrepreneurship*, 11 (1): pp. 99-105.

