



**Análisis de las políticas de desarrollo rural en la provincia de Huelva. Un estudio comparado de la iniciativa Leader II, el programa Proder y el programa Escuela de Empresas (obra premiada)**

Nuria Toledano Garrido

V Premio Unicaja de Investigación sobre desarrollo económico y estudios agrarios



**Unicaja**  
Fundación

*Reunidos en la Ciudad de Sevilla el día 5 de Mayo de 2003 un jurado presidido por Braulio Medel Cámara y compuesto por Carmen Hermosín Gaviña, José Javier Rodríguez Alcaide, José Emilio Guerrero Ginel y Francisco Villalba Cabello, decidió por unanimidad conceder a esta investigación el V PREMIO UNICAJA DE INVESTIGACIÓN SOBRE DESARROLLO ECONÓMICO Y ESTUDIOS AGRARIOS. El premio fue convocado por Analistas Económicos de Andalucía en el otoño de 2002 y cuenta con el patrocinio de la Fundación UNICAJA.*

**Análisis de las políticas de desarrollo rural en la provincia de Huelva: Un estudio comparado de la iniciativa LEADER II, el programa PRODER y el Programa Escuela de Empresas**

**Equipo de Investigación y Edición**

**Investigación** Nuria Toledano Garrido

**Coordinación  
Gráfica y Administración** M<sup>a</sup> Dolores Fernández-Ortega Jiménez  
Rosa Díaz Montañez

**Proyecto,  
Realización,  
Coordinación  
y Edición**



## Producción

### **Analistas Económicos de Andalucía**

C/ Ancla, nº 2 - 6ª planta. 29015 MÁLAGA

Tel.: 952 22 53 05 - 06

Fax: 952 21 20 73

e-mail: [aea@unicaja.es](mailto:aea@unicaja.es)

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

D.L.: MA-1279-2003

I.S.B.N.: 84-95191-64-4

La responsabilidad de las opiniones emitidas en este documento corresponde exclusivamente a los autores que no son, necesariamente, las de UNICAJA o Analistas Económicos de Andalucía.

Reservados todos los derechos. Queda prohibido reproducir parte alguna de esta publicación, su tratamiento informático o la transcripción por cualquier medio, electrónico, mecánico, reprografía y otro sin el permiso previo y por escrito del editor.

© Analistas Económicos de Andalucía.

**Análisis de las políticas de desarrollo rural en la provincia de Huelva: Un estudio comparado de la iniciativa LEADER II, el programa PRODER y el Programa Escuela de Empresas**

**Índice**

	PRESENTACIÓN .....	13
CAPÍTULO I	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	15
I.1	Justificación .....	17
I.2	Objetivos .....	18
I.3	Metodología .....	20
I.4	Estructura .....	21
CAPÍTULO II	<b>FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b> .....	23
II.1	Introducción .....	25
II.2	Los factores institucionales como condicionantes de la creación de empresas .....	25
II.3	Las instituciones formales y su repercusión en el fomento empresarial .....	28
II.4	El rol de las instituciones formales en el desarrollo del medio rural: su evolución en el marco de la Unión Europea ....	31
II.5	Las instituciones formales en el ámbito rural onubense: especial consideración de la Iniciativa LEADER II, el Programa Operativo PRODER y el Programa Escuela de ..... Empresas .....	33
II.5.2	Programa de Desarrollo y Diversificación Económica en las Zona Rurales (PRODER) .....	35
II.5.3	El Programa Escuela de Empresas .....	37
II.6	A modo de resumen .....	41
CAPÍTULO III	<b>METODOLOGÍA</b> .....	43
III.1	Introducción .....	45
III.2	Delimitación del estudio empírico .....	45
III.2.1	Localización de la zona de estudio .....	45
III.2.2	Delimitación de los instrumentos de desarrollo rural .....	47
III.3	Métodos de obtención de la información .....	49
III.3.1	La población objetivo .....	49
III.3.2	El proceso de muestreo .....	50

	III.3.3. Sistemas de recogida de información .....	51		V.2.1.3. Análisis comparativo del perfil psicológico del emprendedor .....	94
	III.3.3.1. La encuesta personal: el cuestionario .....	52		V.2.1.4. Análisis comparativo de las opiniones de los emprendedores sobre algunos aspectos relacionados con la creación de empresas en el ámbito rural .....	95
	III.3.3.2. La entrevista personal semiestructurada .....	53		V.2.2. Análisis comparativo de los tipos de apoyo -directo e indirecto- .....	98
	III.3.3.3. El grupo de discusión .....	54		V.2.2.1. Análisis comparativo de las nuevas empresas ...	98
III.4.	Tratamiento estadístico de la información .....	55		V.2.2.2. Análisis comparativo del perfil sociodemográfico del emprendedor .....	100
III.4.1.	Análisis de la información cuantitativa .....	55		V.2.2.3. Análisis comparativo del perfil psicológico del emprendedor .....	102
III.4.2.	Análisis de la información cualitativa .....	61		V.2.2.4. Análisis comparativo de las opiniones de los emprendedores sobre algunos aspectos relacionados con la creación de empresas en el ámbito rural .....	103
III.5.	A modo de resumen .....	62		V.3. Análisis comparativo de las instituciones de desarrollo rural en la provincia de Huelva desde la perspectiva de la oferta institucional .....	106
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>DESCRIPCIÓN ESTADÍSTICA DE LAS VARIABLES</b> .....	<b>63</b>		V.3.1. Funcionamiento de las instituciones de apoyo a la creación de empresas en el ámbito rural de la provincia de Huelva .....	107
IV.1.	Introducción .....	65		V.3.2. Perfil profesional de los técnicos y responsables de las instituciones de desarrollo rural en la provincia de Huelva .....	109
IV.2.	Caracterización de las nuevas empresas rurales .....	65		V.3.3. Impacto y pertinencia de las instituciones de desarrollo rural en la creación de empresas en la provincia de Huelva .....	110
IV.3.	Caracterización del emprendedor rural .....	71		V.4. A modo de resumen .....	111
IV.3.1.	Perfil sociodemográfico del emprendedor rural ...	72		<b>CAPÍTULO VI</b>	<b>CONCLUSIONES Y LIMITACIONES</b> .....
IV.3.2.	Perfil psicológico del emprendedor rural .....	77		VI.1.	Conclusiones .....
IV.4.	La opinión del emprendedor rural .....	79		VI.2.	Limitaciones .....
IV.4.1.	Principales obstáculos a la creación de empresas en el ámbito rural .....	79		<b>Anexo I.</b>	<b>Cuestionario</b> .....
IV.4.2.	Medidas de estímulo a la creación de empresas en el ámbito rural .....	80			<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....
IV.4.3.	Valoración de los instrumentos de desarrollo rural e influencia en la creación de la empresa .....	81			
IV.5.	A modo de resumen .....	83			
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>RESULTADOS ANÁLISIS COMPARATIVO</b> .....	<b>85</b>			
V.1.	Introducción .....	87			
V.2.	Análisis comparativo de las instituciones de desarrollo rural en la provincia de Huelva desde la perspectiva de la demanda .....	89			
V.2.1.	Análisis comparativo de las instituciones de apoyo directo-Iniciativa Comunitaria LEADER II y Programa Operativo PRODER- .....	89			
V.2.1.1.	Análisis comparativo de las características de las nuevas empresas .....	89			
V.2.1.2.	Análisis comparativo del perfil sociodemográfico del emprendedor .....	92			

## Presentación

Braulio Medel Cámara. Presidente de Unicaja.

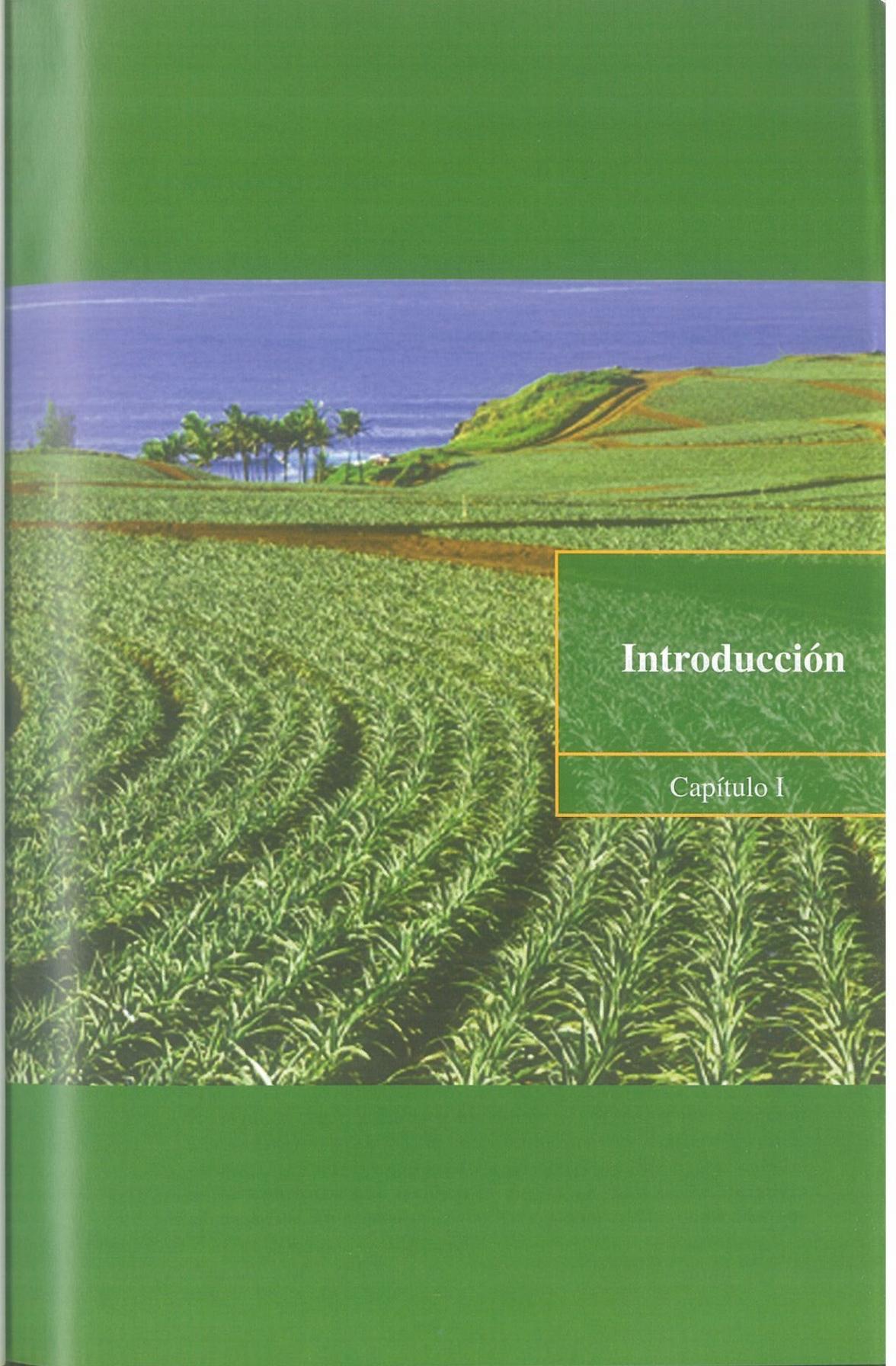
**E**n el convencimiento de la trascendencia de la investigación como instrumento básico en el proceso del desarrollo económico y social de una región y, en particular, de un sector como el agrario, decisivo en la economía andaluza, UNICAJA ha patrocinado, un año más y como viene siendo habitual desde 1999, la quinta edición del **Premio UNICAJA de Investigación sobre Desarrollo Económico y Estudios Agrarios**, cuyo objetivo fundamental es promover e incentivar la realización y su posterior difusión de investigaciones sobre la realidad económica que nos rodea.

La continuidad de este Premio de Investigación, dentro del conjunto de premios que patrocina nuestra entidad a través de la Fundación UNICAJA, muestra de forma inequívoca nuestra voluntad de apoyo al sector agrario andaluz, así como el deseo de profundizar en su conocimiento y estudio como unas de las actividades clave del desarrollo futuro de nuestra región.

En la quinta convocatoria, a la que corresponde el trabajo ahora editado, el Premio **UNICAJA de Investigación sobre Desarrollo Económico y Estudios Agrarios**, recayó en el trabajo titulado **“Análisis de las políticas de desarrollo rural en la provincia de Huelva. Un estudio comparado de la iniciativa Leader II, el Programa PRODER y el Programa Escuela de Empresas”**, elaborado por D<sup>a</sup>. Nuria Toledano Garrido, Profesora Asociada de la Universidad de Huelva. En este trabajo, el Jurado ha valorado que la investigación efectúa un planteamiento amplio y novedoso en el análisis evaluativo de las distintas políticas de desarrollo rural, centrándose en el caso de Huelva.

Durante los últimos años hemos asistido a la formación de una conciencia pública sobre la importancia que tienen las nuevas y pequeñas empresas en el desarrollo de una región, en particular, en aquellas regiones rurales caracterizadas por altas tasas de desempleo y un débil tejido productivo. Ello ha llevado a que las actuales políticas de desarrollo rural estén poniendo un énfasis muy especial en el estímulo de nuevas iniciativas empresariales que permitan una diversificación de la economía rural. En este contexto, el presente trabajo compara la incidencia que la Iniciativa LEADER II, el Programa PRODER y el Programa Escuela de Empresas han tenido en la creación de nuevas empresas en la provincia de Huelva, tanto desde el punto de vista de la demanda (nuevas empresas y emprendedores), como desde la perspectiva de la oferta (servicios de asistencia y apoyos ofrecidos a las nuevas empresas).

Con el propósito de que la investigación realizada alcance la mayor difusión posible dentro de la comunidad científica y entre los agentes económicos y sociales relacionados con el sector agrario, la Fundación UNICAJA, a través de su Servicio de Publicaciones, se complace en editar la presente investigación, que viene a añadirse al amplio elenco de estudios ya publicados, los cuales permiten un mejor conocimiento de un sector tradicional y básico de la economía andaluza.



## Introducción

Capítulo I

## I INTRODUCCIÓN

### I.1 Justificación

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 PAC.

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, el apoyo a las nuevas iniciativas empresariales puestas en marcha en los territorios rurales aparece como elemento clave en la estrategia de la Unión Europea para el desarrollo rural, debido, sobre todo, al valioso papel que hoy en día desempeñan en aspectos tales como la creación de empleos, el desarrollo económico y social o la introducción de innovaciones.

En España, toda esta situación ha tenido, entre otras, dos consecuencias importantes: por un lado, y desde el campo académico, se han acentuado notablemente las investigaciones que abordan el fenómeno emprendedor, destacando aquellas sustentadas en la Teoría Institucional, la cual da gran relevancia al apoyo que desde las instituciones se puede ofrecer para fomentar la creación de nuevas empresas y el desarrollo de las zonas rurales.

En segundo lugar, y durante los últimos años, se ha incrementado extraordinariamente el interés de las instituciones por aumentar los ratios de creación de nuevas empresas, desarrollando para tal fin una gran variedad de instrumentos que facilitan la puesta en marcha de iniciativas empresariales. En particular, en muchas regiones rurales dominadas por

altas tasas de desempleo y un débil tejido productivo, ante el escaso interés empresarial mostrado por la iniciativa privada, el fomento de la actividad empresarial recae sobre las distintas instituciones, quienes tratan de estimular una cultura de riesgo e innovación que permita a estas zonas rurales superar las claras desventajas que aún poseen hoy con respecto a las urbanas.

Justamente la provincia de Huelva, de marcado carácter rural, está siendo testigo de la aplicación de diversas medidas cuyo objetivo es potenciar y estimular la creación de nuevas empresas en los territorios rurales, razón por la que en el presente estudio se trata de reflexionar sobre las distintas instituciones de apoyo, partiendo para ello de un análisis comparativo de las mismas, tanto desde el punto de vista de los servicios ofrecidos, como desde la perspectiva de las empresas y los emprendedores rurales que demandan dichos servicios. No obstante, y con carácter previo, se explican las bases fundamentales de la Teoría Institucional, la cual aporta una clara visión sobre cómo las instituciones y el marco institucional afectan al desarrollo económico y social de un espacio concreto.

Finalmente, apuntar que, implícitamente, esta investigación acepta la hipótesis inicial de que de estos apoyos institucionales se desprende un efecto socioeconómico positivo en las zonas rurales y que, por tanto, se trataría de indagar o investigar sobre los resultados que están produciendo dichos apoyos con el fin de determinar qué instrumento de desarrollo rural tiene una mayor y mejor repercusión en el tejido empresarial de las zonas rurales onubenses.

## I.2 | Objetivos

Teniendo en cuenta lo apuntado en el apartado anterior, se plantea la presente investigación cuyo propósito fundamental es realizar un análisis comparativo de la Iniciativa Comunitaria LEADER II, el Programa Operativo PRODER y el Programa Escuela de Empresas, en cuanto a la dimensión concreta de fomentar la creación de nuevas empresas en el ámbito rural de la provincia de Huelva. Con este análisis empírico se efectúa una aproximación a los instrumentos de desarrollo rural que conforman el marco institucional formal para el fomento de la actividad empresarial en las zonas rurales onubenses, tanto desde el punto de vista de la demanda (nuevas empresas y empresarios) como desde el punto de vista de la oferta (servicios ofrecidos). Ello permitirá a su vez contestar a la siguiente cuestión: ¿se está fomentando adecuadamente la creación de empresas en el ámbito rural de la provincia de Huelva?

La consecución del propósito planteado conlleva, a priori, alcanzar los siguientes objetivos específicos:

1. Describir las instituciones apuntadas –LEADER II, PRODER y Programa Escuela de Empresas- partiendo de la concepción teórica proporcionada por la Teoría Institucional.
2. Identificar la demanda de las distintas medidas de apoyo, tanto desde la perspectiva de las nuevas empresas rurales como de los emprendedores que las ponen en marcha, indagando en todo caso las necesidades reales de asistencia que éstos manifiestan en el momento actual. Esta identificación será efectuada a través de los resultados obtenidos con respecto a las cuestiones siguientes:
  - ¿Cuáles son las características definitorias de las nuevas empresas creadas al amparo de los distintos instrumentos de desarrollo rural?
  - ¿Cuál es el perfil del emprendedor rural que las pone en marcha?
  - ¿Cuál es la opinión de este emprendedor rural sobre las dificultades y apoyos que existen para poner en marcha una iniciativa empresarial en el medio rural?
3. Confrontar los diversos instrumentos de desarrollo rural, así como analizar el grado de adecuación entre los servicios ofrecidos por las instituciones y las necesidades manifestadas por los emprendedores. Ello supondrá:
  - Por un lado, comparar desde el punto de vista de la demanda los dos instrumentos de desarrollo rural que contemplan una ayuda económica o directa al emprendedor –LEADER II y PRODER-.
  - Confrontar, también desde la perspectiva de la demanda, las dos tipologías de ayudas que se contemplan en los instrumentos de desarrollo rural analizados: ayuda directa o económica frente a la ayuda indirecta materializada en el Programa Escuela de Empresas.
  - Finalmente, será necesario comparar los distintos instrumentos de desarrollo rural desde la óptica de la oferta institucional, o lo que es lo mismo, considerando el funcionamiento y los servicios ofrecidos por los diferentes programas.

La información anterior aportará tanto a investigadores como a los gestores de los programas, así como a las entidades públicas y privadas relacionadas con el desarrollo rural, una clara visión sobre la naturaleza de los programas de ayuda a la creación de empresas en el medio rural, sus similitudes y diferencias, fortalezas y debilidades.

### I.3 Metodología

Para lograr el propósito de la investigación, se utiliza como marco conceptual la Teoría Institucional, planteada magistralmente por Douglass North<sup>1</sup>, la cual pretende explicar cómo las instituciones y el cambio institucional afectan al desarrollo económico y social. Los programas de desarrollo rural considerados en este trabajo –Iniciativa LEADER II, Programa PRODER y Programa Escuela de Empresas–, al ser instrumentos –instituciones siguiendo la terminología de North– concebidos, en parte, con el ánimo de proporcionar apoyos a las nuevas iniciativas empresariales puestas en marcha en el medio rural, constituirían un referente de las políticas de desarrollo rural –y de fomento empresarial–, y, de acuerdo con North, una parte integrante del marco institucional formal en el ámbito rural, que determinaría, parcialmente, la calidad y cantidad del tejido empresarial en dicho ámbito.

A partir del marco teórico anterior, se realiza el estudio empírico en la provincia de Huelva, tomando como base la información primaria obtenida a partir de diversas técnicas de recogida de información, tanto cuantitativas (encuestas), como cualitativas (entrevistas personales semiestructuradas y grupo de discusión).

Posteriormente, la información cuantitativa es analizada a través de un estudio de frecuencias o univariable y un análisis de contingencia, lo que permite responder a algunos de los subobjetivos planteados con anterioridad y comparar las distintas instituciones desde la perspectiva de la demanda.

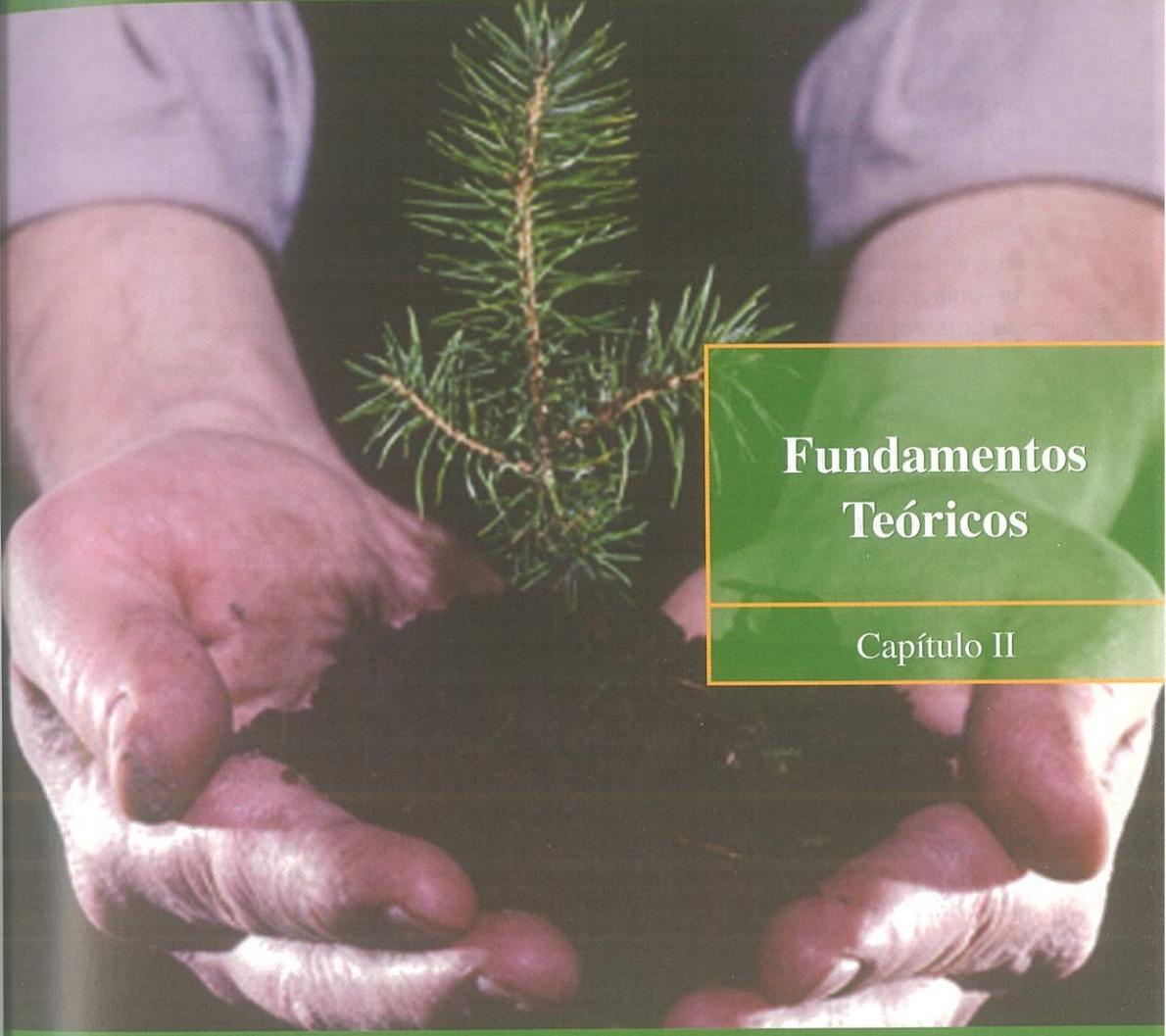
Finalmente, para lograr una adecuada comparación de los instrumentos institucionales analizados en este trabajo, se desarrolla el análisis comparativo desde el punto de vista de la oferta, esto es, de los servicios y apoyos que ofrecen tales instituciones. A tal fin se emplean las dos técnicas cualitativas mencionadas: entrevista semiestructurada y grupo de discusión.

<sup>1</sup> Premio Nobel de Economía en 1993.

Ambas permitirán establecer valoraciones justificadas sobre la efectividad de estas medidas, sus semejanzas, diferencias, aspectos positivos y negativos, de cara a estimular la creación de empresas en el ámbito rural.

### I.4 Estructura

Finalmente, se indica en este capítulo la estructura seguida para desarrollar el presente trabajo. Tras exponer en él los motivos que han llevado a la realización de la investigación, los objetivos perseguidos y la metodología empleada, en el segundo capítulo se analiza el estímulo a la creación de nuevas empresas, contemplado en muchos de los proyectos de desarrollo rural, desde la Teoría Institucional, la cual sirve de base para desarrollar el trabajo empírico. Éste se inicia en el capítulo tercero con la descripción de la zona de estudio y la explicación de la metodología empleada para desarrollar el trabajo (fuentes de información, proceso de muestreo, técnicas de recogida de datos y técnicas de análisis). A continuación, en el capítulo 4, se expone una descripción estadística de las variables caracterizadoras de la demanda de los programas analizados, para posteriormente recoger los resultados del estudio comparativo (capítulo 5). Finalmente, el capítulo 6 resume las conclusiones más relevantes de la investigación, y explica así mismo las limitaciones del estudio.



**Fundamentos  
Teóricos**

Capítulo II

## II. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

### II.1 Introducción

El presente capítulo trata de fundamentar las bases teóricas del estudio empírico que se incorpora en este trabajo, partiendo para ello de uno de los enfoques que analizan el fenómeno emprendedor, el enfoque sociocultural o institucional, y más concretamente de una de las teorías que explican la creación de nuevas empresas: la Teoría Institucional.

En concreto, y tomando como base dicha Teoría, los aspectos teóricos del trabajo están referidos a la incidencia que tienen determinadas “instituciones” –entendidas en el sentido más amplio del término- en el fomento de la actividad empresarial, en especial, en los ámbitos rurales.

Para ello, en primer lugar se analiza el rol que juegan las instituciones en el fomento empresarial sin discriminar, a priori, el tipo de institución, o los territorios urbanos o rurales en los que tienen vigencia. A continuación, se circunscribe el planteamiento anterior a las instituciones formales, y posteriormente a aquellas que, al aplicarse en las zonas rurales, se enmarcan en las políticas de desarrollo rural. Para esto último se hace un breve recorrido por los principales hitos institucionales que en el ámbito de la Unión Europea se han producido desde la reforma de los Fondos Estructurales en 1988, y que han marcado, en parte, las acciones de desarrollo rural y de fomento empresarial puestas en marcha en los territorios rurales de los distintos Estados miembros. Finalmente, se concluye el capítulo con un apartado dedicado, en particular, a los instrumentos de desarrollo rural existentes en la provincia de Huelva, haciendo especial hincapié en aquellos sobre los que se realiza el estudio empírico –la Iniciativa Comunitaria LEADER II, el Programa Operativo PRODER, y el Programa Escuela de Empresas-.

### II.2 Los factores institucionales como condicionantes de la creación de empresas

A tenor del protagonismo que en los últimos años ha alcanzado la creación de nuevas empresas en el panorama económico y social, justificado sobre todo por la incidencia positiva que tienen las mismas en el crecimiento

económico (Sexton, 1986; Dubini, 1989; Storey, 1994), en la generación de puestos de trabajo (Birch, 1979; Storey, 1982; Birley, 1987; White y Reynolds, 1996) y en la innovación (Schumpeter, 1934 y 1949; Drucker, 1985), han sido profusos los estudios que desde muy diversos enfoques han estudiado este fenómeno<sup>2</sup>.

Cada enfoque, y dentro de él cada estudio, proporciona una explicación importante, pero al mismo tiempo parcial, del fenómeno emprendedor, dando a entender que la creación de empresas en un determinado territorio depende, pues, de factores muy diversos y complejos.

En esta investigación, en particular, se ha tomado como marco teórico para el estudio de la creación de empresas como elemento estratégico del desarrollo rural el enfoque sociocultural o institucional, el cual 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. A su vez, la delimitación de esos factores externos o del entorno, dan lugar a diferentes teorías que explican –parcialmente dada la complejidad del fenómeno de la creación de empresas– la calidad y densidad del tejido empresarial en un determinado ámbito espacial y temporal.

En este sentido, y sin desestimar en ningún caso la importancia que indudablemente tienen otros factores –psicológicos, personales, económicos, gerenciales, etc.–, o incluso la interacción de factores de diversa índole, en el fomento de la creación de empresas, en el presente trabajo se analiza uno de los elementos externos contemplados en el citado enfoque sociocultural. Concretamente, el marco institucional formal como condicionante de la creación de nuevas empresas, cuya fundamentación teórica se encuentra en la denominada Teoría Institucional.

De acuerdo con esta Teoría, la creación de nuevas empresas viene determinada por la existencia de “instituciones”, las cuales definen 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. En este sentido, se acepta la opinión de autores como Gartner (1985), Malecki (1997) o Veciana (1999) sobre la consistencia y conveniencia de utilizar la Teoría Institucional, como marco conceptual para el estudio de

2 Citar, entre otros, los trabajos de Knight, 1947, Schumpeter, 1982 o Glaister, 1988, desarrollados desde una perspectiva económica; los estudios de McClelland, 1968 o Collins y Moore, 1979 desde la óptica psicológica; los realizados por Shaper, 1982, Evans y Leighton, 1989, o Malecki, 1994, desde el punto de vista sociocultural; y las investigaciones de Leibenstein, 1968, Vesper, 1982, o Timmons, 1994, desde la perspectiva gerencial.

la influencia de determinados factores del entorno en la función empresarial y en la creación de empresas de un ámbito espacial concreto<sup>3</sup>.

Los orígenes de la concepción institucional se remontan, sin embargo, a los inicios del siglo pasado. En aquel tiempo, 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. Precisamente, Thorstein Veblen, considerado el fundador del institucionalismo económico americano, utiliza una noción de “institución” muy amplia. “*Lo institucional –en palabras del autor– no es sino un conjunto de hábitos de pensar establecidos, común a la generalidad de los seres humanos, y que guían su comportamiento. Las instituciones socializan pues al individuo creando los hábitos que definen sus conductas de forma prescriptiva*” (1904; 49).

Más recientemente, en las últimas décadas del siglo XX, 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 (1980-1990), la moderna Teoría Institucional, o el Neoinstitucionalismo –como se le denomina actualmente–, asume, igualmente, un concepto de “institución” bastante amplio. En concreto, North (1993) mantiene que “*las instituciones son las reglas del juego en una sociedad, o más formalmente, las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana*”. Partiendo de este concepto, y en el sentido más amplio del término, las instituciones serían el conjunto de reglas que articulan y organizan las interacciones económicas, sociales y políticas entre los individuos y los grupos sociales, afectando al desarrollo económico y social, y por tanto influyendo, en parte, y a través de diferentes acciones, en la calidad y cantidad del tejido empresarial. Así, por ejemplo, las instituciones podrían favorecer la creación de nuevas empresas a través de la concesión de apoyos (económicos o no económicos) al emprendedor, mediante la eliminación de obstáculos que dificultan la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, o incluso desarrollando las condiciones que hagan parecer la actividad empresarial como una actividad atractiva o muy valorada socialmente.

Por otro lado, el Neoinstitucionalismo distingue, según su formalización por ley, entre instituciones formales e informales. Dentro de las instituciones formales se sitúan las normas políticas, legales, económicas y contratos que se encargan de definir el marco institucional. En cuanto a

3 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, 2001).

las instituciones informales, quedan incluidas en las mismas todas aquellas reglas no escritas que se van atesorando a lo largo del tiempo y que subsisten debido a los usos y costumbres, es decir, las ideas, creencias, las actividades y valores de las personas, en definitiva, la cultura de una determinada sociedad. Ambas instituciones, formales e informales, son de idéntica importancia, dado que es su efecto conjunto el que marcará las pautas de comportamiento de las personas en una determinada sociedad. En consecuencia, investigar el marco institucional de un país o región es una labor que excede, con creces, del estudio de sus instituciones formales, ya que teóricamente requeriría al mismo tiempo el análisis de los valores, creencias o principios que rigen en una determinada sociedad, y que condicionan, en parte, el comportamiento de sus habitantes.

Asumiendo la limitación que supone el estudio del marco institucional de un determinado ámbito sin la precisa deferencia de las instituciones informales<sup>4</sup>, el trabajo empírico de esta investigación se aborda considerando, tan sólo, las denominadas por North instituciones formales que, al estar referidas al ámbito rural, estarían constituidas por las políticas de desarrollo rural, en las que se enmarcarían las instituciones que ofrecen algún tipo de asistencia y apoyo a los emprendedores del medio rural.

### II.3 Las instituciones formales y su repercusión en el fomento empresarial

Si se revisa la literatura que aborda el estudio de las instituciones formales, se puede encontrar un amplio número de investigaciones teóricas que se ajustan al análisis de los factores institucionales formales. En concreto, algunos estudios se centran en los servicios y programas de asistencia a los nuevos empresarios de carácter no económico, tales como aquellos que ofrecen información, asesoramiento o formación a los emprendedores (Vesper, 1982; Schollhammer, 1982; Cooper y Gimeno, 1992; Mosted, 1993; Katz, 1994, etc.). Otros investigan las ayudas y programas económicos que apoyan la creación de nuevas empresas (Van de Ven, 1993; Smith, 1994, etc.). Finalmente, algunos trabajos estudian los aspectos relacionados

4 Pese a no considerar expresamente los factores que conforman las instituciones informales, sí son valorados implícitamente ya que, en la medida en que las personas son depositarias de la cultura y de los comportamientos y costumbres anteriores, el estudio empírico realizado sobre los emprendedores refleja parte de este aspecto informal, y será tenido en cuenta a la hora de interpretar los resultados. No obstante, para profundizar en el estudio de las instituciones informales pueden verse, entre otros, los trabajos de Ronald et.al. (1994), Davidsson, et.al. (1995) y Yuan Yang (1995).

con el marco legal que afecta a la puesta en marcha de iniciativas empresariales, tales como los trámites administrativos necesarios o la existencia de incentivos fiscales (Bruno y Tyebje, 1982; Gibb, 1993, etc.).

Con respecto a los estudios empíricos sobre las medidas de apoyo a la creación de empresas, la diversidad es mucho mayor. Concretamente, son varios los trabajos que estudian los efectos de un determinado programa de formación aplicado a un perfil empresarial específico (Vesper y Gartner, 1997), o bien de un determinado apoyo económico dirigido a un sector concreto (Lerner; y Haber, 2000; Martínez y Urbina, 1998), o a un ámbito espacial determinado (Chrisman, Hoy y Robinson, 1987; Storey, 1994; Knight, 1996). En cualquier caso, se puede apreciar que buena parte de los estudios empíricos considerados describen los factores institucionales formales que examinan, y analizan su incidencia en la población objetivo, existiendo una gran representatividad tanto de regiones (Cleveland, Bangladesch, Aragón, Ontario, Georgia, etc.) como de colectivos objeto de investigación (instituciones, empresarios, técnicos, etc.).

Justamente, el creciente número de investigaciones que está abordando la creación de empresas desde la Teoría Institucional, ha ido en consonancia con las experiencias que se están desarrollando en el ámbito de la Unión Europea, en cuanto a la instauración de reglas y medidas –instituciones siguiendo la terminología de North (1993)<sup>5</sup>–, que en el marco de una política de desarrollo rural o de fomento del empleo tratan de estimular la creación de nuevas empresas. De hecho, durante los últimos años, el número y variedad de instituciones formales que promocionan la actividad empresarial en distintos ámbitos se ha visto incrementado notablemente.

En base a lo anterior, es posible deducir que, implícitamente, se admiten las ideas planteadas por la Teoría Institucional, y que por tanto, las instituciones existentes en un entorno –entendidas en el sentido más amplio del término– pueden incentivar, o en su caso dificultar, la creación de nuevas empresas en un determinado momento y lugar, y condicionar, en parte, el desarrollo económico y social de un ámbito temporal y espacial concreto. A este propósito se dirigen, por ejemplo, las administraciones públicas que proporcionan asistencia a los emprendedores, las instituciones públicas, privadas o mixtas que, encargadas de gestionar fondos públicos, les asesoran en el proceso de creación de la empresa, los agentes socioeconómicos

5 En este trabajo se empleará indistintamente el término “instituciones”, “instrumentos”, “programas” o “medidas” de desarrollo rural para designar los programas de apoyo estudiados, es decir, la Iniciativa LEADER II, el Programa Operativo PRODER y el Programa Escuela de Empresas.

que disponen de servicios gratuitos específicos para el emprendedor (cámaras de comercio, sindicatos, etc.), o incluso las entidades privadas que a cambio de una contraprestación económica elaboran planes de viabilidad o financian parte de la inversión inicial.

Por otra parte, los servicios ofrecidos por las instituciones para fomentar la creación de nuevas empresas suelen adoptar formas muy diversas. En algunas ocasiones, el apoyo se materializa en una ayuda económica o subvención a la nueva empresa (medidas de apoyo directo o "duras"<sup>6</sup>). En otros casos, se concreta en la creación de un entorno más favorable para el fenómeno emprendedor: Se estaría entonces ante medidas o instrumentos de apoyo indirecto, entre los que se encuentran los cursos formativos ofrecidos a los nuevos empresarios, las medidas de seguimiento o acompañamiento en el proceso emprendedor, la concesión temporal de instalaciones para localizar la nueva empresa, o las normativas y regulaciones dirigidas, sobre todo, a facilitar la puesta en marcha de iniciativas empresariales.

El cuadro siguiente resume las principales medidas comentadas, distinguiendo su carácter directo o indirecto:

**CUADRO II.1 Medidas de apoyo a la creación de empresas**

Medidas de apoyo a la creación de empresas		
Medidas de Apoyo Directo o Económicas	Préstamos	Líneas de crédito para los nuevos empresarios, a partir de convenios firmados por las administraciones públicas y las entidades financieras que se concretan en préstamos en condiciones preferentes.
	Subvenciones a fondo perdido	Subvención de tipos de interés Subvenciones de los costos de cursos en formación de creación de empresas y asesoramiento, plan de empresas, etc.
	Capital Riesgo	Actividad financiera consistente en la toma de participaciones, con carácter temporal y generalmente minoritarias, en el capital de empresas no cotizadas en bolsa por parte de una sociedad de capital riesgo.
Medidas de Apoyo Indirecto o No Económicas	Otras medidas económicas	Capitalización de la prestación por desempleo. Garantías y avales de préstamos.
	Información y orientación	Sobre medidas económicas y no económicas para la creación de una empresa. Sobre la forma jurídica de la nueva empresa.
	Asesoramiento y acompañamiento	En los trámites que se deben realizar para crear una empresa. En la elaboración del plan de empresa.
	Formación	Cursos y seminarios de creación de empresas. Cursos sobre el desarrollo del producto / servicio / su lanzamiento y cursos de formación continua.
	Concesión temporal de instalaciones	Parques tecnológicos y/o de investigación. Espacios empresariales compartidos: viveros de empresas, centros de empresas y oficinas de apoyo.
	Regulaciones y medidas generales	Beneficios fiscales para la creación de empresas de Economía Social. Adecuación de reglamentos, legislación y trámites administrativos a las necesidades del empresario. Reducción y aceleración de los trámites administrativos necesarios para crear una empresa, etc.
	Otras medidas	Premios y concursos para fomentar la creación de empresas. Redes de empresarios, etc.

Fuente: Adaptación de Urbano y Veciana, 2001.

6

Esta expresión es utilizada por diversos autores, entre los que cabe citar a Urbano y Veciana (2001).

## II.4 El rol de las instituciones formales en el desarrollo del medio rural: su evolución en el marco de la Unión Europea

Como ya se ha apuntado con anterioridad, la importancia que durante los últimos años se está concediendo a la creación de nuevas empresas como forma de alcanzar el desarrollo económico, ha hecho que los poderes públicos aumenten su interés por estimular la actividad empresarial. El papel desempeñado por éstos ha sido especialmente destacado en el ámbito rural, debido a las dificultades socioeconómicas que, en general, sufren estos territorios. Así, la mayoría de los territorios rurales, principalmente los del sur de Europa, llevan años padeciendo un éxodo poblacional que, junto con otros factores (escasez de mano de obra cualificada, dependencia económica de actividades tan eventuales hoy como son la agricultura, ganadería, pesca o minería, nivel de renta por debajo de la media europea, déficit en algunas infraestructuras básicas, etc.), los sitúan, en general, en condiciones inferiores para alcanzar niveles de desarrollo económico y social semejantes al de los ámbitos urbanos.

Concedores de las dificultades del medio rural, las instituciones europeas a finales de la década de 1980 pusieron en marcha la política de desarrollo rural comunitaria –ausente hasta ese momento de la Política Agrícola Común–, la cual no ha dejado de crecer en magnitud. De hecho, todas las acciones de apoyo al medio rural que se han ido desarrollando en los diferentes Estados, se empezaron a definir como políticas por la influencia europea, aunque adaptándose en la práctica a las peculiaridades de cada zona o región, pues cada territorio posee una historia y un contexto sociocultural propio.

Concretamente en 1984 se pusieron en marcha, desde la Dirección General de Políticas Regionales de las Comunidades Europeas, varias acciones dirigidas a promover la creación de Centros Europeos de Empresas e Innovación en las regiones que recibían ayudas comunitarias, con el fin de favorecer de esta forma la creación de nuevas empresas, así como el desarrollo y modernización de las ya existentes. Precisamente dichos Centros constituirían el origen práctico de uno de los Programas institucionales analizados en este trabajo: el Programa Escuela de Empresas. Posteriormente, en 1988, la Comunidad Europea acuerda reformar los Fondos Estructurales estableciendo cinco objetivos prioritarios, dos de los cuales hacen una referencia expresa al desarrollo de los espacios rurales: el Objetivo 1, que contempla el fomento del ajuste estructural de las

regiones menos desarrolladas, y el Objetivo 5b que persigue el desarrollo de zonas rurales vulnerables<sup>7</sup>.

Esta explícita reseña al desarrollo rural permitió la puesta en marcha de diversas actuaciones dirigidas específicamente a la diversificación de la actividad agraria, a la protección de los recursos naturales y del medio ambiente, a la formación y adaptación profesional, a la mejora de las infraestructuras de las zonas rurales o al fomento empresarial, aspecto, este último, sobre el que se reflexiona en el presente trabajo.

A partir de entonces, la dotación financiera atribuida a los Fondos Estructurales para el cumplimiento de los objetivos referidos al medio rural no ha dejado de crecer<sup>8</sup>.

En 1991 las intervenciones llevadas a cabo en la Unión Europea condujeron al establecimiento, con carácter experimental, de una Iniciativa Comunitaria<sup>9</sup> de Desarrollo Rural denominada LEADER<sup>10</sup> I, (años 1991-1994), la cual supuso toda una innovación en la forma de concebir el desarrollo rural.

Con el propósito genérico de diversificar la economía rural, LEADER I promovía todas aquellas iniciativas empresariales que se distinguían de la mera producción agraria (pequeñas empresas vinculadas con el sector turístico, transformación de productos locales, artesanía, actividades de carácter medioambiental, etc.). El fomento de estas actividades significó, en sí mismo, una innovación. No obstante, el aspecto más destacado del LEADER I fue la utilización de una metodología basada en un enfoque ascendente, integrado, localista y participativo, donde la población local adquiriría un importante protagonismo.

A esta Iniciativa le siguió una segunda, LEADER II, cuyo horizonte temporal programado abarcaba desde 1995 hasta 1999. El enfoque planteado por

7 Actualmente, la totalidad de los objetivos se encuentran reducidos a tres, siendo el primero el que contempla los propósitos que afectan al desarrollo rural (Objetivo I: desajuste y ajuste estructural de las zonas menos desarrolladas).

8 De 64000 millones de euros (precios de 1989) para el período 1989-1993, pasó a 155000 millones de euros (precios de 1994) para el período 1994-1999 y a 195000 millones de euros (precios de 1999) para el período 2000-2006 (Inforegio, Unión Europea, 2000).

9 Las Iniciativas Comunitarias son instrumento específicos de la política estructural que la Comisión propone a los Estados miembros por iniciativa propia, para apoyar actuaciones que contribuyan a resolver problemas que afectan al desarrollo regional y que revisten una dimensión no estrictamente nacional, sino europea. Las Iniciativas, en definitiva, favorecen la búsqueda de soluciones comunitarias a problemas que afectan a todo el continente.

10 Liason Entre Activités de Développement da l'Economic Rural.

su antecesora fue ampliamente difundido y aplicado por esta segunda Iniciativa, introduciendo además algunos elementos innovadores (por ejemplo, la importancia atribuida a la cooperación transnacional o a la adquisición de capacidades por parte de las entidades encargadas de su efectiva aplicación).

Casi al mismo tiempo –en 1996–, el gobierno español pone en marcha un programa de similares características a la Iniciativa europea al que se conoce como PRODER: Programa de Desarrollo y Diversificación Económica de zonas rurales Objetivo I. Esta propuesta del Ministerio de Agricultura es única entre los países de la Unión, y facultó a muchos territorios que no habían accedido a LEADER II a llevar a cabo un programa de desarrollo (González; 2002).

En noviembre de 1996 se celebró en Cork un foro sobre desarrollo rural cuyo resultado más patente fue la promulgación de la llamada “Declaración de Cork”, en la que se recogen los principios que guiarían la política de desarrollo rural en la Unión: preferencia rural, enfoque integrado, diversificación, sostenibilidad, subsidiariedad, simplificación, programación, financiación, gestión y evaluación e investigación.

Posteriormente, y tras la aprobación de la Agenda 2000 el desarrollo rural se convierte en el segundo pilar de la PAC, lo que pone de manifiesto la significación que ha adquirido en apenas una década. Además, se incorporan algunos aspectos novedosos de clara repercusión en los territorios rurales, entre los que se encuentran la consideración de la ampliación de la Unión Europea, la simplificación de los Objetivos prioritarios para los Fondos Estructurales o la reducción del número de Iniciativas Comunitarias, siendo la Iniciativa LEADER + la que actualmente se dirige a fomentar el desarrollo rural.

## II.5 Las instituciones formales en el ámbito rural onubense: especial consideración de la Iniciativa LEADER II, el Programa PRODER y el Programa Escuela de Empresas

Si el marco rural europeo presenta, en general, un retraso en su ritmo de evolución con respecto al urbano –con los matices, lógicamente, que en cada país o región pudieran darse–, este hecho adquiere gran repercusión 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.

Así, si en las zonas rurales de Europa se asiste a un declive generalizado de la agricultura, el medio rural onubense, en el que existe una cultura agraria muy arraigada, se ve notablemente afectado. 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, aquellas que se dirigen al fomento empresarial presentan gran diversidad y dinamismo.

En concreto, en el Cuadro II.2. se recogen los principales instrumentos de fomento empresarial que tienen aplicación en el ámbito rural de la provincia de Huelva<sup>11</sup>.

**CUADRO II.2** **Medidas de apoyo a la creación de empresas en el ámbito rural de la provincia de Huelva**

		Medidas de Apoyo a la creación de empresas en el ámbito rural de la provincia de Huelva
Medidas de Apoyo Directo o Económicas	Subvenciones	Programas de promoción de la economía social.
		Apoyo al autoempleo como medida de fomento del empleo.
		Iniciativas Locales de Empleo y proyectos I + E.
		Capitalización de prestaciones por desempleo.
		Programa empresa joven.
		Creación y Modernización empresarial.
		Subvenciones para la creación y mejora de empresa por mujeres andaluzas.
		LEADER II.
		PRODER.
Medidas de Apoyo Indirecto o No Económicas	Información y orientación	Servicio de Desarrollo Local de la Excm. Diputación Provincial de Huelva.
		Cámara de Comercio e Industria.
	Formación	Agencias de Desarrollo Local y Unidades de Promoción y Empleo de los municipios rurales.
		Cursos y seminarios para la creación de empresas.
	Concesión temporal de instalaciones y Asesoramiento	Viveros de Empresas (Escuelas de empresas).
	Regulaciones y medidas generales	Beneficios fiscales para la creación de empresas de Economía Social.
Otras medidas	Premios y concursos para fomentar la creación de empresas.	
Fuente: Elaboración propia.		

En el estudio empírico presentado en este trabajo se analizan en profundidad algunos instrumentos de desarrollo rural —o instituciones—, que apoyan la creación de empresas en el ámbito rural de la provincia de Huelva de una forma directa o indirecta. En concreto, y como ya se adelantó en el capítulo uno, se realiza un análisis comparativo, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, de la Iniciativa Comunitaria LEADER II, el Programa Operativo PRODER y el Programa Escuela de

11 La información expuesta tiene como período de delimitación temporal el final del año 2002. Hay que señalar, además, que quedan fuera de este análisis todas aquellas medidas que desde ámbitos territoriales más limitados —ayuntamientos o mancomunidades de municipios— se estén poniendo en marcha en aras a incentivar el ejercicio de la actividad empresarial.

Empresas, en cuanto a la dimensión concreta de fomentar la creación de nuevas empresas<sup>12</sup>.

La delimitación del estudio empírico a estos programas en concreto, la metodología empleada, así como las fuentes de información utilizadas son expuestas en el capítulo tercero. No obstante, y con carácter previo, se exponen a continuación los aspectos más destacados de cada uno de los instrumentos de desarrollo rural.

### La Iniciativa Comunitaria LEADER II

Una de las Iniciativas Comunitarias con efecto directo sobre el desarrollo rural y que, en cierta medida, reforzaba las actuaciones que desde el ámbito comunitario se habían puesto en marcha para favorecer la reactivación de las zonas rurales fue la Iniciativa Comunitaria LEADER I. Dicha Iniciativa nació con el ánimo de lograr un desarrollo integral del medio rural empleando la colaboración de los agentes locales como eje central del programa.

El 15 de junio de 1994 entraba en vigor su sucesora, LEADER II, cuyo período de vigencia abarcaba hasta 1999. Sus objetivos, algo más ambiciosos si cabe, se pueden resumir en los siguientes:

- Fomentar las actividades innovadoras realizadas por los agentes locales, sean públicos o privados, en todos los sectores de actividad del medio rural.
- Dar a conocer experiencias concretas en toda la comunidad.
- Ayudar a los agentes rurales de los distintos Estados miembros que lo deseen, a inspirarse en los resultados obtenidos por otros territorios y a realizar en común determinados proyectos<sup>13</sup>.

Al igual que su antecesora, LEADER II extendía su ámbito de aplicación a las regiones europeas incluidas en el Objetivo 1 —menos desarrolladas—, 5b (hoy Objetivo 3) y Objetivo 6 (zonas nórdicas con baja densidad de población).

En concreto, en el LEADER II se contemplaba la concesión de subvenciones o ayudas económicas a proyectos de innovación rural, citándose

12 Tanto la Iniciativa LEADER II como el Programa PRODER contemplan una gran variedad de actuaciones, no destinadas exclusivamente a las nuevas empresas, sino también a la mejora o ampliación de las ya existentes.

13 Diario Oficial de las Comunidades Europeas, N° C. 180. 1.07.94.

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. En este sentido, cabe acentuar que el apoyo a la creación de nuevas empresas podría contemplarse en varias de las líneas de actuación especificadas por el LEADER II, lo cual, como se pondrá de manifiesto más adelante, dificultó considerablemente la obtención de los datos de interés para este trabajo (es decir, las nuevas empresas creadas con el apoyo del LEADER II).

En cuanto a los recursos financieros que avalaron la puesta en práctica de las medidas contempladas en LEADER II, provinieron en su gran mayoría de los Fondos Estructurales Europeos (FEOGA-Orientación, FEDER y FSE), del Ministerio de Agricultura, de las administraciones autonómicas, de la administración local, y fondos privados de los beneficiarios finales. Por lo que se refiere a España, la dotación total de los fondos comunitarios recibidos por parte de la Unión Europea ascendió a 414,7 millones de euros (ver Cuadro II.3).

**CUADRO II.3 Fuentes Financieras del Leader II en España**

Agentes cofinanciadores	Mil Euros	%
Unión Europea	414,7	37,7
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación	47,3	4,3
Comunidades Autónomas	118,0	10,7
Administraciones Locales	44,3	4,0
Agentes privados	477,2	43,3
<b>TOTAL</b>	<b>1.101,5</b>	<b>100,0</b>

Fuente: www.rural-europe.aeidl.be

Con respecto a su efectiva aplicación, el LEADER II se ajustó al mismo esquema desarrollado por LEADER I, ejecutándose mediante programas regionales, cuyos titulares eran entidades de ámbito comarcal (asociaciones, mancomunidades, etc.) denominadas "Grupos de Acción Local" (GAL, hoy denominados Grupos de Desarrollo rural, GDR) y constituidas por representantes del tejido social y económico del territorio, entidades públicas y privadas.

Concretamente, en el caso español actuaron durante esta segunda etapa de la Iniciativa 132 GAL, cifra lógica si tenemos en cuenta que en España el 80% del territorio es rural (400.000 km<sup>2</sup>, unas 40.000.000 Has), y 14 de

las 17 Comunidades Autónomas en las que se organiza territorialmente poseen tasas elevadas de población rural.

### **Programa de Desarrollo y Diversificación Económica en zonas rurales (PRODER<sup>14</sup>)**

El ejemplo que proporcionó la Iniciativa LEADER II llevó al gobierno español al establecimiento de un Programa Operativo, PRODER, cofinanciado por los Fondos Estructurales (FEOGA-Orientación y FEDER) y las administraciones central, autonómica y local, y encuadrado en los ejes prioritarios nº 2 "Desarrollo Local" y nº 4 "Agricultura y desarrollo rural" del Marco Comunitario de Apoyo (MCA) para las intervenciones estructurales en las regiones españolas Objetivo nº 1 para el período 1994-1999, excluidas expresamente aquellas zonas y GAL que se favorecían de la Iniciativa LEADER II.

La meta genérica del PRODER coincidía en buena parte con la de la Iniciativa, es decir, impulsar el desarrollo endógeno y sostenido de las zonas de aplicación, a través de la diversificación de la economía rural, persiguiendo el mantenimiento de la población, frenando la regresión demográfica y elevando las rentas y el bienestar social de sus habitantes a niveles más próximos o equiparables a otras zonas más desarrolladas, asegurando la conservación del espacio y de los recursos naturales.

Dicha meta se concretaba a su vez, en los siguientes objetivos específicos:

- Diversificar las actividades económicas, especialmente aquellas que puedan fundamentarse en la utilización de recursos naturales propios, actualmente subutilizados, incrementando así el PIB de las zonas afectadas.
- Favorecer el crecimiento del empleo incentivando la iniciativa privada, especialmente el autoempleo y las empresas asociativas.
- Asignar los recursos a los distintos sectores económicos en función de sus potencialidades reales.
- Incrementar los valores añadidos atribuibles a la calidad de los productos, así como los generados a través de los procesos de

14 En la Comunidad Autónoma andaluza, la ejecución del Programa PRODER se regulaba por la Orden de 12 de julio de 1996 de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, y por la Resolución del 3 junio de 1997 de la misma Consejería,

transformación y comercialización, procurando que el valor añadido repercuta favorablemente en la renta de los agricultores de la comarca.

- Asegurar la conservación del espacio natural y de sus recursos, adecuando el uso armonizado de sus funciones productiva, protectora y recreativa.
- Adecuar los niveles de formación general y profesional a las necesidades inherentes a los procesos de diversificación económica, de reorientación y modernización de los diferentes sectores.
- Impulsar la agricultura por la vía de la revalorización de las producciones agrícolas e integrar otras producciones que satisfagan las necesidades complementarias de renta y trabajo de los agricultores.
- Promover la creación de nuevas alternativas a la agricultura, en las actividades de turismo rural, el artesanado y la pequeña industria, los servicios, etc.
- Promocionar y potenciar el conocimiento del patrimonio histórico y artístico.
- Potenciar la participación de los agentes económicos y sociales en las iniciativas de desarrollo de las zonas rurales, colaborando con las instituciones públicas en las actuaciones previstas.

Por otro lado, la ejecución del Programa PRODER se llevó a cabo mediante programas de carácter local y comarcal, previamente seleccionados, que podían ser ejecutados por los GAL, las Administraciones Públicas y las Oficinas Comarcales Agrarias de la Comunidad Autónoma<sup>15</sup>.

Finalmente, las acciones subvencionables por el PRODER debían enmarcarse en alguna de las siguientes medidas:

- Medida 1.- Valorización del patrimonio rural. Renovación y desarrollo de núcleos de población con predominio de la actividad agraria.

15 Orden de 12 de julio de 1996. (BOJA 23/0796).

- Medida 2.- Valorización del patrimonio local. Renovación y desarrollo de núcleos de población sin predominio de la actividad agraria.
- Medida 3.- Fomento de las inversiones turísticas en el espacio rural: Agroturismo.
- Medida 4.- Fomento de las inversiones turísticas en el espacio rural: Turismo local.
- Medida 5.- Fomento de pequeñas empresas, actividades de artesanía y de servicios.
- Medida 6.- Servicios a las empresas en el medio rural.
- Medida 7.- Revalorización del potencial productivo agrario y forestal.
- Medida 8.- Mejora de la extensión agraria y forestal.

### **El Programa Escuela de Empresas**

Un ejemplo de instrumento de desarrollo rural de carácter indirecto, o medida “blanda”, lo constituye el Programa Escuelas de Empresas, el cual en la Comunidad Autónoma andaluza se desarrolla a través del Programa Escuela de Empresas Cooperativas.

Si bien la idea inicial de este Programa podría situarse en los Centros Europeos de Empresas e Innovación promovidos en el ámbito europeo en la década de 1980, las peculiaridades socioeconómicas de la región andaluza (desempleo, grandes zonas rurales, etc.) influyeron para que el desarrollo de un Programa como el que se analiza adoptara un carácter no espontáneo<sup>16</sup>, incidiera sobre un segmento determinado de la población (los jóvenes), y favoreciera específicamente a aquellas empresas de marcado carácter social: las empresas de Economía Social.

En este contexto, hay que indicar que han sido precisamente las connotaciones sociales de los Agentes de Economía Social –entre los que se encuentran las Cooperativas y Sociedades Laborales- las que han ampliado el interés de las diferentes administraciones por favorecer

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

especialmente la creación de estas clases de empresas. Concretamente, y aunque la expresión “Economía Social”, entendida en el contexto actual, es bastante reciente<sup>17</sup> y, quizás por ello, contiene un concepto todavía ambiguo e impreciso, en nuestro país, haciendo un esfuerzo de síntesis de las aportaciones realizadas en este sentido por destacados autores españoles<sup>18</sup>, 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) El carácter solidario de estos agentes económicos, tanto entre sus propios asociados como con la comunidad en la que están implantadas.

De acuerdo con estas notas distintivas, se podrían distinguir una amplia gama de agentes de la Economía Social en España<sup>19</sup>, algunos de los cuales reunirían sólo parcialmente estas notas 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.), en el sector empresarial las dos organizaciones más representativas de la Economía Social española serían 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.

De acuerdo con lo anterior, 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, preferentemente en el ámbito rural y en la explotación de recursos de carácter local.

17 Es Jacques Delors, antiguo Presidente de la Comisión Europea, el que por primera vez utiliza este término a finales de los años 70.

18 García (1991), Barea (1990), Barea y Monzón (1992) y Carrasco (1996).

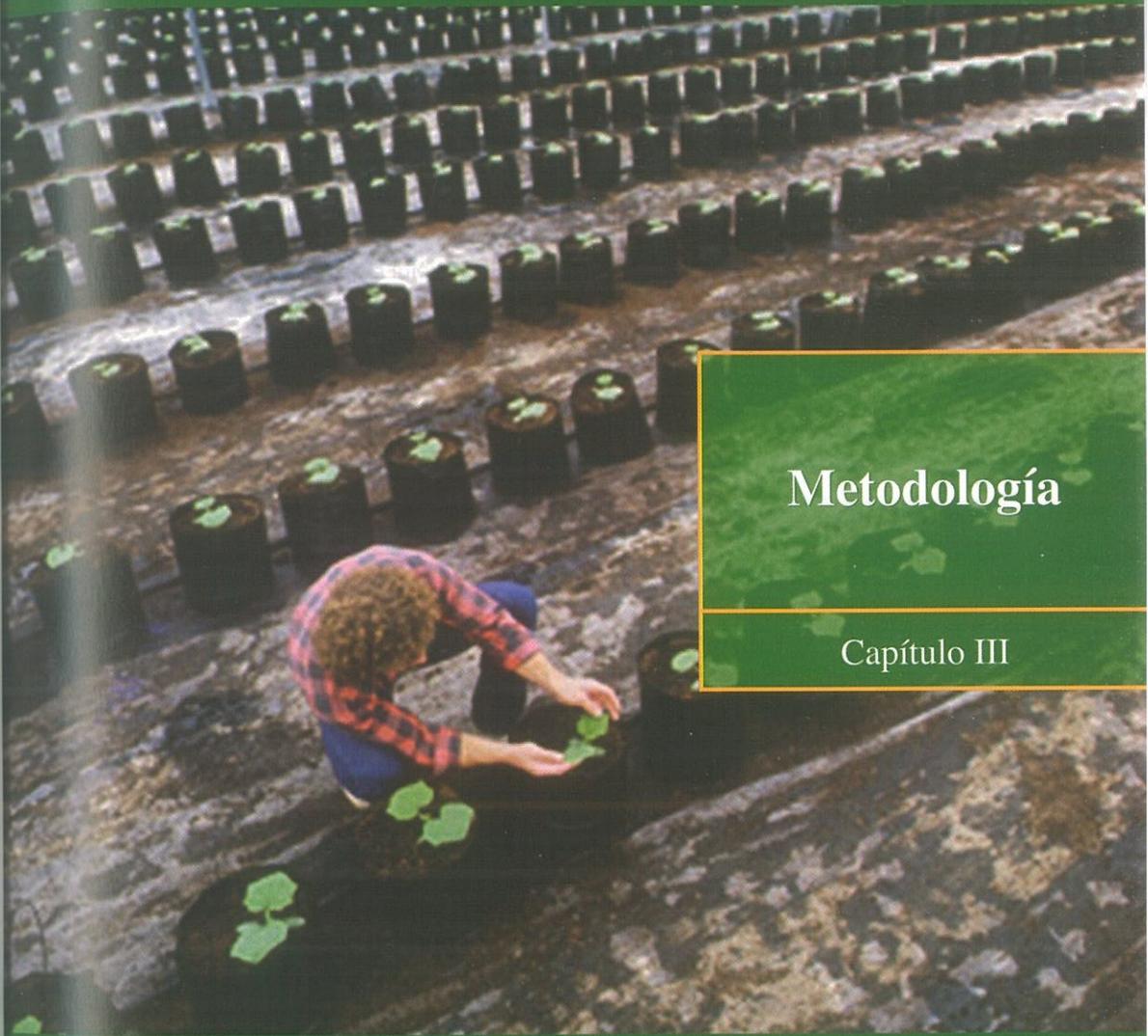
19 Para conocer cuáles son estos agentes pueden verse los trabajos de Monzón y Barea (1994) y Carrasco (1996).

La materialización del Programa Escuela de Empresas Cooperativas se efectúa, concretamente, a través de Escuelas de Empresas, configuradas físicamente por un edificio, 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”.

## II.6 A modo de resumen

En el presente capítulo se ha abordado el fenómeno de la creación de empresas desde uno de los enfoques que analiza con más amplitud la figura del empresario y la actividad emprendedora: el enfoque sociocultural o institucional. A su vez, dentro de este enfoque, se ha adoptado una de las Teorías más relevantes que existen en la actualidad para el estudio de la influencia de los factores del entorno en la función empresarial y en la creación de empresas: la Teoría Institucional. En concreto, la adopción de esta teoría como marco teórico de la presente investigación se debe, principalmente, a la adecuación que tienen los planteamientos de North sobre las instituciones formales para el estudio y el análisis del marco institucional formal en la creación de empresas.

Por otro lado, la situación de desventaja en la que se encuentran la mayoría de los territorios rurales –sobre todo los del sur de Europa– respecto a las zonas urbanas, ha hecho que las Administraciones Públicas presten especial atención a los instrumentos y medidas que podrían contribuir a fomentar la actividad empresarial en este medio, con el fin de disminuir las diferencias territoriales. Precisamente, dentro del marco institucional formal del ámbito rural quedarían ubicados los instrumentos de desarrollo rural que se analizan en este trabajo –la Iniciativa Comunitaria LEADER II, el Programa Operativo PRODER y el Programa Escuela de Empresas– los cuales favorecen la creación de nuevas empresas y, en definitiva, el desarrollo rural en la provincia de Huelva.



# Metodología

Capítulo III

### III. METODOLOGÍA

#### III.1. Introducción

Delimitado el marco teórico o conceptual que fundamenta este trabajo, se inicia esta parte empírica con la definición del área concreta en el que éste se desarrolla y la justificación de los instrumentos de desarrollo rural seleccionados. Tras esta justificación, se explica la metodología empleada describiendo, en primer lugar, la población objetivo y el proceso de muestreo llevado a cabo para la obtención de datos primarios. A continuación se especifican y explican los distintos instrumentos que han sido utilizados para recoger la información, concluyéndose el capítulo con una explicación del procedimiento estadístico empleado para su tratamiento.

#### III.2. Delimitación del estudio empírico

##### Localización de la zona de estudio

Geográficamente, la zona de estudio se circunscribe a las zonas rurales de la provincia de Huelva amparadas por la Iniciativa Comunitaria LEADER II, el Programa Operativo PRODER y el Programa Escuela de Empresas.

Esta provincia, situada en la parte más occidental de la Comunidad Autónoma andaluza y fronteriza con el sur de Portugal, posee una superficie de 10.126 Km<sup>2</sup> y una población total de aproximadamente 450.000 habitantes. De sus 79 municipios solo la capital con 141.334<sup>20</sup> pobladores supera la cifra de 25.000 habitantes, por lo que, si se elimina la zona metropolitana de la capital, el resto de su territorio puede ser considerado como ámbito estrictamente rural.

Además de estos datos poblacionales, el análisis de su estructura productiva (reflejada a través de la contribución porcentual de los diversos sectores económicos al Valor Añadido Bruto, VAB, ) y social (representada por el empleo), tomando como referencia la de la Comunidad Autónoma andaluza y la del conjunto del Estado español, muestra la importancia relativa de sus estructuras agrarias o rurales.

**CUADRO III.1 Contribución al VAB y al empleo por sectores económicos**

Sectores Económicos	% España		% Andalucía		% Huelva	
	VAB	Empleo	VAB	Empleo	VAB	Empleo
Agricultura	4,8	9	9,5	13	13,62	18,51
Industria	22	20	14,2	15	21,84	16,32
Construcción	8	9	8,7	9	8,31	9,65
Comercio y Servicios	65,2	62	67,6	63	56,31	55,52

Fuente: Fundación BBV, Avance provisional, INE y Fundación FIES (2000).

Como puede observarse en el Cuadro III.1., sólo en el sector de la construcción la economía onubense es comparable a la media de España y de Andalucía, con cifras en torno al 8% del VAB y del 9% del empleo. Las diferencias en los otros tres sectores son bastante acusadas.

Así, aunque en la actualidad la economía onubense posee un predominante carácter terciario, la verdad es que el peso del sector Comercio y Servicios en la provincia (56,31% del VAB), es bastante inferior tanto al español (65%) como al andaluz (67,6%).

En cuanto al sector industrial, su importancia en la economía onubense (21,84% del VAB), es similar a la española (22%) y sensiblemente superior a la andaluza.

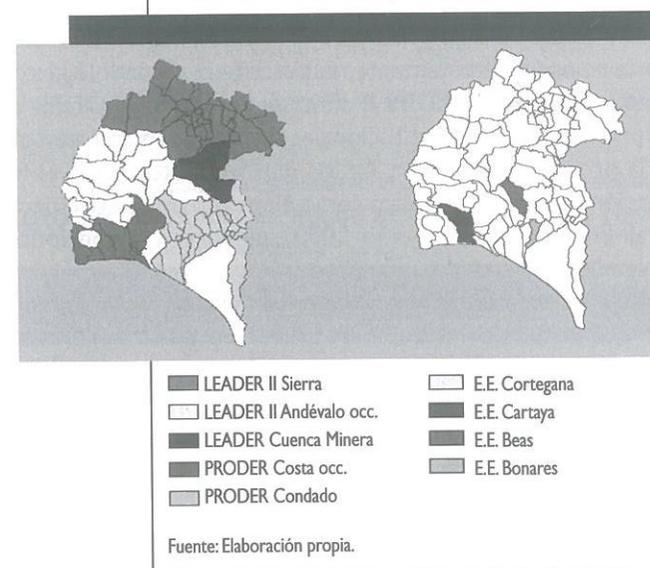
Pero si algo caracteriza realmente a la estructura productiva de la provincia de Huelva es, sin duda, la importancia comparativa de su sector primario. En efecto, la agricultura onubense tiene un peso que casi triplica el del conjunto español y está cuatro puntos por encima del sector primario andaluz. En términos de empleo, estas actividades ocupan al 18,5% de los onubenses que trabajan, cifra que supone más del doble del empleo primario español y una diferencia de más de cinco puntos con respecto al andaluz (ver Cuadro III.1.).

En este contexto, resulta razonable que la Iniciativa LEADER II incluyera en su ámbito de aplicación a gran parte de la provincia de Huelva, abarcando diversas comarcas: Cuenca Minera, Andévalo Occidental y Sierra de Aracena y Picos de Aroche. Por su parte, el Programa PRODER tuvo aplicación en las dos grandes zonas rurales restantes: Costa Occidental y Condado Campiña. Finalmente, a través del Programa Escuela de Empresas se han puesto en marcha cuatro Escuelas de Empresas en cuatro municipios rurales onubenses<sup>21</sup> (ver Mapa III.1.).

21 Este número de Escuelas de Empresas está referido hasta el final del año 2000.

**MAPA III.1**

**Ámbito de aplicación de los instrumentos de desarrollo rural en la provincia de Huelva**



### Delimitación de los instrumentos de desarrollo rural

Para seleccionar los instrumentos de desarrollo rural que formarían parte de este estudio, se consideró previamente el carácter con el que fueron diseñados. Se observó entonces, que algunos instrumentos se plantearon para favorecer indirectamente la creación de empresas a través de la instauración de servicios que ayudan a la puesta en marcha de las iniciativas empresariales, mientras que en otras ocasiones los mecanismos de ayuda se concretaban en un apoyo económico directo al nuevo emprendedor. En este trabajo se optó por contemplar ejemplos de ambos tipos de medidas, LEADER II y PRODER como medidas de apoyo directo y Programa Escuela de Empresas como instrumento de apoyo indirecto, para comparar su incidencia en la creación de nuevas empresas y analizar, con posterioridad, los aspectos positivos y negativos que interesarían incorporar o eliminar, con el fin de adecuar los servicios ofrecidos a las necesidades detectadas y mejorar así el estímulo de la actividad empresarial en el medio rural.

A lo anterior, y con respecto a la Iniciativa LEADER II hay que añadir, además, que su elección viene justificada por la relevancia que este innovador apoyo está recibiendo en el marco de la Unión Europea. En cuanto al Programa PRODER, acentuar que éste constituye un ejemplo

único en la Unión que, en principio, tuvo una óptima aprobación puesto que permitió que algunos territorios que no pudieron acceder al LEADER II efectuaran un proyecto de desarrollo rural. La elección de estos instrumentos de desarrollo rural de carácter directo respondió también a otra cuestión eminentemente práctica o metodológica. En particular, tanto la Iniciativa LEADER II como el Programa PRODER constituyeron los primeros apoyos institucionales puestos en marcha en el ámbito rural de la provincia de Huelva, en los que se contemplaba el fomento de la creación de nuevas empresas como elemento estratégico para el desarrollo rural. En diciembre del año 2000 culminaron su período de vigencia, habiendo transcurrido, por tanto, un período de tiempo razonable para analizar los resultados originados. Así mismo, existe un motivo adicional, y es que al considerar estos instrumentos se conseguía abarcar todo el área rural onubense, con excepción del municipio de Almonte que, por su propia singularidad –en el se sitúa el Parque Nacional de Doñana, motivo por el cual recibe numerosos apoyos–, se encuentra fuera del ámbito de aplicación de estas medidas.

Por otra parte, el propósito de analizar concretamente el Programa Escuela de Empresas como ejemplo de instrumento de desarrollo rural que fomenta indirectamente la creación de empresas, surge a raíz de la importancia que están adquiriendo los viveros empresariales. En este sentido, son muchas las instituciones e investigadores que muestran cada vez más un interés por estas incubadoras, lo que se evidencia tanto por los numerosos viveros empresariales puestos en marcha en diferentes contextos (parques tecnológicos surgidos a iniciativa de gobiernos autonómicos, incubadoras instaladas en las Universidades, etc.), como por los profusos trabajos que abordan las características y condiciones de las incubadoras y de las empresas nacidas a su amparo<sup>22</sup>. En relación con esto último, hay que hacer, además, un llamamiento expreso acerca del tipo de empresa que específicamente fomenta el Programa que se analiza: las empresas de Economía Social. En este sentido, la positiva repercusión que, en general, tienen estas empresas en el empleo local, ha influido en un mayor interés por parte de las instituciones por fomentar estas formas jurídicas, siendo Huelva la provincia andaluza que más utiliza esta fórmula al crear nuevas empresas (tres de cada diez nuevas empresas asumen esta forma jurídica<sup>23</sup>).

22 Ver, entre otros, los trabajos de Cooper, 1973 y 1985; Cooper y Kunkelberg, 1987; Nuño, 1996, etc.

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

En definitiva, y por los motivos expuestos, el trabajo empírico presentado se ajusta a tres instrumentos de desarrollo rural que proporcionan apoyo a la creación de nuevas empresas en la provincia de Huelva –la Iniciativa LEADER II, el Programa PRODER y el Programa Escuela de Empresas–. El Cuadro III.2. resume las principales características socioeconómicas de las comarcas y municipios que se han visto favorecidos por estas medidas de fomento empresarial.

**CUADRO III.2** Características de los entornos incluidos en el marco de actuación de LEADER II, PRODER y Programa Escuela de Empresas en la provincia de Huelva

Sector Económico	I.C. LEADER II			PO y PRODER		ESCUELA DE EMPRESAS*			
	Cuenca Minera	Andévalo Occidental	Sierra de Aracena	Condado	Costa	Cartaya	Bonares	Cortegana	Beas
Número de municipios	7	16	28	18	7				
Superficie (km <sup>2</sup> )	640	2.650,2	3.016	1.888,6	947	226	66	174	144
Número de habitantes	20.247	42.687	42.020	96.108	100.214	12.094	5.063	5.132	4.165
Tasa por desempleo (%) Paro registrado	35%	23,7%	31%	11%	10%	208	102	92	226
(%) Población activa sector primario	6,36	38,3	38,10	40,3	46,8	53,8	40	27,8	41,5
(%) Población activa sector secundario	42,06	29,4	28,65	19,2	9,7	7	19,7	23,5	13,5
(%) Población activa sector terciario	51,58	32,3	33,25	40,5	43,5	39,2	40,3	48,7	45

\*Datos referidos a los municipios en los que se ubican las Escuelas de Empresas. Fuente: <http://redrural.tragsatec.es/redrural>.

Como se puede observar, se trata, en general, de zonas rurales con un alto índice de desempleo (aproximadamente el 30% de la población activa), descenso demográfico y, en general, escasa tradición empresarial.

### III.3. Métodos de obtención de la información

#### La población objetivo

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

De una parte, y para estudiar las características de la demanda de estas instituciones, la población relevante la conformaron el total de emprendedores rurales que habían creado una nueva empresa con el apoyo de los instrumentos considerados. No obstante, con carácter previo hubo que identificar a esta población, para lo que, debido a la ausencia de información secundaria, fue necesario contactar directamente con los gerentes del LEADER II y PRODER y con los directores del Programa Escuela de Empresas. En este sentido, dichos gerentes y directores (nueve en total) se incluyeron entre la población objetivo del estudio.

Sin embargo, tanto en el caso de la Iniciativa LEADER II como en el del Programa PRODER la responsabilidad de su efectiva aplicación, esto es, la función de mantener el contacto personal con los emprendedores, realizar los informes técnicos sobre los proyectos empresariales presentados y, en definitiva, personalizar de cara a la sociedad rural las propias medidas, recaía sobre la figura de los técnicos, quienes, en consecuencia, y junto con los directores de las Escuelas de Empresas, pasaron a formar parte de la población objetivo en esta investigación. Justamente, a través de ellos se describen en profundidad los servicios de apoyo que estas instituciones ofrecen al emprendedor que crea una nueva empresa (capítulo V), comparándolos y analizando dichas instituciones desde el punto de vista de la oferta.

### El Proceso de muestreo

Según los datos facilitados por los técnicos y directores de los distintos instrumentos de desarrollo rural, el número de nuevas empresas creadas a su amparo ascendía a 126, por lo que, en principio, se consideró oportuno no realizar el trabajo sobre una muestra sino intentar abarcar la totalidad de la población.

Pese a lo anterior, sólo se pudo encuestar a 100<sup>24</sup>, lo que representa un porcentaje de respuesta de casi el 80% de toda la población (79,3%). Este nivel de respuesta puede considerarse adecuado si se supone que el hecho de responder o no a las encuestas es puramente aleatorio. En consecuencia, el tamaño de la muestra que se utiliza representa en la estimación de proporciones asumir un error de 0,045 con un nivel de confianza del 95%, por lo que se estima que la muestra es suficientemente representativa de la población. Además, en las empresas encuestadas se hallaban ampliamente representados los tres instrumentos de desarrollo rural que son objeto de análisis. Concretamente, de 59, 43 y 24 datos sobre empresas creadas al amparo del LEADER II, PRODER y del Programa Escuela de Empresas respectivamente, fueron encuestados 47, 30 y 23 empresarios promotores de las iniciativas creadas con los apoyos mencionados.

24 El motivo principal por el que no se pudo encuestar a veintiséis emprendedores fue, principalmente, la imposibilidad de concertar una cita con ellos. En ocasiones la cita fue concertada pero finalmente no pudieron acudir los empresarios. Algunos de ellos manifestaron expresamente que no querían colaborar con esta investigación.

Adicionalmente, para medir la bondad del ajuste de la muestra se empleó la prueba Chi-cuadrado<sup>25</sup>, utilizando como variable identificativa de la población la institución o instrumento de desarrollo rural empleado. Los resultados obtenidos se muestran en el Cuadro III.3.

CUADRO III.3 Pruebas de bondad de ajuste para una muestra

Instrumento de Desarrollo Rural	Frecuencia Observada	Frecuencia Esperada	Residual
Iniciativa Comunitaria LEADER II	47	46,8	2
Programa Operativo PRODER	30	34,1	-4,1
Programa Escuela de Empresas	23	19	4,0

Fuente: Elaboración propia.

El valor del estadístico y su significación asociada se recogen a continuación:

Chi-cuadrado	1,334
Gl	2
Sig.asintótica	0,513

La significación asintótica asociada al estadístico de contraste, probabilidad de obtener una diferencia mayor entre lo observado en la muestra y lo esperado bajo la hipótesis nula (igualdad en la proporción de empresas), es mayor que 0,05. Por lo tanto, al nivel de significación del 5%, no se puede rechazar la hipótesis nula, aceptándose que la muestra obtenida representa a la población.

### Sistemas de recogida de información

Como se ha puesto de manifiesto en el apartado anterior, los datos empleados en este trabajo proceden, principalmente, de dos fuentes primarias distintas: por un lado, de los técnicos y directores de los instrumentos de desarrollo rural estudiados, y por otro, de los empresarios que habían puesto en marcha sus iniciativas a su amparo.

25 Mediante la prueba Chi-cuadrado se puede probar si las frecuencias observadas se asemejan suficientemente a las frecuencias esperadas en cada categoría. La hipótesis nula establece que la proporción de empresas que aparecen en la muestra de cada categoría es la misma que de la población. La expresión algebraica que permite calcular el estadístico Chi-cuadrado es la siguiente:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

En donde O<sub>i</sub> es el número observado de casos pertenecientes a la categoría i; E<sub>i</sub> es el número esperado de casos pertenecientes a la categoría i, bajo H<sub>0</sub> y k es el número de categorías. Previamente y a partir de la siguiente expresión obtenemos el valor del error asumido (0,045):

$$n = (N - 1) \times \epsilon^2 \times Z_{\alpha/2}^2$$

A su vez, para obtener la información necesaria se emplearon distintos métodos, tanto cuantitativos como cualitativos. En primer lugar, para el estudio de la demanda de los servicios institucionales de apoyo a los nuevos empresarios se utilizó la encuesta personal. En un segundo término, y con el fin de analizar en profundidad la oferta de servicios y ayudas proporcionadas por las instituciones observadas, se emplearon la entrevista personal semiestructurada y el grupo de discusión. Ambas técnicas de observación directa son fundamentalmente cualitativas y entrañan un contacto vivo, o una cierta interacción personal, entre el investigador con los sujetos y grupos investigados en condiciones controladas.

La planificación y elaboración del cuestionario empleado para la realización de las encuestas, así como el guión de la entrevista y la preparación del grupo de discusión se reflejan en los sucesivos apartados.

Añadir, finalmente, que con el fin de comparar y complementar la información obtenida con estos métodos con la descubierta en otros trabajos que analizan la creación de empresas en contextos más amplios (no necesariamente en el ámbito rural, e independientemente de la utilización de una medida de fomento empresarial), se han empleado diversas fuentes secundarias de información provenientes de distintos autores y otros especialistas que son mencionados en la bibliografía.

#### *La Encuesta Personal: El Cuestionario*

La elección de la encuesta personal entre otras alternativas posibles – encuestas telefónicas o por correo- vino motivada principalmente por las siguientes razones:

- La encuesta personal asegura, en mayor medida, la cooperación de los encuestados.
- La presencia del entrevistador permite responder las dudas del encuestado.
- Permite la utilización de estrategias que combinan varias técnicas de recogida de datos (por ejemplo, la observación).

Por otro lado, y pese a que se encuestó a emprendedores que se habían favorecido de tres instrumentos diferentes, se optó por emplear el mismo

cuestionario para todos los promotores<sup>26</sup> al entender que en todos ellos coexistían problemáticas comunes, dado que todos crearon sus empresas en el medio rural. Ello, además, permitió realizar su comparación de una forma más objetiva.

El cuestionario se diseñó con el propósito de obtener la información que permitiera comparar las distintas instituciones desde el punto de vista de la demanda, lo que implicaba conocer en profundidad las características de las nuevas empresas y los rasgos de los emprendedores que las ponen en marcha. La base de datos recogida fue muy amplia, estructurándose las preguntas –en su mayoría cerradas- en cuatro bloques:

- a) Caracterización general de la empresa.
- b) Perfil sociodemográfico del emprendedor.
- c) Perfil psicológico del emprendedor.
- d) Opinión de los emprendedores sobre algunos aspectos relacionados con la creación de empresas en el ámbito rural.

Las encuestas, previa testación del correspondiente cuestionario, fueron realizadas por encuestadores –que anteriormente habían sido instruidos-, durante los meses de marzo, abril, mayo y junio de 2001, con una duración media de cuarenta y cinco minutos.

#### *La Entrevista Personal Semiestructurada*

Esta técnica cualitativa fue empleada para conversar con los técnicos y directores de los instrumentos de desarrollo rural.

En la entrevista semiestructurada existe un guión en el que aparecen las preguntas abiertas que se quieren realizar a los entrevistados, aunque al mismo tiempo se admite la posibilidad de que a lo largo de la conversación se aborden cuestiones no previstas inicialmente.

En concreto, el guión de la entrevista fue diseñado con el fin último de comparar la oferta de servicios y ayudas proporcionadas por las tres instituciones. Para ello se ordenó su contenido con arreglo a las siguientes finalidades:

26 Puntualizar que pese a que en muchas empresas son varios los emprendedores asociados que la ponen en marcha, se decidió entrevistar al promotor que como tal consta en los documentos de los organismos que gestionan los programas (Grupos de Acción Local de los LEADER II y PRODER y Escuelas de Empresas).

- a) Conocer en profundidad el funcionamiento de los programas.
- b) Conocer el perfil profesional de los técnicos y directores.
- c) Advertir cuál ha sido el impacto y pertinencia de las diversas instituciones o instrumentos según la perspectiva de sus técnicos y directores.

Al igual que se hizo con el cuestionario, el guión de la entrevista también fue sometido a testación, elaborándose con posterioridad el guión definitivo.

Las entrevistas se realizaron durante los meses de mayo y junio de 2001. Concretamente, fueron nueve los entrevistados (un técnico o director que personalizaba cada instrumento de apoyo analizado) y cada entrevista tuvo una duración aproximada de dos horas.

#### *El Grupo de Discusión*

Finalmente, con el fin de contrastar las respuestas de los técnicos o directores con la opinión de los beneficiarios en relación con la oferta de los servicios proporcionados por las distintas instituciones, se organizó un grupo de discusión con algunos emprendedores, en donde se debatieron cuestiones similares a las planteadas en las entrevistas con los técnicos.

Específicamente, el propósito del grupo de discusión era descubrir, de la forma más objetiva posible, las opiniones reales de los empresarios sobre las ayudas institucionales que habían recibido. Además, con la celebración de la discusión grupal se pretendía también verificar algunas de las respuestas manifestadas por los emprendedores en las encuestas, en particular, las relacionadas con las dificultades existentes para crear empresas en el medio rural, así como aquellas vinculadas con sus opiniones sobre las medidas que contribuirían mejor a estimular la actividad empresarial en este ámbito concreto.

Todas las preguntas realizadas durante la celebración del grupo de discusión fueron abiertas, con el fin de que los sujetos determinaran por sí mismos la dirección de las respuestas. Además, previamente, se realizó una testación para lo que se contó con profesores y expertos conocedores de la técnica utilizada. Finalmente, el grupo de discusión se celebró en junio de 2001, en la Universidad de Huelva –lugar de fácil localización y neutral en cuanto a los temas a tratar-, y tuvo una duración aproximada de tres horas.

### **III.4. Tratamiento estadístico de la información**

La metodología de análisis desarrollada en orden a alcanzar los objetivos planteados (ver capítulo I) cubre dos aspectos totalmente diferenciados: el análisis de la información cuantitativa y el análisis de la información cualitativa.

#### ***Análisis de la información cuantitativa***

La información cuantitativa obtenida a través de las encuestas realizadas a los emprendedores ha sido analizada utilizando el programa estadístico SPSS versión 10.0. Previamente se codificaron las variables del cuestionario y se realizó la oportuna categorización de la única respuesta abierta que existía (relativa a la actividad económica de las nuevas empresas).

En este caso, no resultaba viable la aplicación del coeficiente Alpha de Cronbach para verificar la fiabilidad de la escala utilizada para medir los distintos aspectos en que se divide el cuestionario, ni el estudio de la validez, toda vez que el conjunto de variables que conforman sus diferentes bloques no son componentes potenciales de una escala aditiva, sino más bien cada uno de ellos es un constructo aislado que mide una perspectiva o faceta diferente para un tema determinado.

Las técnicas cuantitativas utilizadas para el análisis estadístico de los datos han sido el análisis univariable o de distribución de frecuencias y el análisis bivariable o de contingencias. El primero de ellos se utilizó para resumir las observaciones obtenidas en las encuestas, e identificar así, de forma global, la demanda de las instituciones (nuevas empresas y empresarios). A su vez, esta información serviría de base para cumplir, parcialmente, el objetivo fundamental de la investigación, esto es, comparar, desde la perspectiva de la demanda, las distintas instituciones o instrumentos de desarrollo rural que facilitan la creación de empresas. Precisamente para esto último fue empleado el análisis de contingencia. Este análisis también permitiría descubrir las posibles relaciones de asociación o independencia entre los valores obtenidos y la medida de fomento en cuestión. En este sentido, apuntar que muchas de las variables utilizadas en el cuestionario, así como los valores en los que se resumían sus respuestas, fueron recodificados para efectuar el análisis de contingencia. De esta forma, se agrupan varias opciones de respuesta diferenciando tan sólo aquellos aspectos que, para este trabajo, resultaban más significativos.

En concreto, el estudio conjunto de la distribución de frecuencias de dos o más variables (análisis de contingencia) se realiza mediante la construcción

de una tabla de doble entrada denominada, por involucrar factores o atributos, Tabla de Contingencia.

**CUADRO III.4** Tabla de contingencia R x C.

		Factor B				Total marginal
		Nivel 1	Nivel 2	Nivel j	Nivel c	
Factor A	Nivel 1	$n_{11}$	$n_{12}$ .....	$n_{1j}$ .....	$n_{1c}$	$n_{10}$
	Nivel 2	$n_{21}$	$n_{22}$ .....	$n_{2j}$ .....	$n_{2c}$	$n_{20}$
	...	·	· .....	· .....	·	·
	Nivel i	$n_{i1}$	$n_{i2}$ .....	$n_{ij}$ .....	$n_{ic}$	$n_{i0}$
	...	·	· .....	· .....	·	·
Nivel r	$n_{r1}$	$n_{r2}$ .....	$n_{rj}$ .....	$n_{rc}$	$n_{r0}$	
Total Marginal	$n_{.1}$	$n_{.2}$ .....	$n_{.j}$ .....	$n_{.c}$	$N$	

Fuente: Ruiz-Maya y otros (1995).

Esta tabla se representa en su forma genérica como la que aparece en el Cuadro III.4. Así, considerando una población (o una muestra) compuesta por N individuos sobre los que se pretende analizar simultáneamente dos atributos o factores, factor 1 y factor 2; designando por  $A_1, \dots, A_r$  y por  $B_1, \dots, B_c$  las r y c modalidades del factor 1 y del factor 2, respectivamente; y por  $n_{ij}$  el número de individuos que presentan a la vez las modalidades  $A_i$  y  $B_j$ , la tabla estadística que describe a los N individuos queda de la siguiente forma:

Un tipo particular de Tablas de Contingencia es el constituido por las tablas de orden  $2 \times 2$ . En estos casos los dos factores considerados presentan, cada uno de ellos, únicamente dos categorías excluyentes.

Los análisis de contingencia y los contrastes de independencia que se realizan se explican en el capítulo quinto, exponiendo a continuación el modelo teórico que sirvió para efectuar dichos análisis y contrastes. Antes de ello, conviene aclarar qué se entiende por independencia y asociación. Se puede afirmar que el hecho de que dos variables sean independientes entre sí, se traducirá en que los valores que tome una de las variables no vendrán influidos por la modalidad que adopte la otra. Por el contrario, cuando es posible encontrar coincidencias entre las modalidades presentadas por ambas variables se podrá formular la hipótesis de que

27 Recordar que en la presente investigación, dado que el número de empresarios a encuestar era relativamente pequeño no fue a priori seleccionada ninguna muestra, sino que la intención fue abarcar a la totalidad de la población.

entre tales variables existe algún tipo de relación (Ruiz-Maya, et.al, 1995). Recogida la información muestral en la tabla de doble entrada, con R filas y C columnas, la manera de llevar a cabo el contraste de independencia entre los dos factores (A y B) con R y C niveles respectivamente depende del modelo considerado con relación al diseño del experimento, es decir al procedimiento de muestreo<sup>27</sup>.

Sin entrar en un examen exhaustivo de cada modelo, cabe indicar que el planteamiento general del contraste de independencia, al ser éste un contraste de significación para contrastar la hipótesis nula  $H_0$ : “los dos factores involucrados en la tabla de contingencia son independientes”, frente a la alternativa  $H_1$ : “existe asociación entre ambos”, se debe calcular la probabilidad (bajo la hipótesis nula) de obtener la disposición de frecuencias observadas (tabla observada) o aquellas otras que evidencien igual o mayor alejamiento de la hipótesis de independencia que la disposición de frecuencias observadas, de entre todas las tablas ( $2 \times 2$ ) que obedezcan al mismo diseño que la tabla observada. Una vez calculada dicha probabilidad se comparará con un nivel de significación prefijado, para determinar si la tabla observada proporciona evidencia suficiente en contra de la hipótesis de independencia formulada.

Por consiguiente, y siguiendo a Ruiz-Maya (1995), los pasos a dar para contrastar la hipótesis de independencia son los siguientes:

- 1) Obtención del espacio muestral: conjunto de todas las tablas de contingencia –todas las posibles disposiciones de frecuencias– que obedezcan al mismo diseño que la tabla observada, es decir, sean compatibles con todas las restricciones que en dicho diseño se hayan establecido.
- 2) Selección de las tablas que se alejen de la hipótesis de independencia tanto o más que la tabla observada (incluyendo por tanto esta última).
- 3) Para las tablas seleccionadas en el punto anterior, cálculo de la probabilidad de ocurrencia de cada una de ellas bajo la hipótesis nula de independencia.
- 4) Suma de las probabilidades calculadas en el punto precedente, y comparación con el nivel de significación previamente fijado.
- 5) Toma de decisión relativa al rechazo o no rechazo de la hipótesis nula de independencia.

La realización del contraste resulta más laboriosa en la medida que el tamaño muestral y/o el número de categorías o niveles de las variables aumenta. Por ello, se proponen diferentes métodos aproximados para una distribución de probabilidad conocida y tabulada.

No obstante, la forma más práctica y sencilla de realizar el contraste de independencia entre dos variables en una tabla de contingencia de orden  $R \times C$  (cuando son de aplicación distribuciones asintóticas) e independientemente del procedimiento de muestreo que sigan las variables cuya independencia se trata de analizar, es la utilización del *contraste ji-cuadrado de independencia* o el *contraste  $G^2$  de razón de verosimilitudes*.

#### Contraste $\chi^2$ de independencia

El procedimiento a seguir para efectuar este contraste se resume en las siguientes fases:

- a) Determinar el objetivo de esta prueba que, con carácter general, es contrastar la hipótesis nula  $H_0$ : "los factores A y B son independientes", frente a la alternativa  $H_1$ : "existe asociación entre los factores A y B". En términos probabilísticos significa que la probabilidad conjunta para cada par de niveles ( $p_{ij}$ ) es igual al producto de las probabilidades marginales de ambos niveles (respectivamente,  $p_{i.}$  y  $p_{.j}$ ), de forma que el contraste a realizar se plantea como sigue (Ruiz-Maya, et.al., 1990):

$$\begin{aligned} H_0: p_{ij} &= p_{i.} \cdot p_{.j} \quad \text{para todo } i \text{ y } j \\ H_1: p_{ij} &\neq p_{i.} \cdot p_{.j} \quad \text{para algún } ij \end{aligned}$$

Lógicamente si la hipótesis de independencia entre los factores A y B es cierta, las diferencias entre las frecuencias observadas ( $n_{ij}$ ) y las estimaciones de las frecuencias esperadas ( $\hat{E}_{ij}$ ) deben ser pequeñas y atribuibles a fluctuaciones aleatorias; si los factores A y B no son independientes se esperará, por el contrario, grandes diferencias entre  $n_{ij}$  y  $\hat{E}_{ij}$ .

- b) Proponer la hipótesis nula  $H_0$  y fijar un nivel de significación  $\alpha$ , que de forma genérica suele ser igual al 5%.
- c) Disponer los resultados obtenidos en la encuesta en una Tabla de Contingencia que será de  $2 \times 2$  en unos casos, y de  $R \times C$  en otros.
- d) Por último, proceder a la contrastación. En consonancia con el razonamiento expuesto anteriormente (apartado a), se contrasta la hipótesis de independencia entre los factores A y B mediante un test basado en las desviaciones existentes entre  $n_{ij}$  y  $\hat{E}_{ij}$ . Tal test fue propuesto por Pearson y utiliza el estadístico siguiente:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(n_{ij} - \hat{E}_{ij})^2}{\hat{E}_{ij}}$$

cuyo valor depende de la magnitud de las diferencias ( $n_{ij} - \hat{E}_{ij}$ ) y, por consiguiente, cuando exista independencia entre los valores A y B toma valores más pequeños que cuando tal condición no se dé (Ruiz-Maya, et.al, 1990).

Por otra parte, se necesita un criterio para decidir bajo qué valores del estadístico  $\chi^2$  se acepta la hipótesis de independencia entre los factores y bajo qué valores se rechaza. Tal criterio exige conocer la distribución de probabilidad del estadístico  $\chi^2$  y, en este sentido, asumiendo que las frecuencias observadas ( $n_{ij}$ ) siguen una distribución multinomial, el estadístico  $\chi^2$  para grandes tamaños muestrales sigue una distribución chi-cuadrado con  $(r-1)(c-1)$  grados de libertad, siendo r y c los niveles de los factores A y B respectivamente. Finalmente, y calculado y conocida la distribución de probabilidad del estadístico  $\chi^2$  para contrastar con un nivel de significación la hipótesis nula  $H_0$  de independencia entre los factores A y B, se procede de la siguiente manera:

- a) Búsqueda del valor crítico C de una distribución chi-cuadrado con  $(r-1)(c-1)$  grados de libertad tal que:

$$P(\chi^2_{(r-1)(c-1)} > C) = \alpha$$

- b) Aplicar el siguiente criterio:

- Si el valor del estadístico  $\chi^2$  es mayor que el valor crítico C, entonces  $P(\chi^2_{(r-1)(c-1)} > C) = \alpha$ , rechazándose la hipótesis nula de independencia entre los factores A y B y aceptándose su asociación.
- Si el valor del estadístico  $\chi^2$  es inferior al valor crítico C, entonces  $P(\chi^2_{(r-1)(c-1)} < C) = \alpha$  y, en consecuencia, se acepta la hipótesis de independencia entre los factores A y B.

#### Contraste $G^2$ de razón o cociente de verosimilitudes

Es una alternativa al estadístico Ji-cuadrado de Pearson para contrastar la hipótesis de independencia entre las variables, diferenciándose en que el estadístico  $\chi^2$  se basa en las diferencias entre las frecuencias observadas y

las esperadas y el  $G^2$  en el cociente entre las mismas. Así pues, para un nivel de significación  $\alpha$ :

- Si el valor asociado a la razón de verosimilitud ji-cuadrado es menor que  $\alpha$ , se rechaza la hipótesis nula de independencia entre las variables analizadas.
- Si por el contrario  $p$  es mayor que  $\alpha$ , se acepta la hipótesis nula de independencia entre las variables.

Aunque en los contrastes de independencia se pueden utilizar indistintamente los estadísticos  $\chi^2$  y  $G^2$ , el contraste  $\chi^2$  se utiliza más en tablas bifactoriales, mientras que en las multifactoriales se suele recurrir a la razón de verosimilitudes.

Por último, hay que hacer mención de algunas situaciones particulares que pueden afectar a los estadísticos calculados y a las distribuciones asintóticas de los mismos, convirtiéndose en muchos casos en limitaciones para su aplicación y requiriendo modificaciones previas para su posterior empleo. Entre estos problemas se incluyen la presencia de ceros estructurales en la tabla de contingencia (celdas vacías), tamaño muestral pequeño, tablas en las que existen celdas con frecuencias observadas de pequeña magnitud y otras elevadas, frecuencias esperadas de pequeña magnitud<sup>28</sup>, etc. En estos casos se suelen realizar análisis posteriores al de contraste, que permiten detectar las fuentes de asociación (análisis de los residuos, partición de tablas  $R \times C$  en tablas  $2 \times 2$  independientes, partición de las tablas  $R \times C$  en tablas  $2 \times 2$  dependientes, etc.).

En el caso de las tablas  $2 \times 2$ , el  $p$ -valor asociado al estadístico Ji-cuadrado de Pearson puede ser poco preciso. En el caso de que el número total de observaciones en la muestra sea grande, una alternativa al estadístico Ji-cuadrado de Pearson, que incorpora una corrección por continuidad y, por tanto, un  $p$ -valor más preciso, es la corrección de Yates. Si el tamaño muestral es pequeño, mediante la prueba de la probabilidad exacta de Fisher:

En esta investigación se aplica el contraste  $\chi^2$  de independencia corregido por el Test exacto de Fisher para tablas  $2 \times 2$ .

El test exacto de Fisher se caracteriza por utilizar no una aproximación de probabilidad, sino la distribución de probabilidad exacta de la

28 Se suele afirmar que las frecuencias esperadas son excesivamente pequeñas cuando son menores de 0,5. (Ruiz-Maya et.al., 1995).

configuración de frecuencias observadas. Para contrastar la hipótesis nula de independencia poblacional entre los factores mediante este test se suman las probabilidades, tanto de la tabla observada como de aquellas otras tablas (configuraciones) que sugieren mayor asociación que la de la tabla observada, y se compara, dicha suma de probabilidades, con el nivel de significación predeterminado  $\alpha$ , de tal manera que:

- Si  $\sum P_i > \alpha$ , se acepta la hipótesis nula de independencia poblacional.
- Si  $\sum P_i < \alpha$ , se rechaza la hipótesis nula, esto es, se acepta la asociación significativa entre ellos.

### **Análisis de la información cualitativa**

Para analizar la información cualitativa hay que tener presente que los resultados de un estudio de este tipo no se extrapolan de igual forma que los resultados de un estudio cuantitativo.

En concreto, en este estudio se emplearon dos técnicas cualitativas directas, la entrevista personal con los técnicos y directores de los programas objeto de estudio y la discusión grupal con algunos beneficiarios de los mismos, en las que no se ocultó el objetivo del estudio a los informantes. Por ello, a la hora de analizar los resultados hubo que interpretar de forma imparcial, no sólo los comentarios efectuados por los entrevistados, sino también sus actitudes y emociones y, en general, su conducta hacia el tema objeto de estudio.

En las entrevistas personales no se empleó ningún procedimiento electrónico de observación, registrando únicamente las notas más importantes de la conversación, para una vez finalizada proceder a su redacción. En cambio, en la discusión grupal sí se utilizó una grabadora para, una vez finalizada ésta, revisar detalladamente la reunión y estudiar minuciosamente determinados matices y aspectos de la conducta de los individuos analizados.

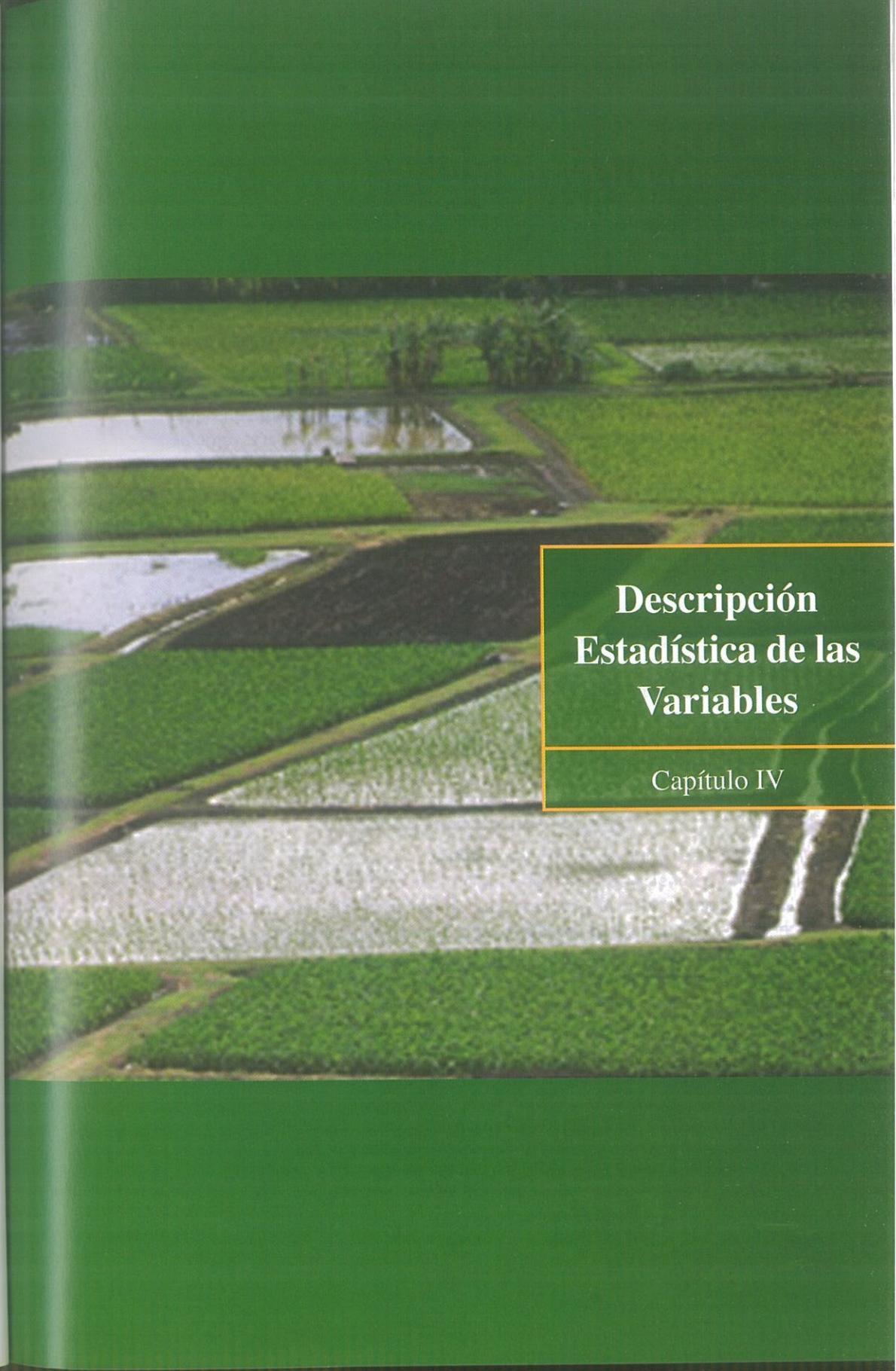
Con esta información cualitativa se profundiza en el conocimiento de la oferta de los servicios y apoyos facilitada por las instituciones de desarrollo rural, completando así el análisis comparativo efectuado desde la óptica de la demanda a través del análisis de contingencia.

### III.5. A modo de resumen

Tras la exposición detallada de la metodología empleada para desarrollar el estudio empírico, se resumen en este apartado los principales aspectos comentados.

Seleccionado el ámbito territorial objeto de estudio –las zonas rurales de la provincia de Huelva- y las instituciones de desarrollo rural a analizar –la Iniciativa LEADER II, el Programa Operativo PRODER y el Programa Escuela de Empresas-, el estudio empírico consiste en encuestar a los emprendedores rurales que han creado sus empresas con el apoyo de estos instrumentos (100), entrevistar a los técnicos y directores responsables de su efectiva aplicación (9) y dirigir una discusión grupal en la que participan algunos emprendedores previamente encuestados. Para encuestar a los emprendedores se emplea un cuestionario, compuesto en su gran mayoría por preguntas cerradas, a través de las cuales se pretende obtener información sobre las nuevas empresas y los emprendedores. Los técnicos fueron entrevistados mediante una entrevista personal semiestructurada, cuyo guión aborda cuestiones relacionadas con su perfil profesional, el funcionamiento de los programas o el impacto y pertinencia que han logrado en el tejido empresarial. Finalmente el grupo de discusión permite contrastar la información proporcionada por los técnicos con la opinión manifestada por los emprendedores beneficiarios de las distintos instrumentos de desarrollo rural.

La información anterior es tratada estadísticamente con el programa SPSS v.10 a través de un estudio de frecuencias y un análisis de contingencia. La información cualitativa es interpretada y analizada, completando así las conclusiones extraídas al analizar la información cuantitativa. Ambas permitirán cumplir el objetivo final perseguido en la investigación, esto es, comparar las distintas instituciones de fomento empresarial, en la dimensión concreta de fomentar la creación de nuevas empresas en el ámbito rural de la provincia de Huelva, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta.



## Descripción Estadística de las Variables

Capítulo IV

## IV DESCRIPCIÓN ESTADÍSTICA DE LAS VARIABLES

### IV.1 Introducción

En el presente capítulo se exponen los datos estadísticos (frecuencias y porcentajes) obtenidos a partir de las encuestas realizadas a los emprendedores, en las que se analizan las principales características de las empresas creadas, el perfil sociodemográfico y psicológico del emprendedor, así como algunas de sus opiniones con respecto a la creación de empresas en el medio rural. Dicha información servirá para realizar el estudio comparativo entre los diversos instrumentos de desarrollo rural analizados (capítulo V). No obstante, la amplitud y significación de los datos obtenidos hace oportuno una primera aproximación a nivel global (considerando de forma conjunta las tres instituciones de apoyo) e independiente (en este capítulo previo) del análisis comparativo.

### IV.2 Caracterización de las nuevas empresas rurales

Esta caracterización es efectuada a partir de las siguientes variables: año de constitución, sector de actividad, forma jurídica y tamaño, el cual se estudia, a su vez, a través de la inversión media inicial, el número de trabajadores (empleos generados) y el volumen medio anual de ventas.

#### A. Año de constitución de la empresa

El total de empresas analizadas, puestas en marcha durante el período 1995-2000 al amparo de las instituciones de fomento, asciende a 100<sup>29</sup>, lo que supone que dichas firmas se han creado a un ritmo anual de 16 empresas cada año, una cifra que si se compara con el ritmo de creación de empresas que existe, en general, en la provincia de Huelva (20 empresas cada año<sup>30</sup>), denota, a priori, un efecto modesto de las medidas estudiadas. No obstante, a esta inicial impresión habrá que sumar los resultados derivados del estudio comparativo, así como las respuestas obtenidas al estudiar no ya sólo el tipo de empresa, sino también el perfil y opinión del emprendedor. Estos aspectos serán considerados en apartados posteriores.

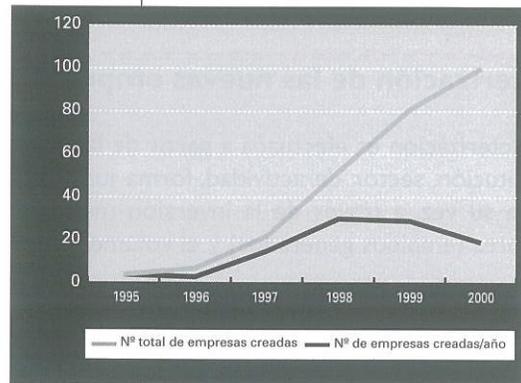
29 Recordar que según los datos facilitados por los técnicos y directores de las medidas de fomento, el número de nuevas empresas alcanzaba 126. No obstante, el análisis sólo fue realizado a 100 de éstas (ver Capítulo III).

30 Según el "Análisis del tejido empresarial onubense" desarrollado por Carrasco y otros (1999).

Si se analiza la distribución de las empresas según el año de constitución, se revela, como puede apreciarse a través del gráfico IV.1., que más de las tres cuartas partes de las nuevas firmas se han puesto en marcha durante los tres últimos años. Esto permite establecer dos tramos de antigüedad en las iniciativas empresariales: aquellas constituidas entre 1995 y 1997, que suponen el 22% del total, y las fundadas entre 1998 y el año 2000.

Las primeras, aunque en una menor proporción, han demostrado poseer cierta estabilidad en el mercado al superar los tres años de vida, fecha crítica según los estudios que analizan la mortalidad empresarial (Timmons, 1996; Veciana, 1999; Vesper, 1992; etc.), evidenciando así la calidad de las iniciativas que se están emprendiendo en el medio rural onubense. En cuanto a las empresas de más reciente creación –las creadas entre los años 1998 y 2000–, su número manifiesta, en parte, el dinamismo emprendedor que se comienza a vislumbrar en estos espacios rurales.

GRÁFICO IV.1 Número de empresas creadas



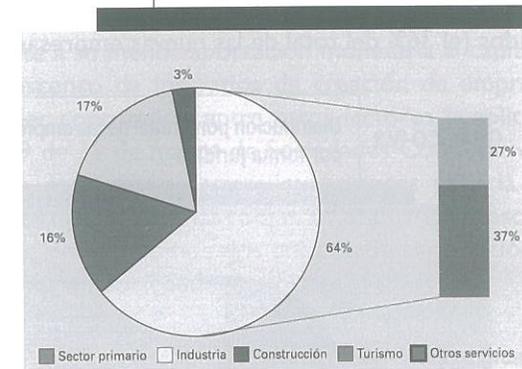
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en términos dinámicos, se observa a partir del Gráfico IV.1. que la creación de empresas presenta una tendencia creciente hasta el año 1998, donde se alcanza el nivel máximo, para posteriormente invertirse y decrecer hasta el año 2000.

### B. Actividad

Como se observa en el Gráfico IV.2., y siguiendo la tendencia a la terciarización que durante las últimas décadas viene experimentando la economía española en su conjunto, predominan las nuevas empresas de servicios (64%) sobre las agrarias o industriales, destacando aquéllas por su especial carácter innovador.

GRÁFICO IV.2 Distribución porcentual de las empresas por sector de actividad.



Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, y dentro del sector servicios, hay que acentuar el importante peso de las empresas que desarrollan una actividad vinculada al turismo rural (el 27% del total de las empresas), corriente observada en el contexto español y que revela, en parte, la nueva valoración que en los últimos años hace un amplio sector de la sociedad de los recursos naturales. Añadir, además, que las actividades predominantes en este sector turístico son las de “Alojamiento” y “Restauración”, manifestándose así la necesidad de promocionar, quizás en mayor grado, la puesta en marcha de otras actividades complementarias a las citadas, como pudieran ser la organización de rutas turísticas, venta de productos típicos artesanales, etc.

En cuanto al sector industrial destacar, en especial, 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 objeto de estudio.

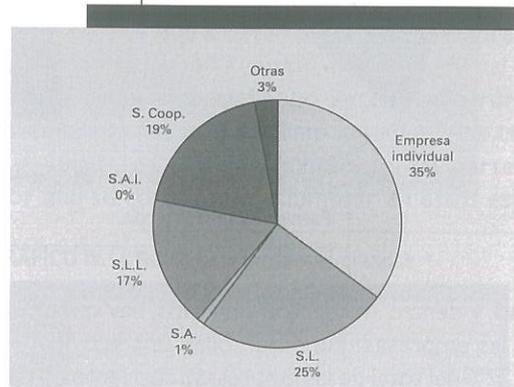
Por último, y en cuanto a las empresas incluidas en el sector primario, subrayar su carácter innovador, al operar en mercados con gran potencial de futuro (empresas de acuicultura entre otras).

### C. Forma jurídica

Al considerar la estructura jurídica de las firmas que se han puesto en marcha se aprecia una clara preferencia por la empresa individual, forma que adopta el 35% de las nuevas empresas (ver Gráfico IV.3.).

Entre las firmas societarias, predomina la Sociedad Limitada (25%), seguida de la Sociedad Cooperativa (19%) y de la Sociedad Limitada Laboral (17%). Estas dos últimas conforman el total de empresas de Economía Social<sup>31</sup> puestas en marcha al amparo de los instrumentos de desarrollo rural considerados (el 36% del total de las nuevas empresas).

GRÁFICO IV.3 Distribución porcentual de las empresas por forma jurídica



Fuente: Elaboración propia.

Por lo que se refiere a la Comunidad Autónoma andaluza, y en particular a la provincia de Huelva, donde tres de cada diez empresas creadas son empresas de Economía Social<sup>32</sup>, hay que acentuar la importancia de este tercer sector en la actividad económica.

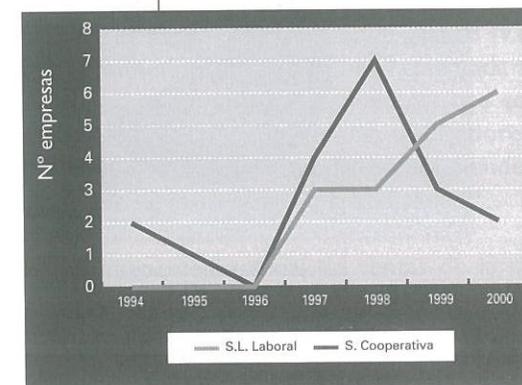
En concreto, entre el conjunto de las empresas de Economía Social halladas en este estudio –Sociedades Cooperativas y Sociedades Limitadas Laborales–, se aprecia, a priori, un cierto equilibrio en cuanto a su número, si bien la evolución temporal de ambas formas presenta importantes disparidades. Así, en el Gráfico IV.4. puede observarse que la creación de Sociedades Cooperativas sigue un ritmo irregular, manifestándose su predominio, sobre todo, durante los cinco primeros años, con una tendencia decreciente a partir de 1998. Paralelamente, la preferencia por la Sociedad Limitada Laboral se hace más evidente en las empresas creadas durante

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

32 Informe sobre la Economía Social (FAECTA). <http://www.faecta.com/>.

los tres últimos años. Esta circunstancia podría ser explicada, parcialmente, por el efecto positivo de la nueva Ley 4/1997 de Sociedades Laborales que permite la creación 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. Por otro lado, al descenso de los ratios de creación de empresas cooperativas puede haber contribuido, entre otros factores, la aplicación de la nueva Ley 2/1999 de 31 de marzo de Sociedades Cooperativas Andaluzas, que contempla restricciones muy importantes para la contratación de trabajadores no socios en las cooperativas de trabajo asociado<sup>33</sup> (de hecho es evidente en los últimos dos años la transformación de este tipo de Cooperativas en Sociedades Laborales).

GRÁFICO IV.4 Distribución temporal de las empresas de Economía Social



Fuente: Elaboración propia.

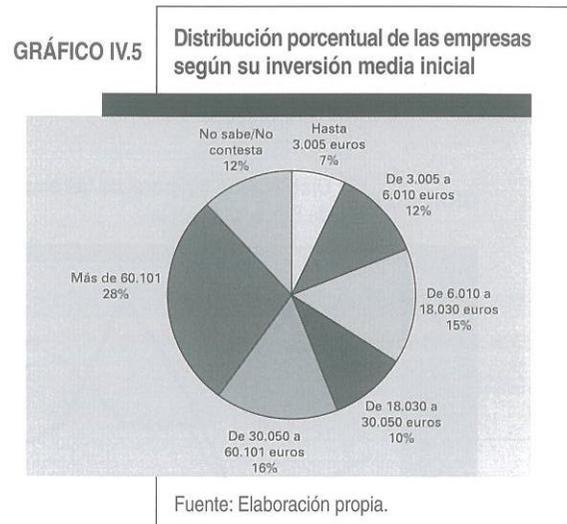
#### D. Tamaño

Para conocer la dimensión de las nuevas empresas se han considerado tres variables distintas: inversión media inicial, número de trabajadores o empleos generados y volumen medio anual de ventas.

En el gráfico IV.5. puede verse que la inversión media inicial de la mayoría de las nuevas empresas supera los 60.010 euros, cantidad que es financiada, en la mayoría de los casos, con préstamos bancarios, ahorros de los propios

33 Según el artículo 126.1 de la nueva Ley de Cooperativas Andaluzas, se establece por 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.

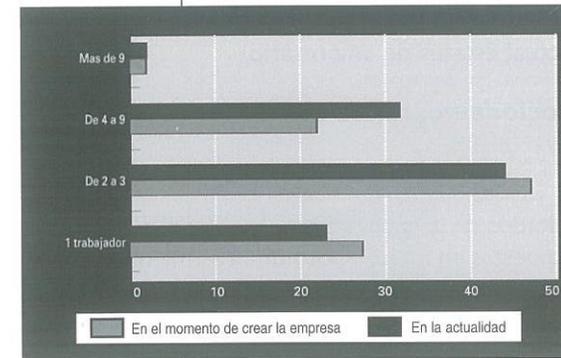
emprendedores y fondos procedentes de la capitalización de prestaciones por desempleo contemplada en el Real Decreto 1044/1985 de 19 de junio y en la Ley 22/1992 de 30 de julio. Se descubre en ésta última una nueva fuente de financiación para los emprendedores amparados por las medidas de fomento observadas. Las otras dos fuentes financieras apuntadas coinciden, sin embargo, con las observadas en estudios empíricos similares (Santacoloma, 1988; Díez, 1995, etc.).



Por otro lado, el número de empleos generados con la puesta en marcha de las iniciativas empresariales ascendió a 288. Esta cifra indica que, por término medio, la creación de una nueva empresa supuso inicialmente la formación de casi tres 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 una cuarta parte de las empresas objeto de estudio tan sólo significaron el autoempleo del emprendedor. Un 47% de las nuevas firmas tenía entre dos y tres trabajadores, el 23% entre cuatro y nueve empleados, y tan sólo un 1% de las empresas poseía más de nueve trabajadores (ver gráfico IV.6.).

**GRÁFICO IV.6** Distribución porcentual de las empresas según el número de trabajadores



En cambio, y como se puede observar en el gráfico IV.6., la plantilla de trabajadores de las empresas se ha visto incrementada a lo largo de los años de su actividad, de tal forma que mientras que se ha reducido la proporción de empresas con menos de tres trabajadores, ha aumentado el porcentaje de aquellas que superan dicha cifra, siendo 326 el número total de empleos que se mantienen en la actualidad<sup>34</sup>.

Finalmente, el volumen medio anual de ventas de la mayoría de estas empresas no supera los 36.060 euros, cifra que junto con el número de empleos generados y la inversión media inicial refleja la reducida dimensión de estas iniciativas, en consonancia con el tamaño característico de las unidades productivas andaluzas.

### IV.3. Caracterización del emprendedor rural

Esta caracterización 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 empresariales.

En segundo lugar, el perfil sociodemográfico del emprendedor rural se completa con su perfil psicológico, esto es, lo que Sexton y Smilor (1986) identifican teóricamente con la motivación emprendedora. En este sentido,

<sup>34</sup> Esta cifra corresponde a los empleos que en el momento de realización de las encuestas (de febrero a junio del año 2001) mantienen dichas firmas.

y bajo este apartado se tratará de comprobar cuáles han sido los factores que más han influido en los empresarios encuestados para decidirse a crear su propia empresa, cuáles eran sus intereses iniciales por dedicarse a la actividad empresarial y cuál es el grado de satisfacción que poseen con el actual estatus de empresario.

### Perfil sociodemográfico del emprendedor rural

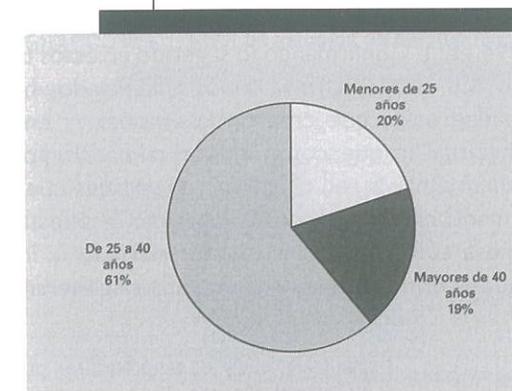
#### A. Sexo

Los resultados de la encuesta revelan que el 76% de las empresas creadas han sido puestas en marcha por hombres, mientras que las emprendedoras tan sólo han creado el 24% de las firmas. Puede sorprender, a priori, el reducido número de mujeres que ponen en marcha una idea de negocio en el medio rural, sobre todo, si se consideran las conclusiones obtenidas en otros estudios que abordan el fenómeno emprendedor; y que muestran cómo las mujeres, como colectivo que sufre mayor discriminación que los hombres, se ven inducidas a ejercer la actividad empresarial para salir así de sus circunstancias de marginalidad (Collins y Moore, 1979; Mercadé, 1998, etc.). No obstante, es posible que esta realidad no sea más que el reflejo de una situación más grave, en la que esta población rural femenina ni siquiera se plantea buscar un trabajo, bien porque no lo hay adecuado para ellas, o bien porque las propias cifras del desempleo masculino unido a la mentalidad tradicional de estas zonas rurales, disuade a las mujeres de llevar a cabo cualquier iniciativa empresarial.

#### B. Edad

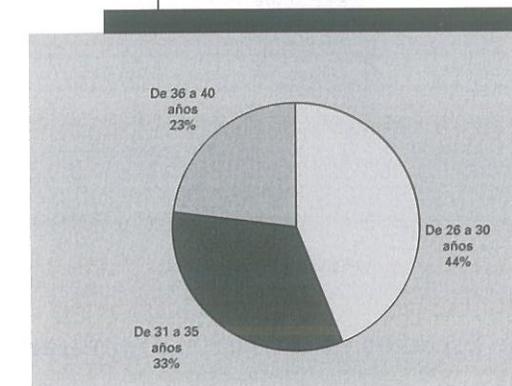
En los trabajos que analizan la edad del emprendedor parece existir cierto consenso en situar este valor dentro de un amplio intervalo comprendido entre los 25 y 40 años (Veciana, 1989), dato que se constata en esta investigación, y donde el 61% de los emprendedores crearon sus empresas con edades incluidas en dicho intervalo (ver gráfico IV.7.a.). Así mismo, cabe destacar que dos de cada diez emprendedores crearon la empresa con menos de 25 años, mientras que en el 19% de los casos, los emprendedores que pusieron en marcha las empresas contaban con más de cuarenta años.

GRÁFICO IV.7a Distribución de los emprendedores por edad



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO IV.7b Distribución de los emprendedores con edad entre 25-40 años



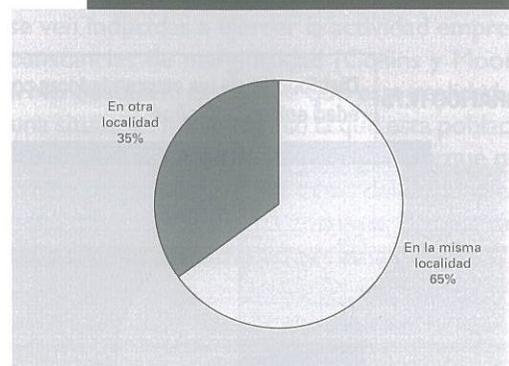
Fuente: Elaboración propia.

Concretando aún más, se aprecia en el gráfico IV.7.b. que casi la mitad de los emprendedores cuya edad se situaba entre 25-40 años (el 44%), tenían entre 26 y 30 años, el 33% entre 31 y 35, y el 23% restante entre 36 y 40. En definitiva, y según los datos apuntados, casi la mitad de los encuestados no superaba los 30 años en el momento de poner en marcha la iniciativa empresarial, corroborándose así los valores apuntados en algunos estudios realizados en la Comunidad Autónoma andaluza, donde los emprendedores suelen ser más jóvenes que en el resto de país (Díez, 1995).

### C. Lugar de origen

El lugar de origen de los emprendedores ha sido un aspecto estudiado en numerosas investigaciones (Cooper, 1985; Cooper y Dunkelberg, 1987; Garofoli, 1994, etc.). Confirmando lo sugerido en estos trabajos, se observa en el gráfico IV.8. que la mayoría de los encuestados habían nacido en la misma localidad en la que crearon la empresa y en la que tenían su residencia habitual, lo que, como indican tales estudios, podría haberles permitido 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 generar.

GRÁFICO IV.8 Distribución de los emprendedores por lugar de nacimiento



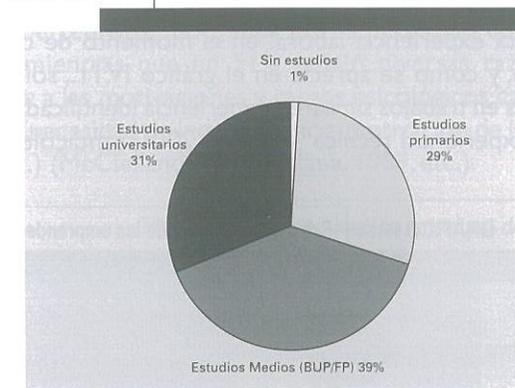
Fuente: Elaboración propia.

### D. Nivel de Estudios y Formación Empresarial

Entre la población objeto de estudio la mayor proporción de los emprendedores posee estudios de grado medio (BUP o FP) (ver gráfico IV.9.), un porcentaje significativo (el 31%) son universitarios, mientras que el 29% tan sólo cuenta con estudios primarios (el 1% restante carece de estudios). No obstante, y para un futuro próximo, es posible vaticinar un aumento en la proporción de emprendedores rurales universitarios ya que, por un lado, cada vez son más los jóvenes del medio rural que cursan una carrera universitaria, y por otro, y pese a que tradicionalmente la universidad española no ha fomentado, ni en sus planes de estudios, ni en su transmisión de valores, el arraigo del espíritu empresarial entre los estudiantes, en los últimos años, de acuerdo con la mayor concienciación existente en la sociedad sobre la necesidad de emprender, comienza a

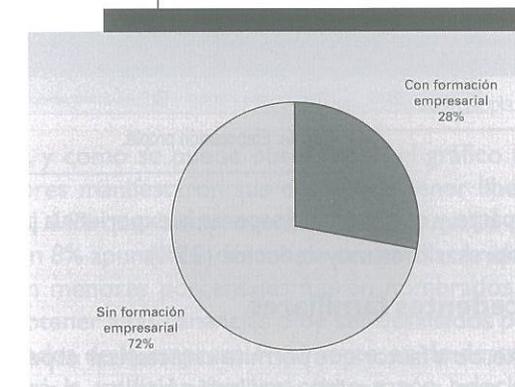
manifestarse en la universidad un mayor interés por difundir e incentivar los comportamientos empresariales<sup>35</sup>.

GRÁFICO IV.9 Nivel de estudios de emprendedores



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO IV.10 Formación empresarial



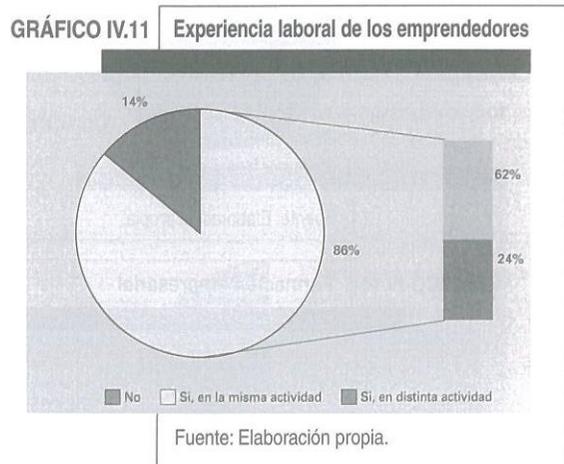
Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, se observa a partir del gráfico IV.10. que el 72% de los emprendedores carece de una formación específicamente empresarial, algo preocupante, a priori, si se acepta lo dispuesto en numerosos estudios que analizan el fenómeno emprendedor y que consideran la formación empresarial como un factor relevante para lograr la supervivencia de la empresa, y en su extremo, la excelencia empresarial (Vesper, 1982; Veciana, 1989; Timmons, 1994).

35 Para ampliar información sobre este aspecto consultar el trabajo de De Pablo (2001).

## E. Experiencia Laboral

La experiencia es otra de las variables que ayudan a definir el perfil del emprendedor rural. En este sentido, las encuestas realizadas ponen de manifiesto que la gran mayoría de los emprendedores (el 86%) contaba con cierta experiencia laboral en el momento de crear la empresa. Sin embargo, y como se aprecia en el gráfico IV.11., sólo el 62% estuvieron ocupados en trabajos similares, experiencia identificada en algunos estudios como “experiencia técnica” (Pinillos, 2001; Santacolomo, 1988).



Por otra parte, y como era de esperar, la experiencia previa del encuestado como empresario es muy reducida (25%).

## F. Antecedentes familiares

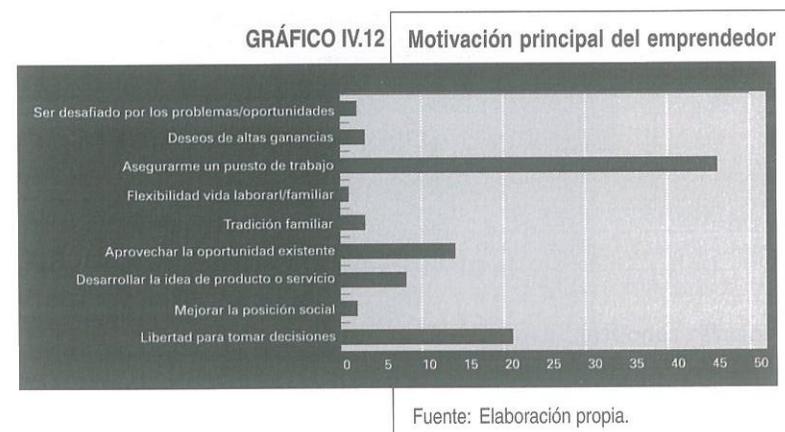
Finalmente, otro factor que permite caracterizar el perfil del emprendedor del medio rural es su posible vinculación familiar –o a través de una estrecha y cercana amistad- con algún empresario. En este sentido son numerosas las investigaciones que acentúan la influencia positiva que tiene en el emprendedor la existencia de un entorno familiar en los que hay o ha habido empresarios, 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 (Carsrud et.al, 1995; Shaper, 1984; Dubini, 1989, Pinillos, 2001, etc.).

Concretamente, en el conjunto de la población encuestada se percibe cierto equilibrio entre los emprendedores que tenían algún familiar –o amigo próximo- empresario (el 54%) y los que no (46%).

## Perfil psicológico del emprendedor rural

### A. Motivación Principal

Los resultados de la encuesta revelan que el 46% de los emprendedores estuvieron fuertemente motivados por la necesidad de crear su puesto de trabajo, mientras que un 51% señaló diversas razones, las cuales responderían a las motivaciones y rasgos psicológicos característicos del empresario (necesidad de independencia, motivación de logro, propensión al riesgo, etc.) (McClelland, 1961; Veciana, 1989, etc.).



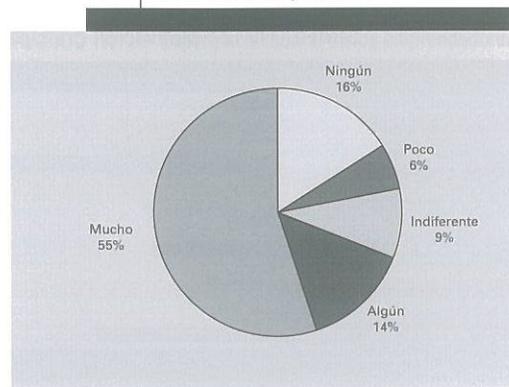
En concreto, y como se puede observar en el gráfico IV.12., el 21% los emprendedores manifestaron sus deseos de tener libertad para tomar decisiones, el 14% querían aprovechar la oportunidad descubierta en el mercado y un 8% apuntó los deseos de desarrollar la idea de producto o servicio. Con menores porcentajes fueron nombrados, entre otros, los deseos de obtener altas ganancias o de ser desafiados por los problemas y oportunidades de la empresa. Finalmente, es de destacar que tan sólo un 3% apuntó la tradición familiar como razón principal para crear la empresa, algo que, en parte, viene a confirmar los reducidos hábitos empresariales que caracterizan, en general, a las zonas rurales andaluzas, y en particular a las áreas estudiadas de la provincia de Huelva.

### B. Interés inicial por la actividad empresarial

Como refleja el gráfico IV.13. existe una proporción importante de emprendedores que declara que siempre había estado interesado en crear una empresa (el 55%). El 14% asegura que era una cuestión en la que había pensado en alguna ocasión, mientras que el 9% se mostraba indiferente. Igualmente minoritario resultó el porcentaje de los que o bien tenían poco interés (6%) o ninguno (16%).

Estos datos sugieren que la mayoría de encuestados son personas que, a priori, tenían prácticamente decidido convertirse en empresarios, si bien la ayuda de las instituciones pudo servir para, finalmente, poder llevar a cabo tal decisión. No en vano, Timmons (1994) identifica los recursos como la tercera fuerza conductora en el proceso emprendedor, junto con los fundadores y la oportunidad.

**GRÁFICO IV.13** Interés de los emprendedores por ejercer la actividad empresarial antes de crear la empresa

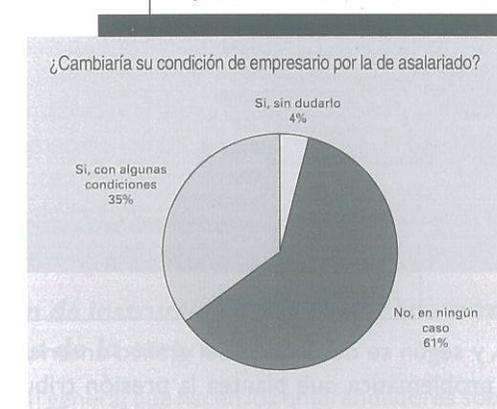


Fuente: Elaboración propia.

### C. Satisfacción con el estatus de empresario

Una última cuestión vinculada con la motivación emprendedora confirma los resultados obtenidos en los apartados anteriores. Concretamente, al indagar sobre el grado de satisfacción a posteriori con el estatus de empresario, se descubre que en el 61% de los casos los emprendedores no cambiarían en ningún caso su condición de empresarios, mostrándose, por tanto, plenamente satisfechos con su actividad actual. No obstante, como se observa en el gráfico IV.14., también es significativa la proporción de los encuestados que estarían dispuestos a cambiar su condición actual por la de asalariados, con algunas condiciones (35%), mientras que el 4% lo haría sin dudar.

**GRÁFICO IV.14** Grado de satisfacción con el estatus de empresario



Fuente: Elaboración propia.

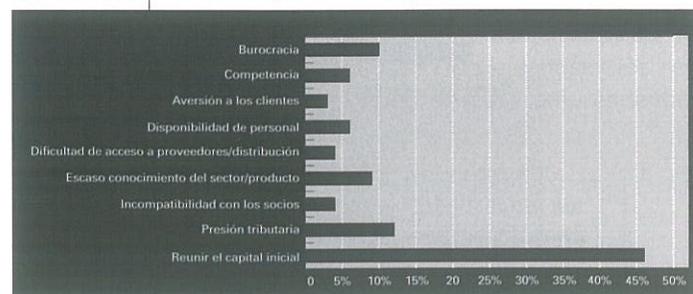
## IV.4. La opinión del emprendedor rural

La opinión de los emprendedores sobre algunas cuestiones relacionadas con la creación de empresas en el medio rural, aporta información de gran utilidad a la hora de definir mejor las acciones de desarrollo rural que pudieran servir para fomentar el ejercicio de la actividad empresarial en este entorno. Con esta finalidad, se incluyó en la encuesta un grupo de cuestiones relacionadas con la identificación de aquellos factores que podrían actuar a modo de obstáculos o barreras a la creación de empresas en el medio rural y con la apreciación de aquellas medidas que, en mayor grado, podrían solventar tales dificultades y, en consecuencia, fomentar el fenómeno empresarial en el ámbito rural. Finalmente, en este apartado se profundiza en la valoración genérica del emprendedor sobre las instituciones analizadas en el presente trabajo.

### *Principales obstáculos a la creación de empresas en el ámbito rural*

En este sentido, las principales conclusiones extraídas en el estudio demuestran que la dificultad para reunir el capital inicial constituye el principal problema de la nueva empresa rural. Concretamente, así lo apuntan el 46% de los emprendedores (ver gráfico IV.15).

GRÁFICO IV.15 Dificultades para crear la empresa



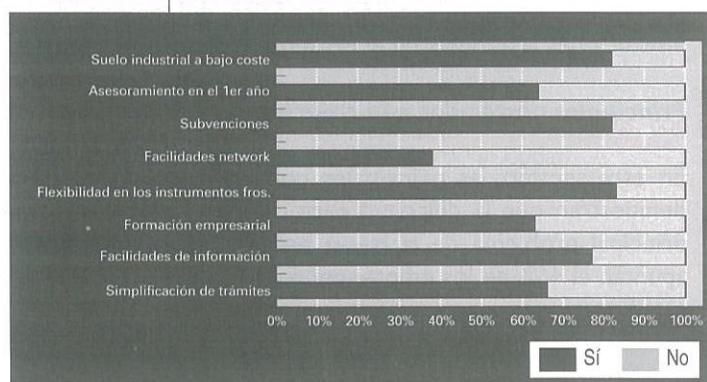
Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, y según se desprende del gráfico anterior, se puede destacar además la problemática que plantea la presión tributaria o los trámites burocráticos, aspectos señalados por el 12 y 10% de los encuestados respectivamente.

### Medidas de estímulo a la creación de empresas en el ámbito rural

En el diseño y definición de las instituciones de desarrollo rural que contemplan el fomento empresarial, el punto de vista de los emprendedores es crucial. En este sentido, y ante la pregunta "¿considera muy importante la medida «X» para fomentar la creación de empresas en el medio rural?" se descubre que los apoyos financieros son los más valorados por los encuestados, considerando de mucha importancia tanto la concesión de subvenciones, como la flexibilidad de los instrumentos financieros y la oferta de suelo industrial a bajo coste.

GRÁFICO IV.16 Medidas de estímulo a la creación de empresas



Fuente: Elaboración propia.

Del gráfico IV.16. se desprende también que las facilidades para crear una network o red de contactos sociales, tan valorada desde el punto de vista teórico<sup>36</sup>, recibe muy escasa valoración por la mayoría de los emprendedores (el 62% considera que no es un factor muy importante).

Finalmente, medidas como la reducción de los trámites administrativos para crear una empresa, ofrecer mayor información sobre oportunidades de negocio, ofrecer formación empresarial o asesoramiento durante el primer año de vida de la empresa, son valoradas favorablemente, pero en menor grado que aquellas que conceden una ayuda económica al emprendedor.

### Valoración de instrumentos de desarrollo rural e influencia en la creación de la empresa

La valoración general que hacen los emprendedores sobre el apoyo recibido por las instituciones analizadas en este trabajo (LEADER II, PRODER y Programa Escuela de Empresas), puede calificarse, en general, de satisfactoria, dado que casi la mitad de los encuestados (el 47%) declara que la ayuda le ha facilitado, mucho o bastante, su labor en la creación de la empresa.

GRÁFICO IV.17 Valoración de las instituciones para la creación de empresas



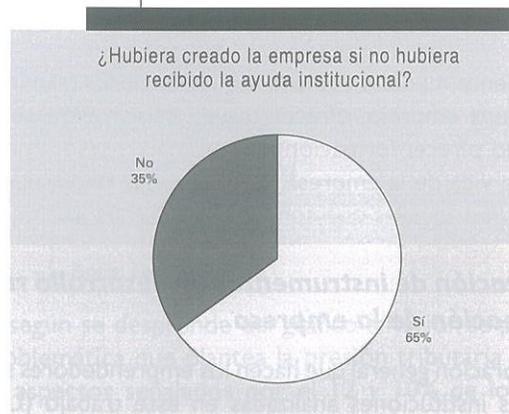
Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en el gráfico IV.17., el 37% de los emprendedores se muestra indiferente, mientras que un 16% valora negativamente la ayuda, considerando que ésta le ha proporcionado poco apoyo (el 7%) o ninguno (el 9%).

36 Ver, entre otros, los trabajos de Aldrich, et.al., (1986); Larson et.al., (1993); Dubini et.al., (1991); y Carsrud, et.al., (1995).

GRÁFICO IV.18.a

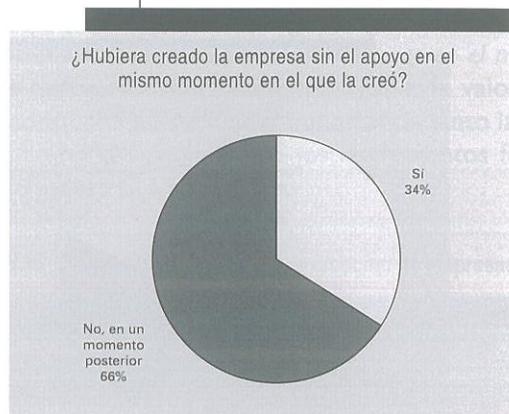
**Influencia de la institución en la creación de las nuevas empresas**



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO IV.18.b

**Influencia de la institución en emprendedores decididos a crear la empresa**



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, la influencia de las instituciones en la puesta en marcha de las nuevas empresas no parece tan evidente, según se desprende del gráfico IV.18.a., en el que se representa la respuesta de los encuestados a la cuestión “¿hubiera creado la empresa si no hubiera recibido la ayuda institucional?”. Como se puede apreciar, tan sólo el 35% de los emprendedores reconoció que, en efecto, la ayuda institucional había influido de manera importante,

aunque parcialmente dado los múltiples factores que condicionan la creación de una nueva empresa, en su decisión de poner en marcha la iniciativa empresarial. Por el contrario, el 65% de los encuestados aseguran que hubieran creado la empresa incluso si no hubieran recibido la ayuda. Sin embargo, y como se aprecia en el gráfico IV.18.b., tan sólo el 34% de éstos afirma que lo habría hecho en el mismo momento en que lo hicieron (esto es 22 de los 65 emprendedores), mientras que el resto responde que habrían creado la empresa, aunque, quizás, en un momento posterior.

De esta manera, se confirma 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 (Gnyawali et.al, 1994; Bloodgood et.al. 1995, etc.). Así mismo, y en ausencia del instrumento de desarrollo rural la decisión del emprendedor habría sido pospuesta, y por ello quedaría sujeta a la incertidumbre propia de toda acción futura.

#### IV.5. A modo de resumen

Para concluir este capítulo, se destacan en el presente apartado las notas más significativas de las variables caracterizadoras de las nuevas empresas rurales, así como de los rasgos y opiniones de los emprendedores que las ponen en marcha.

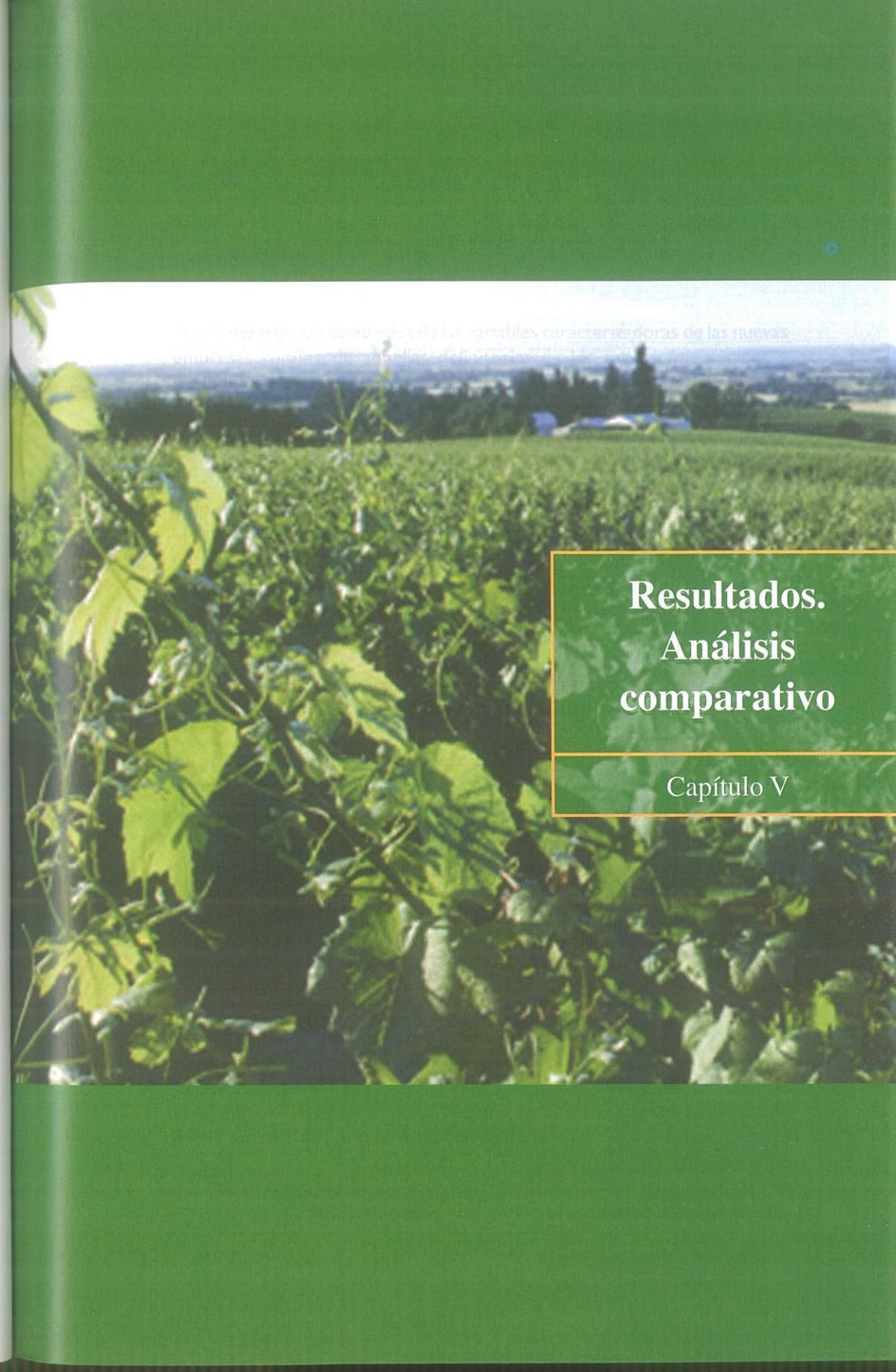
En cuanto a la caracterización general de las cien nuevas empresas creadas durante el período 1995-2000, acentuar el importante peso de la pequeña empresa individual que opera en el sector servicios. El capital inicial, que sobrepasa mayoritariamente los 18030 euros (54% de los casos), es financiado con préstamo bancario, ahorros de los propios emprendedores y fondos procedentes de la capitalización de prestaciones por desempleo, situándose su volumen medio anual de ventas en torno a los 36060 euros. Con respecto al perfil sociodemográfico del emprendedor rural, el análisis efectuado pone de manifiesto que éste se corresponde con un hombre, menor de treinta años, con estudios de grado medio. En general, carecen de formación empresarial y de experiencia en la creación de empresas, aunque la mayoría posee experiencia en la misma actividad a la que se dedican actualmente como empresarios.

Por otro lado, y teniendo en cuenta el perfil psicológico se pone de manifiesto que la mayoría de los encuestados tenía un interés inicial por

ser emprendedor y, en consecuencia, se encuentra plenamente satisfecho con su estatus actual, predominando, además, los emprendedores motivados por razones que se corresponden con los rasgos y características propias de la actividad empresarial (independencia, motivación de logro, etc.).

Las dificultades financieras se revelan como los principales obstáculos que ha de superar la nueva empresa rural. En consonancia con esto, los emprendedores valoran más los apoyos financieros que cualquier otro tipo de ayuda que pudiera facilitar la puesta en marcha de la iniciativa empresarial.

Finalmente, las instituciones de desarrollo rural analizadas en el trabajo reciben, en general, una valoración positiva por parte de los emprendedores que se han beneficiado de sus apoyos.



## Resultados. Análisis comparativo

Capítulo V

## V. RESULTADOS. ANÁLISIS COMPARATIVO

### V.I. Introducción

Tras la descripción estadística de las variables caracterizadoras de las nuevas empresas rurales, de aquellas definitorias de los rasgos psicológicos y sociodemográficos de los emprendedores, y de las que resumían la opinión de éstos sobre algunos aspectos relacionados con el fenómeno emprendedor en el medio rural (capítulo IV), se exponen en este capítulo los resultados hallados en el estudio comparativo efectuado sobre los principales instrumentos de desarrollo rural que fomentan la creación de empresas en las zonas rurales de la provincia de Huelva. En concreto, con el estudio comparativo se pretende descubrir las similitudes o diferencias entre la Iniciativa LEADER II, el Programa PRODER y el Programa Escuela de Empresas, tanto desde el punto de vista de la demanda, es decir de sus beneficiarios (nuevas empresas y emprendedores), como desde el punto de vista de la oferta, es decir a partir de la estructura y funcionamiento de los programas. Así mismo, y con dicho estudio, se tratará de contrastar el grado de adecuación entre los servicios ofrecidos por los instrumentos y las necesidades manifestadas por los emprendedores.

En primer lugar, para realizar el estudio comparativo desde la óptica de la demanda se emplea el análisis de contingencia. Específicamente, a través de este análisis se examinan las posibles relaciones de asociación o dependencia entre los instrumentos de desarrollo rural considerados y las variables más relevantes que se han utilizado para caracterizar el tipo de empresa creada y los rasgos y opiniones del emprendedor rural que la pone en marcha. En este sentido, y dado que la base de datos recogida fue muy amplia, fue necesario filtrar los datos de mayor interés para efectuar de forma más clara el estudio comparativo.

Por otro lado, al abordar en esta investigación instrumentos de desarrollo rural que contemplan apoyos de distinto carácter a la creación de empresas, de una parte medidas directas, económicas o “duras”, tales como la Iniciativa LEADER II o el Programa PRODER, y de otro medidas de carácter no económico o “blandas”, como el Programa Escuela de Empresas, se ha optado por desarrollar este primer análisis comparativo desde una doble perspectiva:

- a) Una primera en la que se consideran simultáneamente las variables explicativas de la demanda de los servicios (empresas y emprendedo-

res) en los dos instrumentos de apoyo directo, permitiendo así descubrir las semejanzas y diferencias más significativas entre ellos. Además, y dado que cada una de estas instituciones extiende su ámbito de actuación a dos zonas claramente diferenciadas –la Iniciativa LEADER II en el norte de la provincia de Huelva, mientras que el programa PRODER lo hace en el sur-, este análisis comparativo también pone de manifiesto las disparidades o semejanzas que pudieran existir entre las empresas y emprendedores que desarrollan sus iniciativas en estas dos zonas.

- b) En segundo lugar, se realiza un estudio análogo al anterior pero considerando los dos tipos de apoyo abordados –directo e indirecto-, lo que permitirá revelar las principales similitudes y disparidades que existen entre estas dos formas de impulsar la actividad empresarial.

En ambos casos, la presentación de los resultados se realizará mediante su disposición en Tablas de Contingencia y las diferencias vislumbradas se comprobarán estadísticamente contrastando las posibles relaciones de asociación o independencia a través de la prueba Chi-cuadrado de Pearson, corregida por la prueba de significación de Fisher en tablas de contingencia de  $2 \times 2$  (ver capítulo III, apartado III.4.). Así mismo, hay que tener en cuenta que para que la prueba Chi-cuadrado aporte conclusiones válidas habrá de cumplirse, con carácter general, las siguientes condiciones.

- a) No puede haber más de un 20% de casillas con un valor esperado menor de 5.  
b) No puede haber ningún valor esperado menor de 1.

No obstante, y dado el pequeño tamaño muestral empleado en este estudio, es posible encontrar situaciones en las que se incumplan estas condiciones. En estos casos, tan sólo se podrán de manifiesto las diferencias porcentuales halladas en los cruces bivariantes, no pudiéndose confirmar las hipótesis de independencia o de asociación planteada.

Lo expuesto anteriormente lleva al planteamiento de las siguientes hipótesis para cada uno de los posibles casos:

- Hipótesis nula ( $H_0$ ), que será la hipótesis de independencia según la cual entre los factores A y B no existe relación alguna.
- Hipótesis alternativa ( $H_1$ ), según la cual existe una relación asociativa entre los factores A y B.

Concretamente, en esta investigación se considera “factor A” a los instrumentos de apoyo analizados, los cuales aparecerán representados en las filas, mientras que las variables caracterizadoras del tipo de empresa y empresario se presentarán en las columnas y constituirán el “factor B”. El contraste de independencia se efectuará con un nivel de significación  $\alpha = 5\%$  en todos los casos.

Comparadas las instituciones desde la perspectiva de la demanda, se procederá en segundo lugar a contrastar dichas instituciones desde el punto de vista de la oferta. Se trata, como ya se expuso en el capítulo tercero, de analizar en profundidad el funcionamiento del LEADER II, del Programa PRODER y del Programa Escuela de Empresas en la zona objeto de estudio, descubrir el perfil profesional de los responsables de su directa aplicación, y valorar el impacto y pertinencia de las distintas instituciones, o instrumentos de desarrollo rural, con respecto a la creación de nuevas empresas.

Para ello, se ha optado por emplear dos técnicas cualitativas que permiten estudiar los aspectos citados desde dos perspectivas diferentes: por un lado desde la perspectiva de los técnicos, para lo que se utilizó la entrevista personal semiestructurada, y, por otro, desde el punto de vista de los emprendedores a través de la celebración de un grupo de discusión. La interpretación de los resultados se hará en los próximos apartados diferenciando las diversas cuestiones estudiadas.

## V.2. Análisis comparativo de las instituciones de desarrollo rural en la provincia de Huelva desde la perspectiva de la demanda

### *Análisis comparativo de las instituciones de apoyo directo –Iniciativa Comunitaria LEADER II y Programa Operativo PRODER–*

Manteniendo la misma dinámica empleada en el capítulo IV se comienza este análisis con la caracterización de las nuevas empresas rurales, seguido de la caracterización del emprendedor, a través de su perfil sociodemográfico y psicológico, para finalizar con la consideración de las opiniones más relevantes de éstos.

### Análisis comparativo de las características de las nuevas empresas

La comparación de las empresas es realizada a partir del cruce de las variables “forma jurídica”, “inversión inicial”, “actividad” y “número de empleos” con

la variable “institución de apoyo directo”, la cual es indicativa, a su vez, del entorno geográfico en el que se ponen en marcha las nuevas firmas.

Los resultados obtenidos al efectuar el contraste de independencia a través del Test estadístico Chi-Cuadrado se resumen en los siguientes Cuadros<sup>37</sup>:

**CUADRO V.1**

**Tabla de contingencia del cruce entre las instituciones de apoyo directo y las variables forma jurídica e inversión inicial**

Tabla de contingencia AYDIR * (FORMA JURID., INVERSION INIC)		FORMA JURIDICA				INVERSIÓN INICIAL		
		E.Ind.	Ec.Soc	SA/SL	Otro tipo	<6010	6010-30050	>30050
LEADER II (norte)	Recuento	23	5	16	3	6	12	26
	% de LEADER II	48.9	10.6	34	6.4	13.6	27.3	59.1
	% de Variable (form. jur., inv. inicial)	65.7	38.5	61.5	100	50	70.6	65
PRODER (sur)	Recuento	12	8	10	0	6	5	14
	% de PRODER	40	26.7	33.3	0	24	20	56
	% de Variable (form. jur., inv. inicial)	34.3	61.5	38.5	0	50	29.4	35
Valor estadístico $\chi^2$					5,026	1,353 <sup>a</sup>		
Sig. Asint. (bilateral)					0,170	0,508		
Valor Crítico					7,82	5,99		
Grados de libertad					3	2		

a. 1 casilla (16,7%) tiene una frecuencia esperada inferior a 5.  
Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO V.2**

**Tabla de contingencia del cruce entre las instituciones de apoyo directo y las variables actividad económica y número de empleos**

Tabla de contingencia AYDIR * (ACTIV. ECCA., Nº EMPLEOS.)		ACTIV. ECONÓMICA				Nº DE EMPLEADOS		
		S.Prim.	Industria	Construcc.	Servic.	1	2-3	+3
LEADER II (norte)	Recuento	6	6	2	33	20	20	7
	% de LEADER II	12,8	12,8	4,2	70,2	42,5	42,6	14,9
	% de Variable (activ. ecca., empleos)	50	50	66,7	66	71,4	60,6	43,8
PRODER (sur)	Recuento	6	6	1	17	8	13	9
	% de PRODER	20	20	3,3	56,7	26,7	43,3	30,0
	% de Variable (activ. ecca., empleos)	50	50	33,3	34	28,6	39,4	56,3
Valor estadístico $\chi^2$					1,787 <sup>a</sup>	3,285		
Sig. Asint. (bilateral)					0,618	0,941		
Valor Crítico					7,82	5,99		
Grados de libertad					3	2		

a. 50% de las casillas tienen una frecuencia esperada inferior a 5.  
Fuente: Elaboración propia.

A la vista de los datos anteriores no se encuentran relaciones estadísticamente significativas entre los tipos de empresas y los entornos en los que se han puesto en marcha, o lo que es lo mismo entre los programas de apoyo utilizados, aceptándose en consecuencia la hipótesis de independencia entre las variables. No obstante, se advierten algunas peculiaridades en la realidad objeto de estudio que son comentadas a continuación.

Considerando la estructura jurídica se observa que, pese a que en general predomina la empresa individual sobre la forma societaria, sobresale una tendencia más acusada por el individualismo por parte de las firmas nacidas al amparo del LEADER II y ubicadas en el norte de la provincia de Huelva. Resaltar, así mismo, que las empresas que adoptan la fórmula de Economía Social –Sociedad Cooperativa o Laboral- se encuentran porcentualmente más representadas en el ámbito de aplicación del PRODER que en la zona norte, donde tiene vigencia el LEADER II. Aunque estas diferencias no se encuentran estadísticamente corroboradas, esta preferencia podría considerarse un “indicio” de contrastes, sobre todo entre las dos zonas – norte y sur- amparadas por las distintas medidas. En efecto, la población del norte de la provincia de Huelva (Sierra, Cuenca Minera y Andévalo Occidental) se ha caracterizado tradicionalmente por poseer una 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. Por el contrario, tanto la Costa como el Condado onubense son comarcas con clara vocación cooperativista, sobre todo, esta última en la que el 60% de su actividad económica corresponde a este tipo de empleos (Carrasco, 1997).

En relación con la inversión inicial no se encuentran grandes disparidades, siendo no obstante las firmas creadas con el Programa PRODER las que se ponen en marcha con una menor cuantía.

Atendiendo al sector de actividad en el que operan las empresas, se observa en el Cuadro V.2. que aún predominando en ambos casos las empresas de servicios, este sector adquiere mayor significación en las firmas creadas al amparo del LEADER II. En este sentido, hay que recordar la importancia que las empresas turísticas tienen en esta zona (Sierra, Andévalo y Cuenca Minera) donde se está potenciando el turismo rural y el turismo minero. Por otro lado, tanto el sector primario como la industria se encuentran más representados en las empresas puestas en marcha con la ayuda del Programa PRODER. En este ámbito típicamente agrario (Costa y Condado) se está potenciando la implantación de nuevos cultivos (frambuesas y

37 Los Cuadros V.1. y V.2. son la agregación de varias tablas de contingencia distintas. Se ha considerado más interesante mostrar los distintos cruces de variables de forma conjunta.

moras entre otros) y la transformación de los mismos fomentando así el sector agroalimentario, el cual va ganando cada año una mayor representación, tanto por el número de empresas creadas como por el empleo que genera.

Por último, desde la perspectiva de los puestos de trabajo creados, hay que acentuar que si bien la proporción de firmas que implicaron en el momento de su puesta en marcha el autoempleo del emprendedor es más importante para aquellas empresas creadas al amparo del LEADER II, son las firmas creadas con el apoyo del PRODER las que porcentualmente generaron más puestos de trabajo. Hay que resaltar, además, que estos empleos tienen en la mayoría de los casos un carácter permanente, hecho justificado, en parte, por la regulación de los propios instrumentos de desarrollo rural que establecen el compromiso de mantener los puestos de trabajo durante un período mínimo de cinco años.

#### Análisis comparativo del perfil sociodemográfico del emprendedor

El estudio comparativo de las instituciones de desarrollo rural de carácter directo –LEADER II y PRODER–, y el perfil sociodemográfico del emprendedor se aborda en este apartado contrastando las siguientes hipótesis nulas (H<sub>0</sub>): ¿existe independencia entre las variables “sexo”, “edad”, “formación universitaria”, “lugar de origen”, “experiencia laboral en la misma actividad”, “experiencia en la creación de empresas” y “antecedentes de empresarios en la familia” e “institución de desarrollo rural de carácter directo”? En todos los casos anteriores la hipótesis alternativa (H<sub>1</sub>) refleja la existencia de una relación de asociación entre ambas variables.

CUADRO V.3

Tabla de contingencia del cruce entre las instituciones de apoyo directo y las variables sexo, edad, formación universitaria y lugar de origen

Tabla de contingencia AYDIR * (SEXO*EDAD*FORM.*ORIG.)		SEXO		EDAD			FORMACIÓN		ORIGEN	
		Hombre	Mujer	<30	30-40	>40	Sí	No	Sí	No
LEADER II (norte)	Recuento	34	13	19	17	11	15	32	33	14
	% de LEADER II	72,3	27,7	40,4	36,2	23,4	31,9	68,1	70,2	29,8
	% de Variable (sexo, edad, form., orig)	58,6	68,4	61,3	63	57,9	62,5	60,4	52,4	100
PRODER (sur)	Recuento	24	6	12	10	8	9	21	30	0
	% de PRODER	80	20	40	33,3	26,7	30	70	100	0
	% de Variable (sexo, edad, form., orig)	41,4	31,6	38,7	37	42,1	37,5	39,6	47,6	0
Valor estadístico $\chi^2$		0,578		0,122			0,031		10,922	
Sig.Asint (bilateral)		0,447		0,941			0,860		0,001	
Valor Crítico		3,84		5,99			3,84		3,84	
Grados de libertad		1		2			1		1	

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO V.4

Tabla de contingencia del cruce entre las instituciones de apoyo directo y las variables experiencia en la actividad, en creación de empresas y antecedentes familiares

Tabla de contingencia AYDIR * (EXP.ACT*EXP.CREAC.*ANT.)		EXP.ACT.		EXP.CREAC.		ANTEC.	
		Sí	No	Sí	No	Sí	No
LEADER II (norte)	Recuento	31	16	14	33	18	29
	% de LEADER II	66	34	29,8	70,2	38,3	61,7
	% de Variable (exp.act., exp.creac., antec)	58,5	66,7	60,9	61,1	45	78,4
PRODER (sur)	Recuento	22	8	9	21	22	8
	% de PRODER	73,3	26,7	30	70	73,3	26,7
	% de Variable (exp.act., exp.creac., antec)	41,5	33,3	39,1	38,9	55	21,6
Valor estadístico $\chi^2$		0,464		0,031		9,005	
Sig.Asint (bilateral)		0,496		0,984		0,003	
Valor Crítico		3,84		3,84		3,84	
Grados de libertad		1		1		1	

Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo a los Cuadros V.3. y V.4., no se encuentran diferencias significativas entre las variables “sexo”, “edad”, “formación universitaria”, “experiencia en la actividad de la empresa creada” y “experiencia en la creación de empresas”, e “instituciones o instrumentos de desarrollo rural de apoyo directo”. En todos estos casos los niveles de significación del test estadístico Chi-Cuadrado confirman la ausencia de una relación asociativa entre las citadas variables sociodemográficas y los dos tipos de apoyo, siendo más significativa, en ambos casos, la proporción de emprendedores menores de treinta años, sin estudios universitarios, con experiencia laboral en la misma actividad a la que actualmente se dedican como empresarios, y sin experiencia en la creación de empresas. Todo ello pone de manifiesto también la similitud existente entre estos rasgos sociodemográficos de los emprendedores del norte y del sur provincial.

Sin embargo, como puede verse en el Cuadros V.3. (última columna) la asociación es estadísticamente significativa en la variable “lugar de origen”, de forma que mientras que la totalidad de los emprendedores del sur provincial favorecidos por el Programa PRODER crearon la empresa en la misma localidad en la que nacieron, y en la que viven habitualmente, existe desplazamiento geográfico entre aquellos que crearon la empresa en el norte de la provincia de Huelva, o lo que es lo mismo entre los beneficiarios del LEADER II ( $\chi^2 = 10,922 > 3,84$ , siendo 3,84 el valor crítico de una distribución Chi-cuadrado con un grado de libertad;  $p = 0,001 < 0,05$ ). De igual forma, la existencia de antecedentes empresariales en la familia difieren en los dos entornos estudiados, siendo más propio de los emprendedores favorecidos por el PRODER y ubicados en la

Costa y Condado onubense, zonas en las que existe una mayor tradición empresarial, sobre todo en el sector de la agricultura ( $\chi^2 = 9,005 > 3,84$ ;  $p = 0,003 < 0,005$ )<sup>38</sup> (ver cuadro V.4.).

### Análisis comparativo del perfil psicológico del emprendedor

En el Cuadro V.5. se resumen los resultados hallados en el análisis de contingencia realizado entre las variables definitorias del perfil psicológico de los emprendedores rurales –“motivación principal”, “interés inicial” y “satisfacción con el estatus de empresario”- y el tipo apoyo directo recibido a través del LEADER II y el PRODER.

**CUADRO V.5** Tabla de Contingencia del cruce entre las instituciones de apoyo directo y las variables psicológicas del emprendedor

Tabla de contingencia AYDIR * (MOTIV. INTERÉS* SATISFACCIÓN)		MOTIV.		INTERES		SATISFACCIÓN		Cambiaría en algún caso
		Puesto de trabajo	Vocación Tradición	Sí	No	Sí	No	
LEADER II (norte)	Recuento	22	25	33	14	31	2	14
	% de LEADER II	46,8	53,2	70,2	29,8	66	4,3	29,8
	% de Variable (motiv., interés., satisfacción)	64,7	58,1	57,9	70	60,8	66,7	60,9
PRODER (sur)	Recuento	12	18	24	6	20	1	9
	% de PRODER	40	60	80	20	66,7	3,3	30,0
	% de Variable (motiv., interés., satisfacción)	35,3	41,9	42,1	30	39,2	33,3	39,1
Valor Estadístico $\chi^2$		0,344		0,912				0,42 <sup>3</sup>
Sig. Asint. (bilateral)		0,557		0,340				0,979
Valor Crítico		3,84		3,84				5,99
Grados de libertad		1		1				2

a.2 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. Dado el pequeño tamaño muestral utilizado (77) el Test Chi-cuadrado podría considerarse válido aunque con un carácter aproximativo.

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse en el cuadro anterior, los niveles de significación del test estadístico Chi-Cuadrado (0,344, 0,912 y 0,42) ponen de manifiesto que la utilización del LEADER II o PRODER, o el entorno norte y sur provincial en los que tienen aplicación, no guarda relación con el carácter psicológico del emprendedor que pone en marcha la empresa, predominando en ambos casos los emprendedores que crearon la empresa por vocación –aunque con una pequeña diferencia sobre los que la iniciaron por la necesidad de crearse un puesto de trabajo–, con un interés inicial por desarrollar una actividad empresarial y satisfechos con su estatus actual. Según estos datos, los emprendedores que utilizaron la ayuda directa

38 La corrección efectuada por el Test exacto de Fisher en las tablas 2 x 2, confirman las relaciones de asociación e independencia comentadas.

contemplada en las instituciones de desarrollo rural parecen ser personas que, en cualquier caso, tenían decidido convertirse en empresarios, si bien la ayuda proporcionada pudo haber servido para anticipar la ejecución de tal decisión.

### Análisis comparativo de las opiniones de los emprendedores sobre algunos aspectos relacionados con la creación de empresas en el ámbito rural

En el análisis comparativo que se expone en este apartado se realiza un estudio más profundo de algunas opiniones de los emprendedores sobre su experiencia empresarial en el medio rural confrontándolas en función de los instrumentos de apoyo directo del que han sido beneficiarios. En concreto, se trata de verificar estadísticamente cualquier discrepancia descubierta contrastando las siguientes hipótesis nulas ( $H_0$ ): ¿existe independencia entre las variables “principal dificultad para crear una empresa en el medio rural”, “valoración de la ayuda”, “influencia implícita de la ayuda en la creación de la empresa”<sup>39</sup>, “influencia explícita de la ayuda en la creación de la empresa”<sup>40</sup> e “importancia atribuida a algunos instrumento o aspectos que estimularían la función empresarial” y “el instrumento de desarrollo rural que fomenta la creación de empresas directamente”?

En relación con el primer contraste de independencia, el Cuadro V.6 muestra que la utilización del LEADER II o del PRODER no determina la opinión de los emprendedores sobre la principal dificultad que existe para crear una empresa en el medio rural, coincidiendo los resultados obtenidos en ambos casos con las conclusiones extraídas en numerosas investigaciones que analizan estos factores en cualquier medio, y que sitúan la dificultad para reunir el capital inicial como el principal problema del emprendedor (Veciana, 1989; Timmons, 1994; Bloodgood, et al., 1995, etc.). Junto a las dificultades financieras, los trámites burocráticos se sitúan en segundo lugar de importancia, siendo notablemente más acusada esta

39 Se analiza a través de la pregunta: “¿Hubiera creado la empresa sin la ayuda institucional? Una respuesta afirmativa denotaría que la institución no ha influido en la decisión del emprendedor (en la tabla de contingencia V.6 aparece recogida en el apartado “no”), mientras que una respuesta negativa presupondría que la institución de apoyo ha influido en la decisión del emprendedor.

40 Se analiza a través de la siguiente pregunta, realizada a aquellos que respondieron afirmativamente a la cuestión expresada en la nota a pie de página anterior (39): “¿Hubiera creado la empresa sin la ayuda institucional en el momento en que la creó?. Una respuesta afirmativa significaría que la institución no ha condicionado en absoluto la decisión del emprendedor (en la tabla de contingencia V.6 aparece recogida en el apartado “no”), mientras que una respuesta negativa expresaría una directa influencia del apoyo en la creación de la nueva empresa.

dificultad para aquellos emprendedores que han utilizado la ayuda proporcionada por el programa PRODER.

**CUADRO V.6** Tabla de Contingencia del cruce entre las instituciones de apoyo directo y las variables representativas de la opinión del emprendedor

Tabla de contingencia AYDIR * (DIF. VALOR INFL.)		Principal dificultad				Valoración ayuda			Infl. Imp		Inf. Exp.	
		Capit.	Pers.	Bur.	Otros	+	-	Indif.	Sí	No	Sí	No
LEADER II (norte)	Recuento	24	6	6	11	23	6	18	14	33	28	5
	% de LEADER II	51,1	12,8	12,8	23,4	48,9	12,8	38,3	29,8	70,2	84,8	15,2
	% de Variable (dific., valor., infl)	61,5	66,7	42,9	73,3	67,6	42,9	62,1	77,8	55,9	75,7	22,7
PRODER (sur)	Recuento	15	3	8	4	11	8	11	4	26	9	17
	% de PRODER	50	10	26,7	13,3	36,7	26,7	36,7	13,3	86,7	34,6	65,4
	% de Variable (dific., valor., infl)	38,5	33,3	57,1	26,7	32,4	57,1	37,9	22,2	44,1	24,3	77,3
Valor estadístico $\chi^2$						3,023			2,768 <sup>a</sup>		15,693	
Sig. Asint. (bilateral)						0,388			0,275		0,096	
Valor Crítico						7,82			5,99		3,84	
Grados de libertad						3			2		1	

Fuente: Elaboración propia.

Otra de las cuestiones analizadas en el Cuadro V.6 proporciona una valoración de los programas utilizados a través de la percepción que tiene el emprendedor sobre el grado en que la ayuda le ha facilitado su labor en la creación de la empresa (positivo, negativo o indiferente). En este caso, no se encuentra una relación significativa ( $\chi^2 = 2,583 < 3,84; p = 0,275 > 0,005$ ), por lo que se puede aceptar la independencia entre ambas variables.

No obstante, cabe indicar que el apoyo institucional peor valorado, proporcionalmente, es el Programa PRODER cuyo ámbito de actuación se extiende en el sur de la provincia. Ello podría venir motivado, en parte, por las mayores trabas burocráticas que, según los encuestados, soportaron al solicitar la subvención. En este sentido, habría que profundizar sobre las causas de dichas trabas, investigando si se deben al procedimiento utilizado por el Programa en sí, o a otras cuestiones relacionadas con el entorno en el que éste se aplica. Ambos aspectos serán considerados al analizar el análisis comparativo de las instituciones desde la perspectiva de la oferta.

Por otro lado, se descubren resultados contradictorios al efectuar el cruce de variables que analizan la influencia del apoyo institucional, cuando se diferencia entre lo que ha sido denominado “influencia implícita” e “influencia explícita”. En el primer caso, el nivel de significación del test estadístico Chi-Cuadrado pone de manifiesto la inexistencia de una relación asociativa, aunque se aprecia una mayor influencia de la ayuda entre los emprendedores favorecidos por el LEADER II, quienes afirman, en mayor proporción, que no habrían creado la empresa sin el apoyo institucional.

Este indicio de contraste se verifica estadísticamente cuando se contrastan las variables “influencia explícita de la ayuda en la creación de la empresa” e “instrumento de apoyo directo utilizado –LEADER II o PRODER–” en los individuos que con anterioridad afirmaron que hubieran creado la empresa aunque no hubieran obtenido el apoyo institucional. En este caso en el que se reflexiona sobre si el emprendedor hubiera creado la empresa en el mismo momento en el que la puso en marcha aunque no hubiera recibido el apoyo institucional, se pone de manifiesto una asociación estadísticamente significativa confirmándose que la Iniciativa LEADER II, desarrollada en el norte provincial, ha influido en mayor grado en la decisión de los emprendedores, algo lógico, si se considera el mayor carácter empresarial que se aprecia en los habitantes del Condado y la Costa onubense, entornos en los que se extiende el Programa Operativo PRODER.

Finalmente, según los cuadros V.7. y V.8, tanto los emprendedores favorecidos por el LEADER II como aquellos que crearon sus empresas con el apoyo del PRODER, valoran más positivamente las medidas de apoyo “duras” o económicas, como pudieran ser la flexibilidad en los instrumentos financieros para apoyar la creación de empresas (FL.FRO.), la concesión de subvenciones (SUBV.) o de suelo industrial a bajo coste (SUELO), que las “blandas” o no económicas, tal es el caso de ofrecer mayor información sobre oportunidades de negocio (INFORM.), formación empresarial (FORM.), facilidades en la creación de redes de coordinación (NETWORK), o asesoramiento durante el primer año de vida de la empresa (ASES. I.). Además, los niveles de significación del test estadístico de los Cuadros V.7. y V.8. indican la inexistencia de relación asociativa en todos los casos.

**CUADRO V.7** Tabla de Contingencia del cruce entre las instituciones de apoyo directo y algunas medidas que estimularían la creación de empresas en el ámbito rural

Tabla de contingencia AYDIR * (TRAM., INFO., FORM., FX.FRO.)		TRAM.		INFOR.		FORM.		FX.FRO.	
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
LEADER II (norte)	Recuento	33	14	24	23	28	19	40	7
	% de LEADER II	70,2	29,8	51,1	48,9	59,6	40,4	85,1	14,9
	% de Variable (tram., inf., form., fx.fro)	64,7	53,8	63,2	59	58,3	65,5	60,6	63,6
PRODER (sur)	Recuento	18	12	14	16	20	10	26	4
	% de PRODER	60	40	46,7	53,3	66,7	33,3	86,7	13,3
	% de Variable (tram., inf., form., fx.fro)	35,3	46,2	36,8	41	41,7	34,5	39,4	36,4
Valor estadístico $\chi^2$		0,854		0,142		0,392		0,036	
Sig. Asint. (bilateral)		0,355		0,707		0,531		0,849	
Valor Crítico		3,84		3,84		3,84		3,84	
Grados de libertad		1		1		1		1	

Fuente: Elaboración propia

CUADRO V.8

Tabla de Contingencia del cruce entre las instituciones de apoyo directo y algunas medidas que estimularían la creación de empresas en el ámbito rural

Tabla de contingencia TIPAP* (NETWORK, SUBV., ASES.I., SUELO)		NETWORK		SUBV.		ASES.I.		SUELO	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
LEADER II (norte)	Recuento	18	29	42	5	29	18	37	10
	% de LEADER II	38,3	61,7	89,4	10,6	61,7	38,3	78,7	21,3
	% de Variable (coord., subv., ase l., suelo)	72	55,8	62,7	50	60,4	62,1	60,7	62,5
PRODER (sur)	Recuento	7	23	25	5	19	11	24	6
	% de PRODER	23,3	76,7	83,3	16,7	63,3	36,7	80	20
	% de Variable (coord., subv., ase l., suelo)	28	44,2	37,3	50	39,6	37,9	39,3	37,5
Valor estadístico $\chi^2$		1,870		0,589		0,021		0,018	
Sig. Asint. (bilateral)		0,171		0,443		0,885		0,893	
Valor Crítico		3,84		3,84		3,84		3,84	
Grados de libertad		1		1		1		1	

Fuente: Elaboración propia.

### Análisis comparativo de los tipos de apoyo -directo e indirecto- Análisis comparativo de las nuevas empresas

Realizando los cruces correspondientes entre las variables caracterizadoras de las nuevas empresas (forma jurídica, inversión inicial, actividad económica y número de empleos) y el tipo de apoyo institucional –directo o indirecto- proporcionado por los instrumentos de desarrollo rural analizados en este trabajo se obtienen los resultados que se resumen en los Cuadros V.9. y V.10.

CUADRO V.9

Tabla de contingencia del cruce entre los tipos de apoyo y las variables forma jurídica, inversión inicial

Tabla de contingencia TIPAP* (FORMA JURÍDICA, INV. INICIAL)		FORMA JURÍDICA				INVERSIÓN INICIAL		
		E. Ind.	E. Soc.	SA/SL	Otro tipo	<6010	6010-30050	>30050
A.DIRECTO (Leader II y Proder)	Recuento	35	13	26	3	12	17	40
	% de APOYO DIRECTO	45,5	16,9	33,8	3,9	17,4	24,6	58
	% de Variable (form., jur., inv.inicial)	100	36,1	100	100	63,2	68	90,9
A.INDIRECTO (Escuela Empresa)	Recuento	0	23	0	0	7	8	4
	% de APOYO INDIRECTO	0	100	0	0	36,8	42,1	21,1
	% de Variable (form., jur., inv.inicial)	0	63,9	0	0	36,8	32	9,1
Valor estadístico $\chi^2$						53,126 <sup>a</sup>		
Sig. Asint. (bilateral)						0,000		
Valor Crítico						7,82		
Grados de libertad						3		

a. 2 casillas (25%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5; b. 1 casilla (16,7%) tiene una frecuencia esperada inferior a 5.

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO V.10

Tabla de contingencia del cruce entre los tipos de apoyo y las variables actividad económica y número de empleos

Tabla de contingencia TIPAP* (ACTIV. ECONÓMICA., Nº EMPLEOS.,)		ACTIV. ECONÓMICA				Nº DE EMPLEOS		
		S.Prim	Indust.	Construcc.	Servic.	1	2-3	+3
A. DIRECTO (Leader II y Proder)	Recuento	12	12	3	50	28	33	16
	% de APOYO DIRECTO	15,6	15,6	3,8	65	36,4	36,2	19,3
	% de Variable (act. eca., empl)	85,7	66,7	100	76,9	100	42,9	20,8
A.INDIRECTO (Escuela Empresa)	Recuento	4	4	0	15	0	14	9
	% de APOYO INDIRECTO	17,4	17,4	0	65,2	0	60,9	39,1
	% de Variable (act. eca., empl)	14,3	33,3	0	23,1	0	29,8	36
Valor estadístico $\chi^2$						2,582 <sup>a</sup>		
Sig. Asint. (bilateral)						0,461		
Valor Crítico						7,82		
Grados de libertad						3		

a. 4 casillas (50%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

Fuente: Elaboración propia.

El Cuadro V.9. permite ilustrar las disparidades que existen entre las formas jurídicas de las empresas creadas con los dos tipos de apoyo debido, fundamentalmente, a la exigencia del Programa Escuela de Empresas –apoyo indirecto- de crear firmas que adopten la estructura de una empresa de Economía Social. En cambio, cuando este hecho no es obligatorio los emprendedores prefieren fundar sus firmas de forma individual o, en caso de una sociedad, con la forma típicamente mercantil (SA o SL). El test Chi-Cuadrado proporciona un valor del estadístico  $\chi^2 = 53,102$  superior al valor crítico de una distribución chi-cuadrado con tres grados de libertad (7,82), por lo que se rechaza la hipótesis nula de independencia entre las variables y se admite la existencia de una relación de asociación ( $p = 0,000 < 0,005$ ).

Igualmente, con respecto a las variables “inversión inicial” y “número de empleos creados” se observa en los Cuadros V.9. y V.10 que la asociación es estadísticamente significativa. Por un lado, las empresas creadas con el apoyo indirecto invierten menores cuantías para comenzar su actividad que las favorecidas con apoyo directo. Evidentemente, la concesión temporal de las instalaciones proporcionada por el Programa Escuela de Empresas atenúa de manera importante las inversiones iniciales que han de efectuar los emprendedores para poner en marcha su idea de negocio, siendo la creación de empresas, desde esta perspectiva, una actividad más accesible a todo aquel que cuenta con un proyecto de empresa viable. Por otro lado, hay que acentuar que la utilización del apoyo indirecto supone, porcentualmente, un mayor ratio de número de empleos por empresa creada.

En cuanto a la variable "actividad económica", no se encontró una relación significativa ( $\chi^2 = 2,582 < 7,82$ ;  $p = 0,461 > 0,05$ ), por lo que se puede aceptar la independencia entre ambas variables. No obstante, el porcentaje de firmas industriales es superior en las empresas que utilizaron el apoyo indirecto.

**Análisis comparativo del perfil sociodemográfico del emprendedor**

El análisis de contingencia realizado para comparar el perfil sociodemográfico del emprendedor y el apoyo directo o indirecto del que ha sido beneficiario a través de las instituciones de desarrollo rural, pone de manifiesto que la utilización de éstas guarda relación con la edad, el origen y la experiencia en la creación de empresa de los emprendedores.

**CUADRO V.11**

**Tabla de Contingencia del cruce entre los tipos de apoyo y las variables sexo, edad, formación universitaria y lugar de origen**

Tabla de contingencia TIPAP * (SEXO*EDAD*FORM.*ORIG)		SEXO		EDAD			FORMACIÓN		ORIGEN	
		Hombre	Mujer	<30	30-40	>40	Si	No	Si	No
A.DIRECTO	Recuento	58	19	31	27	19	24	53	63	14
(Leader II y Proder)	% de APOYO DIRECTO	75,3	24,7	40,3	35,1	24,7	31,2	68,8	81,8	18,2
	% de Variable (sexo, edad, form. orig)	77,3	76	66	79,4	100	77,4	76,8	84	56
A.INDIRECTO	Recuento	17	6	16	7	0	7	16	12	11
(Escuela Empresa)	% de APOYO INDIRECTO	73,9	26,1	69,6	30,4	0	30,4	69,6	52,2	47,8
	% de Variable (sexo, edad, form. orig)	22,7	24	34	20,6	0	22,6	23,2	16	44
Valor estadístico $\chi^2$		0,019		9,023			0,04		8,30	
Sig.Asint (bilateral)		0,891		0,011			0,947		0,004	
Valor Crítico		3,84		5,99			3,84		3,84	
Grados de libertad		1		1			1		1	

Fuente: Elaboración propia.

En efecto, como muestran los Cuadros V.11 y V.12. los niveles de significación del test Chi-Cuadrado así lo revelan ( $9,023 > 5,94$ ;  $8,30 > 3,84$ ;  $4,235 > 3,84$  para los contrastes edad, origen y experiencia en la creación de empresas respectivamente), de forma que los que emprendedores más jóvenes, con mayor movilidad y sin experiencia previa en la creación de empresas demandan, más que un apoyo exclusivamente económico, una ayuda formativa, asesoramiento y la concesión de instalaciones con carácter temporal, servicios ofrecidos por el Programa Escuela de Empresas.

**CUADRO V.12**

**Tabla de contingencia del cruce entre los tipos de apoyo y las variables experiencia en la actividad, en creación de empresas y antecedentes familiares**

Tabla de contingencia AYDIR * (EXPACT*EXPCREAC.*ANT)		EXP.ACT		EXPCREAC		ANTEC.	
		Si	No	Si	No	Si	No
A.DIRECTO	Recuento	69	8	23	54	40	37
(Leader II y Proder)	% de APOYO DIRECTO	89,6	10,4	29,9	70,1	51,9	48,1
	% de Variable (act. eca., empl)	80,2	57,1	92	72	74,1	80,4
A.INDIRECTO	Recuento	17	6	2	21	14	9
(Escuela Empresa)	% de APOYO INDIRECTO	73,9	26,1	8,7	91,3	60,9	93,1
	% de Variable (act. eca., empl)	19,8	42,9	8	28	25,9	19,6
Valor estadístico $\chi^2$		3,624 <sup>a</sup>		4,235		0,567	
Sig.Asint (bilateral)		0,057		0,040		0,451	
Valor Crítico		3,84		3,84		3,84	
Grados de libertad		1		1		1	

Fuente: Elaboración propia.

Dejando aparte la edad, variable que está fuertemente condicionada por la propia regulación del apoyo indirecto considerado (el cual beneficia a los equipos de emprendedores en los que la mayoría de los miembros sean menores de treinta años), es interesante destacar en relación con el lugar de origen que, en el caso analizado, se detecta una mayor movilidad entre los emprendedores favorecidos por el apoyo indirecto, 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, pese a que dicho ámbito no se corresponda con el de la residencia habitual. En consecuencia, es posible afirmar que los apoyos institucionales pueden condicionar significativamente, aunque de forma parcial, el potencial emprendedor de ciertas zonas, pese a que aún permanezca abierto el debate acerca de si es el número y carácter de los habitantes el que directamente condiciona la iniciativa empresarial de un área concreta, o si por el contrario, es la ubicación de las empresas y la existencia de un entorno favorable del que depende el tejido empresarial de una determinada localidad (McClelland, 1961; North, 1993, etc.). En este trabajo se ha profundizado en estos últimos factores, demostrándose con este contraste la efectividad de algunos de ellos, en concreto, de los apoyos institucionales indirectos materializados en el Programa Escuela de Empresas.

En cuanto a la experiencia en creación de empresas, es razonable no encontrarla en la mayoría de los emprendedores, aunque sobre todo en los beneficiarios del apoyo indirecto.

Por otra parte, se confirma la independencia entre las variables “sexo”, “formación universitaria”, “experiencia laboral en la actividad” y “antecedentes empresariales en la familia”, y “tipo de apoyo recibido”, siendo mayoritaria la proporción de hombres, sin formación universitaria, con experiencia laboral en la actividad y con alguna vinculación empresarial familiar.

### Análisis comparativo del perfil psicológico del emprendedor

En los contrastes realizados entre las variables definitorias del perfil psicológico de los emprendedores rurales y el tipo de ayuda utilizada, el primer aspecto a resaltar es que tanto el interés inicial por dedicarse a la actividad empresarial como la satisfacción actual del emprendedor con la condición de empresario, están relacionados con el tipo de ayuda utilizada, siendo en ambos casos el valor del estadístico, 3,954 y 4,030, mayor que el valor crítico de la distribución Chi-Cuadrado con 1 y 2 grados de libertad, 3,84 y 5,99 respectivamente ( $p = 0,047 < 0,05$  y  $p = 0,133 < 0,05$ ).

**CUADRO V.13** Tabla de contingencia del cruce entre los tipos de apoyo y las variables psicológicas del emprendedor

Tabla de contingencia TIPAP * (MOTIV. INTERÉS SATISFACCIÓN)		MOTIV.		INTERÉS		SATISFACCIÓN PSICOLÓGICA DEL EMPRENDEDOR		
		Puesto trabajo	Vocación Tradición	Sí	No	Sí	No	Indiferente
A. DIRECTO (Leader II y Proder)	Recuento	34	43	57	20	51	3	23
	% de APOYO DIRECTO	44,2	55,8	74	26	66,2	3,9	29,9
A. INDIRECTO (Escuela Empresa)	Recuento	12	11	12	11	10	1	12
	% de APOYO INDIRECTO	52,2	47,8	52,2	47,8	43,5	4,3	52,2
% de Variable (motiv. interes., satisfac)		26,1	20,4	17,4	35,5	16,4	25	34,3
Valor estadístico $\chi^2$		0,458		3,954		4,030 <sup>a</sup>		
Sig. Asint. (bilateral)		0,498		0,047		0,133		
Valor Crítico		3,84		3,84		5,99		
Grados de libertad		1		1		2		

a. 2 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. Dado el pequeño tamaño muestral utilizado (77) podría considerarse válido el Test Chi-cuadrado aunque con un carácter aproximativo.  
Fuente: Elaboración propia.

Concretamente en el Cuadro V.13 se pone de manifiesto que los emprendedores beneficiarios del apoyo económico directo mostraban un mayor interés por dedicarse a la actividad empresarial que aquellos que la pusieron en marcha al amparo del apoyo indirecto. En consonancia con ello, existe una mayor satisfacción con el estatus de empresario por

parte de aquellos que utilizaron la ayuda del LEADER II o del Programa PRODER.

En referencia a la motivación principal del emprendedor, se carece de una relación de asociación estadísticamente significativa, por lo que no es posible rechazar la hipótesis nula de independencia entre las variables. Se observa, sin embargo, que los emprendedores que utilizaron el apoyo indirecto están motivados, en mayor proporción, por la necesidad de crearse sus puestos de trabajo, mientras que la tradición familiar o la vocación empresarial parece ser una causa más persistente entre aquellos que utilizaron los apoyos directos o económicos, coincidiendo, precisamente, con los que previamente habían demostrado un mayor interés por dedicarse a la actividad empresarial. De esta forma, atendiendo al perfil psicológico del emprendedor, es posible reconocer en la población objeto de estudio dos tipos de empresarios rurales: el empresario o emprendedor marginal y el empresario integrado (Wilken, 1979).

Para el primero de ellos, el empresario marginal, la puesta en marcha de la empresa no suele ser el resultado de una acción premeditada y voluntaria, sino más bien la consecuencia de haber soportado una situación desagradable o precaria. En cambio, el empresario integrado suele disponer de una ideología claramente empresarial, mostrándose satisfecho con las actividades y rasgos que caracterizan esta actividad (aceptación moderada de riesgos, responsabilidad, actividad enérgica, etc.) (McClelland, 1968). Igualmente satisfechos con estos rasgos se muestran, en general, aquellos emprendedores que disponían de un entorno familiar empresarial y que han podido educarse en un ambiente vinculado con la empresarialidad. Indiscutiblemente, estas cuestiones deberán ser consideradas a la hora de diseñar un instrumento que pretenda fomentar la actividad empresarial en el medio rural.

### Análisis comparativo de las opiniones de los emprendedores sobre algunos aspectos relacionados con la creación de empresas en el ámbito rural

Al contrastar las principales opiniones de los emprendedores relacionadas con la creación de empresas en el medio rural con los dos tipos de apoyo institucional observados en esta investigación –directo e indirecto–, se obtienen los resultados que se resumen en el siguiente cuadro:

CUADRO V.14

**Tabla de Contingencia del cruce entre los tipos de apoyo y las variables representativas de la opinión del emprendedor**

Tabla de contingencia		PRINCIPAL DIFICULTAD				VALORACIÓN AYUDA			INFLIMP		INFLEX			
TIPAP * (DIFICUL.*VALOR.*INF)		Capit.	Pers.	Bur.	Otros	+	-	Indif.	Si	No	Si	No		
A. DIRECTO (Leader II y Proder)	Recuento	39	9	14	15	34	14	29	18	59	37	22		
	% de APOYO DIRECTO	50,6	11,7	18,2	19,5	44,2	18,2	37,7	23,4	76,6	62,7	37,3		
	% de Variable (dific., valor., inf)	79,6	60	100	68,2	70,8	87,5	80,6	51,4	90,8	86,0	100		
A. INDIRECTO (Escuela Empresa)	Recuento	10	6	0	7	14	2	7	17	6	6	0		
	% de APOYO INDIRECTO	43,5	26,1	0	30,4	60,9	8,7	30,4	73,9	26,1	100	0		
	% de Variable (dific., valor., inf)	20,4	40	0	31,8	29,2	12,5	19,4	48,6	9,2	14,0	0		
Valor estadístico $\chi^2$						7,781 <sup>a</sup>			2,284		19,881		3,382	
Sig. Asint (bilateral)						0,051			0,319		0,000		0,066	
Valor Crítico						7,82			5,99		5,99		5,99	
Grados de libertad						3			2		2		2	

A. 2 casillas (25%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

Fuente: Elaboración propia.

El primer dato relevante a destacar es la asociación estadísticamente significativa que se confirma entre las variables “influencia implícita de la ayuda en la creación de la empresa” y “tipo de apoyo utilizado”, ya que el test de Pearson proporciona un valor  $\chi^2 = 19,881 > 5,99$ , siendo 5,99 el valor crítico de una distribución Chi-cuadrado con dos grados de libertad ( $p = 0,000 < 0,05$ ). Esto significa que los emprendedores amparados por el apoyo indirecto perciben que la ayuda recibida les ha influido más en su decisión de crear la empresa que aquellos que se favorecieron de los apoyos directos, quienes manifiestan que hubieran creado la empresa pese a no haber recibido ningún apoyo institucional. En este sentido, la experiencia del apoyo indirecto –materializado en el Programa Escuela de Empresas- muestra resultados más favorecedores en cuanto al estímulo de la actividad empresarial en la población rural. Al mismo tiempo, las ayudas financieras que proporciona el apoyo directo se revelan como eficaces aceleradores del proceso emprendedor, puesto que una proporción considerable de sus beneficiarios apuntaron que no habrían creado la empresa en el momento que lo hicieron si no hubieran percibido dicha ayuda (en el 62,7% de los casos estudiados se reconoce la influencia “explícita” de la institución en la decisión del emprendedor).

En todos los demás contrastes no se verifica ninguna relación de asociación y, en consecuencia, se admiten las hipótesis nulas de independencia entre las variables. No obstante, al contrastar las variables “principal dificultad para crear una empresa en el medio rural” y “tipo de apoyo” se obtiene un valor del estadístico  $\chi^2 = 7,781$  muy próximo al valor crítico de la

distribución Chi-Cuadrado con tres grados de libertad (7,82), por lo que dado el reducido tamaño muestral utilizado (sobre todo en los emprendedores que se han beneficiado de las ayudas indirectas) se podría considerar la existencia de una relación asociativa, rechazando en este caso la hipótesis nula de independencia entre las variables.

De acuerdo con lo anterior, se podría afirmar que si bien la dificultad de reunir el capital constituye el principal problema de los emprendedores rurales, los problemas burocráticos son más acusados para aquellos que utilizaron el apoyo directo, mientras que las cuestiones relacionadas con el personal constituyen una importante fuente problemática para las empresas amparadas por el apoyo indirecto. En este último caso, la exigencia de crear una empresa de Economía Social obliga a los individuos a asociarse para poner en marcha la idea de negocio, pese a que muchos de ellos carecen de la espontánea voluntad de compartir riesgos y ganancias.

Por último, de los cuadros V.15. y V.16. se desprende que, en general, los emprendedores encuestados valoran de forma similar las distintas actuaciones que podrían servir para estimular la creación de empresas en el ámbito rural, confirmándose la independencia en los contrastes realizados entre las variables “tipo de apoyo” y “facilitar los trámites”, “ofrecer mayor información sobre oportunidades de negocio”, “formación empresarial”, “flexibilidad de instrumentos financieros”, “asesoramiento durante el primer año de vida de la empresa” y “suelo industrial a bajo coste”. No obstante, se detecta una mayor valoración de la disponibilidad de información por parte de los emprendedores que crearon las empresas con el apoyo indirecto.

CUADRO V.15

**Tabla de contingencia del cruce entre los tipos de apoyo y algunas medidas que estimularían la creación de empresas en el ámbito rural**

Tabla de contingencia		TRAM.		INFOR.		FORM.		FX.FRO	
TIPAP * (TRAM., INFOR., FORM., FX. FRO)		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
A. DIRECTO (Leader II y Proder)	Recuento	51	26	38	39	48	29	66	11
	% de APOYO DIRECTO	66,2	33,8	49,4	50,6	62,3	37,7	85,7	14,3
	% de Variable (tram., inf., form., fx. fro)	77,9	76,5	70,4	84,8	76,2	78,4	79,5	64,7
A. INDIRECTO (Escuela Empresa)	Recuento	15	8	16	7	15	8	17	6
	% de APOYO INDIRECTO	65,2	34,8	69,6	30,4	65,2	34,8	73,9	26,1
	% de Variable (tram., inf., form., fx. fro)	22,7	23,5	29,6	15,2	23,8	21,6	20,5	35,3
Valor estadístico $\chi^2$		0,008		2,913		0,063		1,748	
Sig. Asint (bilateral)		0,928		0,088		0,802		0,186	
Valor Crítico		3,84		3,84		3,84		3,84	
Grados de libertad		1		1		1		1	

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO V.16

Tabla de Contingencia del cruce entre los tipos de apoyo y algunas medidas que estimularían la creación de empresas en el ámbito rural

Tabla de contingencia TIPAP* (NETWORK, SUBV, ASES. I., SUELO)		NETWORK		SUBV.		ASES. I.		SUELO	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
A.DIRECTO (Leader II/Proder)	Recuento	25	52	67	10	48	29	61	16
	% de APOYO DIRECTO	32,5	67,5	87	13	62,3	37,7	79,2	20,8
	% de Variable (tram., inf., form., fx. fro)	65,8	83,9	81,7	55,6	75	80,6	74,4	88,9
A.INDIRECTO (Escuela Empresa)	Recuento	13	10	15	8	16	7	21	2
	% de APOYO INDIRECTO	56,5	43,5	65,2	34,8	69,6	30,4	91,3	8,7
	% de Variable (tram., inf., form., fx. fro)	34,2	16,1	18,3	44,4	25	19,4	25,6	11,1
Valor estadístico $\chi^2$		4,349		5,700		0,402		1,752	
Sig. Asint. (bilateral)		0,037		0,017		0,526		0,186	
Valor Crítico		3,84		3,84		3,84		3,84	
Grados de libertad		1		1		1		1	

Fuente: Elaboración propia.

En cambio, se descubre una relación significativa en el contraste “tipo de apoyo” y las variables “red de contactos”(NETWORK) ( $\chi^2 = 4,349 > 3,84$ ;  $p = 0,037 < 0,05$ ) y “subvenciones” ( $\chi^2 = 5,700 > 3,84$ ;  $p = 0,017 < 0,05$ ), por lo que se puede aceptar la hipótesis alternativa de asociación entre las variables. En concreto, las facilidades para crear y desarrollar una red de contactos que favorezcan la creación de la empresa y el desarrollo de su actividad (NETWORK) se valora más por los emprendedores favorecidos por el Programa Escuela de Empresas, mientras que las subvenciones y ayudas económicas son más apreciadas por los beneficiarios del apoyo indirecto. Lógicamente, al haberse favorecido de estos aspectos en uno y otro caso, se aprecia de forma más clara la repercusión que las distintas actuaciones podrían tener entre la población rural para estimularles en el ejercicio de la actividad empresarial.

V.3.

**Análisis comparativo de las instituciones de desarrollo rural en la provincia de Huelva desde la perspectiva de oferta institucional**

Una vez conocidas las principales semejanzas y diferencias de las nuevas empresas y de los emprendedores amparados por las diversas instituciones, o instrumentos de desarrollo rural, es decir comparada la demanda de estas instituciones, se procede en este apartado a contrastarlas desde el punto de vista de la oferta. Para ello se optó por emplear dos técnicas cualitativas: la entrevista personal semiestructurada y el grupo de discusión.

**Funcionamiento de las instituciones de desarrollo rural como medida de fomento empresarial en la provincia de Huelva**

La dinámica seguida por las distintas instituciones para conceder el apoyo a la nuevas empresas se resume en el cuadro V.17.

CUADRO V.17

Procedimiento seguido por las distintas instituciones de desarrollo rural para la concesión de las ayudas a la creación empresas

INSTRUMENTOS DE APOYO DIRECTO		INSTRUMENTOS DE APOYO INDIRECTO
INICIATIVA LEADER II	PROGRAMA PRODER	ESCUELA DE EMPRESAS
Recepción del proyecto de empresa e información al interesado.	Recepción del proyecto de empresa e información al interesado.	Presentación de la idea de negocio. Análisis de la viabilidad de la idea de negocio.
Análisis preliminar del proyecto y comprobación de que la actividad aún no está iniciada.	Análisis preliminar del proyecto y comprobación de que la actividad aún no está iniciada.	Elaboración del plan de empresa o reorientación a los interesados.
Elaboración del informe técnico.	Elaboración del informe técnico.	Constitución de la empresa (de seis a ocho meses después de la presentación de la idea de negocio).
Adopción de la decisión por el Consejo de Administración y comunicación al emprendedor (aproximadamente dos meses después de la presentación del proyecto).	Resolución de la Junta Directiva (aproximadamente de dos tres meses después de la presentación del proyecto).	Seguimiento y asesoramiento a la nueva empresa durante tres años.
Firma del contrato y puesta en marcha de la empresa (se debe iniciar la inversión dentro de los tres meses siguientes a la firma del contrato y finalizarla, como máximo, a los dieciocho meses).	Firma del contrato y puesta en marcha de la empresa (se debe iniciar la inversión dentro de los tres meses siguientes a la firma del contrato y finalizarla como máximo, a los dieciocho meses).	
Fiscalización y pago de la subvención (de uno o de dos meses después de la puesta en marcha de la empresa).	Fiscalización y pago de la subvención (de tres a seis meses después de la puesta en marcha de la empresa).	

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar un aspecto positivo y común en los tres instrumentos de desarrollo rural lo constituye la normalización del procedimiento seguido para conceder las ayudas.

Si se consideran únicamente los apoyos directos proporcionados por LEADER II y PRODER se aprecia cierta coincidencia en cuanto al dilatado período que suele transcurrir desde el momento que se solicita la ayuda hasta la comunicación de la resolución. En cambio en el apoyo indirecto, se observa un período más razonable, habida cuenta de que los emprendedores acuden a esta institución no con un proyecto de empresa sino con una idea de negocio.

En concreto, esta apreciación se pone de manifiesto tanto en las entrevistas mantenidas con los técnicos como en la discusión grupal con los

emprendedores, quienes critican el amplio período de tiempo que han de esperar para conocer la resolución sobre la concesión de la ayuda económica que proporciona el apoyo directo. Además, sus beneficiarios, sobre todo aquellos que utilizaron la ayuda proporcionada por el Programa PRODER, se muestran descontentos con las excesivas trabas burocráticas que les imponen los organismos gestores de tales programas, consumiendo estos trámites mucho tiempo de su actividad laboral. En este sentido, algunos participantes proponen una reducción considerable de los procesos administrativos envueltos en la gestión del programa, de forma que la obtención de una subvención no sea más complicado que la creación de la propia empresa. Dichos trámites, además, se ven notablemente prolongados en el caso de empresas localizadas en entornos protegidos, como ocurre en gran parte del Condado onubense considerado “zona de influencia del Parque Nacional de Doñana”. En este sentido, sería interesante idear algún tipo de ventaja especial para aquellas firmas que tratan de constituirse en una zona afectada por una lógica, aunque complicada, normativa medioambiental, de forma que no resulte más atractivo para el emprendedor desplazarse a sitios urbanos, o a zonas no influidas por dicha legislación.

Por otro lado, y a diferencia del seguimiento continuo y formalizado que realiza el Programa Escuela de Empresas a las nuevas iniciativas, tanto el programa PRODER como el LEADER II no efectúan ningún tipo de seguimiento o asesoramiento una vez que la empresa es creada y la subvención concedida –pese a que teóricamente estas empresas tienen la obligación de mantener su actividad y los empleos generados durante cinco años–, constituyendo esto, a nuestro juicio, una de las debilidades más importantes de este tipo de institución.

Así mismo, mientras que el contacto entre directores y emprendedores es continuo y personal en el caso del apoyo indirecto, es prácticamente inexistente en el apoyo directo, reduciéndose esta relación a la firma de un contrato y al cumplimiento de una serie de plazos que rigen la puesta en marcha de la actividad empresarial. El interés mostrado por los emprendedores en este sentido, revela la valoración positiva que, en general, tienen las medidas de asesoramiento ofrecidas por las Escuelas de Empresas, las cuales facilitan en gran medida el proceso de puesta en marcha de la iniciativa empresarial. Este aspecto, no tan destacado en el análisis de contingencia efectuado al comparar las instituciones desde el punto de vista de la demanda, se descubre ahora como un aspecto vital para el fomento empresarial, dado que las opiniones de los beneficiarios del apoyo directo, una vez conocidas las de aquellos que se favorecieron

de este asesoramiento, manifiestan sus deseos de contar con tal actuación. Por último, se constata en todas las instituciones analizadas, que pese a poseer una finalidad genérica de diversificar la economía rural y fomentar la actividad empresarial, no disponen de objetivos explícitos y cuantificables en cuanto a la creación de empresas, lo que indudablemente va a dificultar la valoración de su incidencia en este sentido.

### **Perfil profesional de los técnicos y responsables de las instituciones de desarrollo rural en la provincia de Huelva**

Entre los numerosos aspectos que podrían influir en la incidencia de un instrumento de desarrollo rural que fomenta la creación de nuevas empresas, se encuentran la aptitud y disponibilidad de los recursos humanos responsables de su puesta en práctica. Qué duda cabe de que si el personal integrado por los técnicos y directores que personalizan las instituciones de apoyo son altamente cualificados y conocedores de la idiosincrasia local, los resultados obtenidos de su aplicación serán más positivos. En el caso contrario, es decir, ante el supuesto de que estos individuos carecieran de la suficiente capacidad técnica y profesional para llevar a cabo este trabajo, y aunque la institución de apoyo fuera objetivamente inmejorable, los resultados obtenidos serían, sin embargo, desfavorables.

En el caso objeto de estudio, el primer dato relevante encontrado en este análisis es la heterogeneidad del perfil profesional de los técnicos y directores responsables de la gestión de las medidas de apoyo, tanto directas como indirectas. La diversidad de titulaciones encontradas –Licenciados en Empresariales, en Derecho, en Geografía, en Biología, en Historia e Ingenieros Técnicos–, pone de manifiesto una debilidad común en los tres instrumentos considerados en relación con el perfil de algunos técnicos, sobre todo en ciertas ramas de conocimiento, como la gestión empresarial o las técnicas psicosociales, que han sido identificadas como necesarias para los responsables de los programas de desarrollo rural (Vázquez, 1993)<sup>41</sup>. No obstante, y en relación con el apoyo indirecto, hay que mencionar que además del director, las Escuelas de Empresas cuentan con el apoyo de una empresa consultora especializada en gestión empresarial a la que suelen realizar consultas puntuales, sobre todo, de los problemas surgidos a proyectos ya en incubación.

Por otro lado, se observa también cierta coincidencia en cuanto a la dilatada experiencia en desarrollo rural que manifiestan los técnicos (o directores)

41 Aclarar, que en todos los entornos y al frente de las distintas instituciones, existe al menos un Titulado en Administración o Gestión de empresas, perfil vital para efectuar los preceptivos informes técnicos.

entrevistados, así como el amplio conocimiento de la problemática del entorno territorial en el que actúan, subsanando así la debilidad antes apuntada y respetando las recomendaciones que los expertos en desarrollo rural sugieren en sus investigaciones para todo buen mediador en el proceso de impulsar la economía local (Vázquez, 1993, González, 2002).

### ***Impacto y pertinencia de las instituciones de desarrollo rural en la creación de nuevas empresas en la provincia de Huelva***

Al analizar la visión que técnicos y directores tienen sobre el impacto que produce los instrumentos que ellos mismos gestionan<sup>42</sup>, se advierte una opinión unánime con respecto a la positiva repercusión que estas instituciones de desarrollo rural están teniendo en el empleo local, no sólo directamente a través de las nuevas firmas creadas, sino también indirectamente a través del impacto que provocan en otras muchas actividades. Así mismo, los responsables de las medidas de apoyo directo coinciden en destacar el aprovechamiento de recursos endógenos que se está produciendo con las nuevas empresas, lo cual coincide, parcialmente, con algunos de los objetivos de la PAC contenidos en la Agenda 2000. Por otro lado, y específicamente para el apoyo indirecto, se destacan los ámbitos de actividad en los que operan las nuevas firmas, muchos de ellos incluidos en los denominados nuevos yacimientos de empleo (servicios a la tercera edad, o turismo rural entre otros).

Así mismo, y tras diagnosticar la incidencia de las instituciones estudiadas sobre todo en lo que afecta a nuevas empresas y empleos, los entrevistados acentúan la importancia del ejemplo que están trasladando estos programas o Iniciativas, creando entre la población local un clima de confianza hacia las instituciones formales, lo que redundará en un futuro próximo en un mayor número de emprendedores que demanden estas medidas de apoyo. En este aspecto coinciden también los emprendedores rurales que asistieron a la reunión grupal, quienes pese a las trabas burocráticas sufridas en algunos casos, admiten la imagen positiva que desprenden estos programas en estas áreas rurales, en general, de marcada tradición asalariada. Ayudas como las ofrecidas por los Programas PRODER y la Iniciativa LEADER II contribuyen, en su opinión, a impulsar a los emprendedores a poner en marcha las ideas de negocio con la envergadura deseada y en el momento oportuno, dado que un retraso en la adopción

42 Se asume la importante carga de subjetividad con la que los entrevistados abordarían estas cuestiones, pero aún así se creyó interesante descubrir la percepción que tienen de los resultados que se están logrando. Puntualizar además, que estas opiniones fueron contrastadas con las manifestadas por los empresarios favorecidos por las medidas de apoyo, obteniéndose en consecuencia una visión mucho más objetiva.

de la decisión pudiera significar la pérdida de la oportunidad de negocio. En cuanto al apoyo proporcionado por el Programa Escuela de Empresas, se destaca el continuo asesoramiento y las instalaciones ofrecidas gratuitamente, aunque de forma temporal, a la nueva empresa.

### **V.4. A modo de resumen**

Los resultados obtenidos en el estudio comparativo que se expone en el presente capítulo, son sintetizados a continuación, incidiendo en las similitudes y diferencias halladas tras efectuar el análisis de contingencia e interpretar los datos cualitativos que abordan los factores relativos a la oferta institucional.

En primer lugar, tras realizar el análisis comparativo de los dos instrumentos de desarrollo rural de carácter directo –LEADER II y PRODER–, desde la perspectiva de nuevas empresas creadas se puede concluir que no existen diferencias estadísticamente significativas entre las firmas puestas en marcha con estos programas. No ocurre lo mismo, al confrontar el perfil sociodemográfico del emprendedor rural en el que se descubren diferencias estadísticamente significativas con las variables “lugar de origen del emprendedor” y “antecedentes familiares”, siendo mayoritaria la proporción de emprendedores favorecidos por el Programa PRODER con antecedentes familiares empresariales y cuyo lugar de origen –o residencia habitual– coincide con el lugar en el que inicia la actividad empresarial.

Al confrontar las características psicológicas de los emprendedores, los niveles de significación del Test estadístico Chi-cuadrado ponen de manifiesto la inexistencia de una relación de asociación, por lo que se admite la hipótesis nula de independencia entre las variables incluidas en este apartado.

Finalmente, hay que destacar la relación asociativa detectada entre el tipo de apoyo directo utilizado y la variable “influencia explícita de la institución” confirmándose una mayor influencia del LEADER II en la decisión de los emprendedores rurales de crear la nueva empresa.

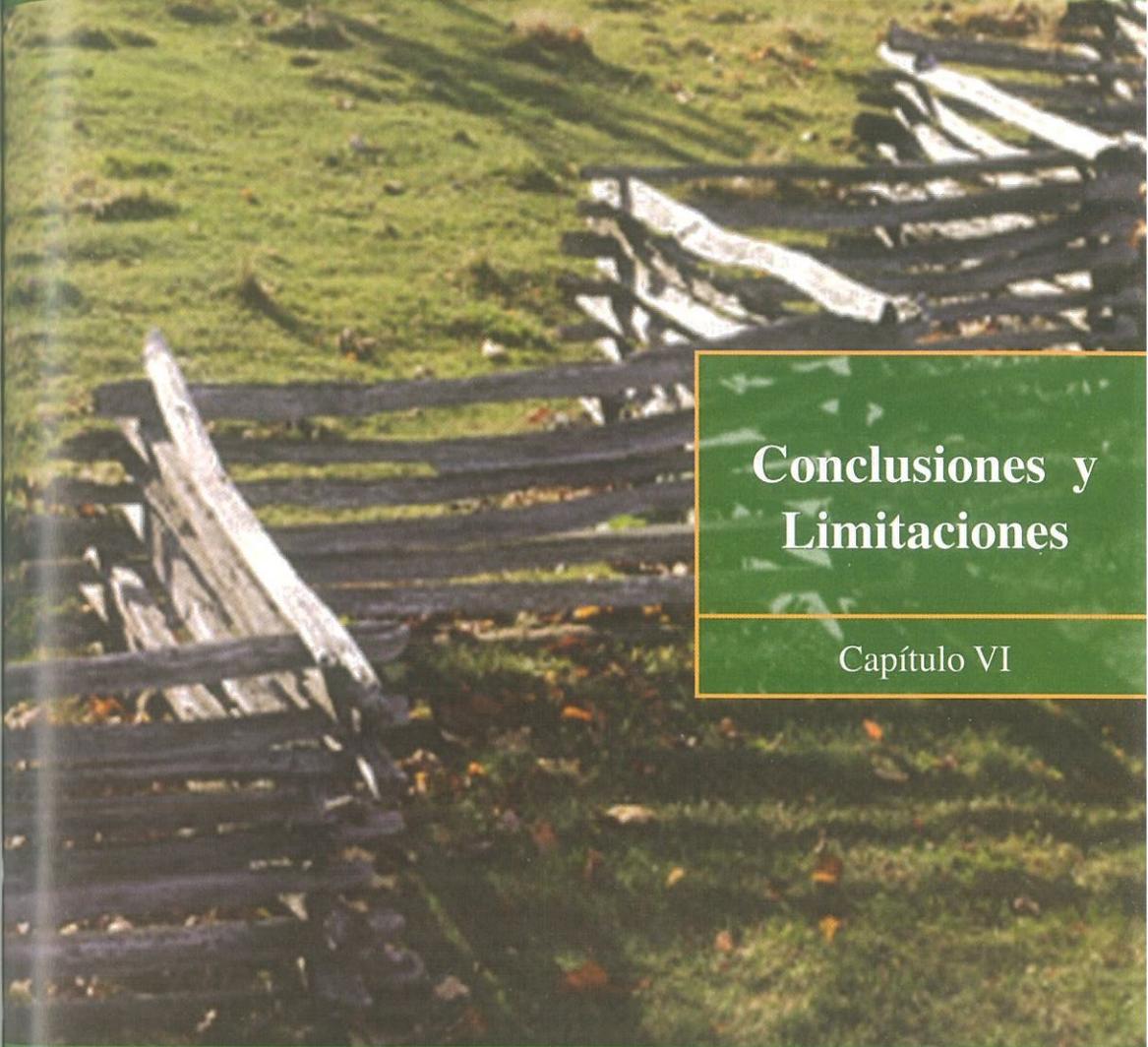
En un segundo término, cuando se comparan desde la perspectiva de la demanda los distintos tipos de apoyo –directo e indirecto– contemplados en las instituciones de desarrollo rural, se descubren varias relaciones de asociación entre éstos y algunas de las variables caracterizadoras de las

empresas y emprendedores rurales. Específicamente, se admite la hipótesis alternativa de asociación entre el tipo de apoyo y las siguientes variables: forma jurídica de la empresa, inversión inicial, número de empleos, edad, lugar de origen del emprendedor, experiencia en la creación de empresas, interés inicial por desarrollar la actividad empresarial, influencia implícita de la ayuda, importancia atribuida a la creación de redes o network como medida de estímulo de la actividad empresarial e importancia atribuida a la concesión de subvenciones.

Desde la perspectiva de la oferta institucional se han detectado ciertas similitudes en la dinámica seguida para la concesión de ayudas en las medidas de apoyo directo, sobre todo en cuanto a los pasos a seguir y los plazos temporales regulados. En este sentido, los emprendedores demandan mayor simplicidad en los trámites necesarios para solicitar una ayuda, y más agilidad en las resoluciones que determinan la concesión o la denegación del apoyo. En el apoyo indirecto, en cambio, existe mayor flexibilidad en la tramitación, así como un asesoramiento continuo a los emprendedores, aspecto muy valorado por éstos durante la celebración del grupo de discusión.

En ninguno de los instrumentos se contempla un objetivo explícito en relación con la creación de nuevas empresas y tan sólo en el caso del apoyo indirecto se produce el seguimiento de las iniciativas. En cuanto al perfil profesional de los técnicos y directores, destacar la dilatada experiencia en desarrollo rural y la heterogeneidad en la formación académica de los mismos.

Finalmente, coincide la visión de técnicos y emprendedores sobre la ejemplar labor que, en general, desarrollan estos programas, aumentando la confianza de la población rural hacia las acciones públicas de desarrollo rural que se dirigen, en parte, a fomentar la actividad empresarial en el medio rural.



## Conclusiones y Limitaciones

### Capítulo VI

## VI. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

### VI.1. Conclusiones

El abandono del campo, el éxodo hacia las grandes ciudades o el antiguo modelo de economía centralizada han empobrecido gran parte de los territorios rurales hasta el punto de ocasionar importantes desequilibrios entre zonas rurales y urbanas.

En este contexto, las propuestas europeas surgidas a raíz de la nueva reforma de la PAC convierten al desarrollo rural en un objetivo prioritario que abarca no sólo el fomento de las actividades agrarias respetuosas con el medio ambiente, sino también el estímulo de todas aquellas actividades que permitan una diversificación de la economía rural.

Este trabajo evidencia, en parte, los resultados que la política de desarrollo rural está logrando en la provincia de Huelva, a través del análisis de la incidencia que han tenido la Iniciativa LEADER II, el Programa PRODER y el Programa Escuela de Empresas en la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales en el medio rural.

Los incentivos a la iniciativa privada contemplados en estos instrumentos conforman las “instituciones” que define el Nobel de Economía Douglas North (1993). Su Teoría Institucional –o Neoinstitucional- es aplicable por tanto a los instrumentos de desarrollo rural analizados en este trabajo, razón por la que se exponen sus principales consideraciones, entre las que cabe resaltar la positiva repercusión que, en general, tienen las instituciones que facilitan el proceso emprendedor en aquellos ámbitos rurales en los que se carece de una cultura empresarial que potencie las vocaciones emprendedoras, y en los que prima una aversión al riesgo incompatible con la actividad empresarial.

Precisamente la Teoría Institucional fundamenta el marco teórico del estudio empírico desarrollado en la provincia de Huelva. Éste ha consistido en realizar un análisis comparativo entre los tres instrumentos de desarrollo rural mencionados, tanto desde el punto de vista de la demanda, lo que supone estudiar las características de las nuevas empresas rurales creadas a su amparo y los rasgos y opiniones del emprendedor, como desde el punto de vista de la oferta, es decir, examinando los servicios ofrecidos y, en general, el funcionamiento de cada institución.

Para ello, se efectuó un análisis de contingencia que permitió poner de manifiesto las principales similitudes y diferencias, así como las relaciones de asociación o independencia entre las variables caracterizadoras de la empresa y del emprendedor rural –previamente resumidas a través de un estudio de frecuencias (capítulo IV)- y el tipo de apoyo utilizado, y un análisis cualitativo que permitió aclarar y completar los resultados obtenidos del estudio anterior.

Finalmente en este capítulo, y aún a riesgo de que resulte algo reincidente, se destacan las principales consideraciones que se derivan del trabajo empírico realizado, algunas de ellas ya apuntadas en los capítulos precedentes, a las que, en todo caso, se añaden otras nuevas, centradas sobre todo en la reflexión sobre la forma de incentivar la creación de nuevas empresas en los ámbitos rurales, como elemento clave en la estrategia de desarrollo rural.

1. En primer lugar, se ha podido confirmar que si bien pueden ser muchos los factores que intervienen en la decisión de un individuo para crear una empresa en un determinado ámbito, instrumentos de desarrollo rural –o instituciones siguiendo la terminología de North (1993)- como la Iniciativa LEADER II, el Programa PRODER y el Programa Escuela de Empresas, contribuyen a la revitalización del tejido empresarial y el empleo de zonas rurales como las de la provincia de Huelva, no sólo de una forma directa y cuantitativa a través de las 100 nuevas empresas y los 288 nuevos puestos de trabajo creados, sino también indirectamente a través del impacto que estas nacientes firmas provocan en otras muchas actividades. A estos efectos positivos se une, además, el aumento de confianza de la población local en las instituciones, dado que por una parte están siendo testigos de las pequeñas empresas que se están creando, las cuales constituyen un ejemplo cercano y factible para el resto de la población rural, al tiempo que comprueban como, en efecto, la ayuda institucional se materializa, asistiendo así, a todo emprendedor que, cumpliendo los requisitos de los programas, necesitan un impulso para la puesta en marcha de la empresa rural.
2. De la descripción estadística de las variables definitorias de las nuevas empresas rurales se puede subrayar lo siguiente: en general, se trata de empresas individuales, que desarrollan su actividad en el sector servicios, destacando el importante peso que representan las actividades económicas vinculadas con el turismo rural. La mayoría de dichas iniciativas se ponen en marcha durante el período 1995-2000, con un capital que supera los 30050 euros, cantidad que se financia principalmente con préstamos bancarios y ahorros de los propios emprede-

dores. El volumen medio anual de ventas de estas empresas no suele superar los 36060 euros, y la plantilla de la mayoría de ellas está formada por menos de tres trabajadores. De estas características hay que acentuar básicamente tres aspectos:

- Por un lado, el marcado individualismo que en general predomina en el ámbito rural onubense, por lo que parece necesario seguir trabajando en la difusión de una cultura asociativa capaz de generar empresas de mayor envergadura, así como fomentar los procesos de integración entre diferentes ramas productivas con el fin de potenciar los efectos de la estrategia de desarrollo rural.
  - En segundo lugar, se ha puesto de manifiesto que las iniciativas rurales tienen un bajo efecto en la generación de empleos –normalmente menos de tres-, hecho que unido a las numerosas pérdidas de puestos de trabajo originadas por el cierre de algunas empresas ubicadas en zonas rurales –tales como el caso de “Minas de Río Tinto”-, hace que las cifras de desempleo en estas áreas no sufran variaciones o, incluso, sigan en aumento. Sería interesante, en consecuencia, difundir la experiencia de estos emprendedores para seguir dinamizando así al resto de la población rural.
  - Por último, y de acuerdo con la tónica general de las empresas andaluzas, destacar el reducido tamaño de las nuevas firmas, el cual si bien puede suponer una limitación en algunos ámbitos (capacidad de comercialización, distribución de productos o servicios, imagen exterior, etc.), puede constituir toda una ventaja de cara a la flexibilidad tan necesaria en el contexto económico actual.
3. Con respecto al perfil del emprendedor rural, el análisis sociodemográfico efectuado pone de manifiesto que éste se corresponde con un hombre, menor de 30 años, con estudios de grado medio, cuyo lugar de origen coincide con aquel en el que localiza la nueva empresa, sin formación empresarial, con experiencia laboral en la misma actividad a la que se dedica como empresario, aunque sin experiencia en la creación de empresas. Así mismo, existe cierto equilibrio entre los emprendedores que cuentan con un entorno familiar en el que hay o ha habido empresarios y los que no. De este perfil general, hay que destacar los siguientes aspectos:

- La todavía escasa presencia de la mujer emprendedora en los ámbitos rurales, lo cual es aún más llamativo en el caso del Programa Escuela de Empresas, dirigido especialmente a fomentar la creación de empresas entre la población juvenil, dado que la mujer joven es la que en mayor número se está incorporando al mundo laboral, en general, y al empresarial en particular<sup>43</sup>. En este sentido, defendemos encarecidamente el diseño y puesta en marcha de nuevos instrumentos que, de manera especial, favorezcan a este colectivo.
  - La juventud de los emprendedores surgidos al amparo de estos programas, resultados que vienen a convalidar los obtenidos en otros estudios acerca de la mayor juventud del emprendedor andaluz en relación con el español.
  - La escasa formación que, en general, se detecta en la mayoría de los emprendedores, pese a que ya se empieza a vislumbrar una progresiva incorporación de los titulados universitarios al mundo de la creación de nuevas empresas en el ámbito rural.
4. Al analizar el perfil psicológico de los encuestados se descubre que la mayoría tenía un interés inicial por ser emprendedor, coincidiendo su motivación básica con algunos rasgos que caracterizan la actividad empresarial (deseos de independencia, deseos de altas ganancias, motivación de logro, etc.). Igualmente, la generalidad de los emprendedores se encuentran satisfechos con su estatus de empresario.
  5. Las dificultades financieras, junto con las trabas burocráticas, se revelan como los principales obstáculos que ha de superar la nueva empresa, mientras que los apoyos financieros constituyen las medidas más valoradas para estimular la actividad empresarial. Cabe indicar, no obstante, que dichos obstáculos se verán reducidos a partir de la entrada en vigor del Estatuto de Nueva Empresa aprobado recientemente por el Parlamento español, en virtud del cual se reducen los catorce trámites necesarios para crear un negocio a uno sólo, y los plazos necesarios para ello a 48 horas<sup>44</sup>. Igualmente, las reformas fiscales introducidas por el Estatuto (entre las que se encuentran diferir el pago

43 La presidenta de la Fundación Internacional de la Mujer Emprendedora (FIDEM), Anna Mercadé, ha puesto de manifiesto que en España, el 60% de las nuevas empresas son creadas por mujeres (Expansión, 23 de octubre de 2002).

44 Expansión 14 de marzo de 2003, pág.59: "Luz verde a la ley que permitirá crear empresas en dos días".

- de impuestos durante los dos primeros años) atenuarán las dificultades financieras que hasta hoy deben soportar las nuevas empresas.
6. Se detecta, en general, una positiva valoración de los instrumentos de desarrollo rural analizados.
  7. Del estudio comparativo efectuado a través del análisis de contingencia, se desprenden similitudes y diferencias importantes tanto entre las empresas y emprendedores rurales amparados por las distintas instituciones o instrumentos (demanda institucional), como por parte de algunos de los servicios ofrecidos por éstos (oferta institucional). A continuación se destacan aquellas relaciones más significativas.
    - 7.1. En cuanto a la demanda institucional (nuevas empresas y emprendedores), de la confrontación de las dos medidas de apoyo directo contempladas en los instrumentos de desarrollo rural –Iniciativa LEADER II y Programa PRODER–, cabe resaltar la gran similitud existente tanto en las nacientes empresas, como en los emprendedores rurales. Considerando las primeras, no se han encontrado relaciones estadísticamente significativas entre las variables que caracterizan a las nuevas empresas y los programas LEADER II y PRODER, reflejando esto a su vez el paralelismo efectivo entre las firmas creadas en el norte y sur provincial<sup>45</sup>. Atendiendo al perfil del emprendedor rural tan sólo se detectan relaciones de asociación entre el tipo de apoyo directo utilizado y las variables sociodemográficas "lugar de origen" y "antecedentes empresariales", destacando este último rasgo en los emprendedores favorecidos por el PRODER y, por tanto, ubicados en el sur provincial. Así mismo, estos emprendedores se caracterizan por crear sus empresas en el mismo lugar en el que nacieron, mientras que entre los emprendedores favorecidos por el LEADER II (y ubicados en el norte provincial) se detecta una mayor movilidad a la hora de poner en marcha la iniciativa empresarial.

En el último aspecto caracterizador de la demanda en el que se confrontan estadísticamente las ayudas del LEADER II y del PRODER, la opinión del emprendedor, únicamente se verifica una relación de asociación entre las variables "influencia explícita de las ayudas" e "instrumento de apoyo utilizado". En efecto, el Test estadístico aplicado revela que la Iniciativa LEADER II ha influido

45 Recordar que la Iniciativa LEADER II se desarrolla en el norte de la provincia de Huelva (Sierra de Aracena, Andévalo Occidental y Cuenca Minera), y el Programa PRODER en el sur provincial (Costa Occidental y Condado).

en mayor grado en la decisión de los emprendedores rurales de crear las nuevas empresas. No obstante, tanto el LEADER II como el PRODER se han revelado como importantes aceleradores del proceso emprendedor, experimentando, de esta forma, una importante y positiva incidencia en el desarrollo rural de los municipios onubenses que se encuentran en su ámbito de aplicación.

7.2. Al realizar el análisis comparativo entre las dos modalidades de instrumentos de desarrollo rural considerados, por un lado el apoyo directo materializado en la Iniciativa LEADER II y el Programa PRODER y, por otro, la ayuda indirecta que ofrece el Programa Escuela de Empresas, se ponen de manifiesto varias diferencias estadísticamente significativas, lo que lleva a aceptar la hipótesis de asociación entre varias de las variables caracterizadoras de las nuevas empresas y de los emprendedores rurales, y los dos tipos de apoyo estudiados.

En primer lugar, las nuevas empresas rurales presentan connotaciones distintas según el tipo de apoyo que han utilizado. Específicamente, se confirma la relación de asociación entre las variables “forma jurídica”, “inversión inicial” y “número de empleos creados”, y la utilización de un apoyo directo o indirecto, siendo las empresas de Economía Social, con menor inversión inicial y generadoras de un mayor número de empleos, aquellas que se han constituido con la ayuda del Programa Escuela de Empresas (apoyo indirecto). En este sentido, se confirma el valor de los agentes de Economía Social (Sociedades Cooperativas y Sociedades Laborales principalmente) de cara a fomentar las empresas rurales que repercuten, en términos efectivos, en una mayor cantidad, calidad y estabilidad de puestos de trabajo.

Aplicando el análisis de contingencia en las variables que caracterizan el perfil del emprendedor rural –sociodemográfico y psicológico–, se pone de manifiesto que la utilización de las instituciones o instrumentos de apoyo guardan una relación asociativa con:

- La edad del emprendedor: los emprendedores más jóvenes son los beneficiarios del apoyo indirecto, algo lógico si se tiene en cuenta la particularidad del Programa Escuela de Empresas que favorece específicamente a los equipos de emprendedores compuestos mayoritariamente por socios menores de treinta y cinco años.

- El lugar de origen: existe una mayor movilidad entre los emprendedores amparados por el apoyo indirecto, de lo que se desprende la influencia que puede ejercer en el emprendedor la existencia de un entorno que contemple determinadas facilidades para poner en marcha una iniciativa empresarial.
- Experiencia en la creación de empresas: rasgo más propio de los emprendedores amparados por el apoyo directo quienes, lógicamente, prefieren un apoyo económico o financiero a un servicio de formación o asesoramiento como el que ofrece el apoyo indirecto.
- Interés por dedicarse a la actividad empresarial: se manifiesta un mayor interés por parte de los emprendedores beneficiarios del apoyo directo. Este dato pone de relieve dos cuestiones importantes: por un lado, el efecto positivo que produce el apoyo directo, por cuanto que supone un valioso acelerador del proceso emprendedor al favorecer la creación de empresas entre individuos que, en principio, mostraban interés por desarrollar una actividad empresarial; y, por otro, el resultado propicio que también genera el apoyo indirecto, dado que contribuye al fomento empresarial ayudando a crear empresas, en este caso, a aquellas personas que, a priori, no estaban interesados, por lo que al mismo tiempo está fomentando el espíritu empresarial en el ámbito rural.
- Satisfacción con el estatus de empresario: en consonancia con la relación asociativa revelada en el apartado anterior, se aprecia una mayor satisfacción con el estatus de empresario entre aquellos individuos amparados por el apoyo directo. No obstante, conviene aclarar que entre los emprendedores favorecidos por los apoyos indirectos existe también una proporción significativa que, a posteriori, manifiesta su satisfacción con la condición de empresario, lo que, en estos casos, significa que el apoyo indirecto les ha permitido adquirir o descubrir rasgos empresariales que, según el escaso interés manifestado inicialmente, ignoraban con anterioridad.

Por otra parte, y aunque sin contrastarse empíricamente, merece mención especial el apartado relacionado con la motivación

empresarial. Al respecto, se detecta en los emprendedores favorecidos por el apoyo indirecto que la necesidad de crearse un puesto de trabajo ha supuesto un motivo de peso para desarrollar la iniciativa empresarial.

En cuanto al último aspecto considerado desde la óptica de la demanda, la opinión del emprendedor, destacar la asociación estadísticamente significativa que se confirma entre las variables “influencia implícita de la ayuda” y “tipo de apoyo”, lo que significa que los emprendedores amparados por el apoyo indirecto perciben que la ayuda les ha influido más en su decisión de crear la empresa que aquellos favorecidos por el apoyo directo.

Así mismo, se descubre que los problemas burocráticos son más acusados para aquellos que utilizaron el apoyo directo, mientras que las cuestiones relacionadas con el personal constituyen un factor de riesgo para la supervivencia de aquellas empresas nacidas al amparo del apoyo indirecto.

Finalmente, cabe destacar la relación asociativa que se desprende del Test de contingencia efectuado al contrastar el tipo de apoyo, con la importancia atribuida a la concesión de subvenciones y a la facilitación de una red de contactos, siendo la primera medida más valorada por los emprendedores favorecidos por el apoyo económico o directo, y la segunda más apreciada por los que se beneficiaron del apoyo indirecto.

8. Desde la perspectiva de la oferta institucional, y a través de los instrumentos cualitativos de recogida de información, se revelan los siguientes aspectos importantes:

- La normalización seguida en el procedimiento para conceder las ayudas es la tónica común en los tres instrumentos de desarrollo rural analizados destacando, sin embargo, en el Programa Escuela de Empresas (apoyo indirecto) una mayor flexibilidad y un trato más personalizado con el grupo de emprendedores.
- Los plazos temporales que transcurren para comunicar a los interesados la resolución del apoyo son más prolongados en el caso de la ayuda directa, siendo también más complejo el procedimiento burocrático que envuelve el proceso de solicitud de la ayuda, sobre todo, en el caso del Programa PRODER. En este caso, las empresas situadas en un entorno protegido (zona de influencia del Parque Nacional de Doñana) se ven perjudicadas por las trabas burocráticas derivadas de los informes

medioambientales que se exige para el desarrollo de cualquier actividad productiva. Dichos efectos perjudiciales pueden llegar a desmotivar a potenciales emprendedores rurales, o en cualquier caso, favorecer el desplazamiento de las nuevas empresas hacia zonas urbanas en las que no se de tal restricción.

- La valoración de los emprendedores de las medidas utilizadas es, en general, positiva, aunque se detecta una mejor valoración del apoyo indirecto.
- La carencia de objetivos concretos y cuantificables, con respecto a la creación de nuevas empresas, en los tres instrumentos de desarrollo rural, dificulta cualquier acción de seguimiento o evaluación de los mismos. Este problema es habitual encontrarlo en programas de desarrollo, en los que los objetivos suelen estar contemplados de una forma genérica o global. No obstante, definir un objetivo específico mejoraría, incluso, sus resultados, no sólo a través de un conocimiento más profundo de su contenido y consecuencias, 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.
- Tan sólo las nuevas empresas rurales creadas con el apoyo del Programa Escuela de Empresas son objeto de un seguimiento continuo. En el caso de los instrumentos de apoyo directo la relación “institución-emprendedor rural” se rompe prácticamente una vez que la subvención es abonada.
- La profesionalidad de los técnicos y directores de las distintas medidas de desarrollo rural es adecuada en todos ellos, aunque podría vislumbrarse cierta debilidad en el perfil de algunos técnicos de los apoyos directos, sobre todo, en los aspectos relacionados con la gestión de empresas o las habilidades psicosociales.

Para terminar, y después de las conclusiones expuestas, creemos oportuno realizar algunas consideraciones que sirvan de orientación para el diseño y desarrollo de futuros programas de desarrollo rural, que persigan, entre otras finalidades, fomentar la creación de nuevas empresas rurales<sup>46</sup>. Así

46 Recientemente se ha puesto en marcha en Andalucía el Programa Operativo PRODER –A y la Iniciativa Comunitaria LEADER +, dando así continuidad a los dos instrumentos de apoyo directo analizados en este trabajo. Por su parte, el Programa Escuela de Empresas sigue vigente en la actualidad.

pues, y aunque son muchas las consecuencias del estudio que han sido puestas de relieve a lo largo del presente trabajo, queremos destacar algunas de las fortalezas y debilidades que pueden detectarse en el ámbito rural, de cara a lograr unos niveles de desarrollo semejantes a los del ámbito urbano.

Por un lado, la existencia de instrumentos de desarrollo rural que aporten ayuda económica o directa para la creación de nuevas empresas, junto con la existencia de recursos endógenos hasta hace poco infrautilizados –espacios naturales, tradición artesanal, elaboración de productos autóctonos, etc.–, favorecen el surgimiento de iniciativas empresariales en el justo momento en el que existe la oportunidad de negocio, lo que supone que el emprendedor rural, aprovechando los recursos estratégicos de su propio territorio, es capaz de crear una ventaja competitiva estrechamente vinculada con la sostenibilidad ambiental y el bienestar social.

En el extremo opuesto, señalar que una de las debilidades más importantes responde a la ausencia de emprendedores con la formación técnica y empresarial que demandan los mercados actuales. Así, y en un contexto en el que la formación permanente o a lo largo de la vida se empieza a considerar condición indispensable para el éxito profesional, la población rural, aunque con una actitud cada vez más abierta y positiva para asumir el rol empresarial, adolece de algunas lagunas en aspectos tan vitales como la comercialización de productos, finanzas o la gestión estratégica de la empresa.

Afortunadamente, el Programa Escuela de Empresas, ejemplo de instrumento de desarrollo rural de carácter indirecto, suple en parte estas carencias, al contemplar entre los servicios ofrecidos el desarrollo de cursos formativos, muy valoradas por los emprendedores en la discusión grupal. En los demás casos, y conscientes de las numerosas acciones formativas que, cada vez con más asiduidad, se están desarrollando en el medio rural, y del escaso éxito detectado en las mismas, cabría recomendar una nueva concepción de la formación para los emprendedores rurales, orientada más hacia la creación de una red de coordinación. Por ejemplo, y con el fin de disminuir los ratios de fracaso empresarial, sería interesante la creación de grupos “emprendedores consolidados-emprendedores noveles”, que tuvieran la oportunidad de hablar libremente sobre los problemas que surgen durante la puesta en marcha de la empresa, así como sobre las dificultades a las que, en general, deben hacer frente las nuevas empresas.

Una solución apropiada, ya adoptada para el caso de las empresas de Economía Social, la constituye la creación de la Red de Agencias para la

Economía Social cuya misión es facilitar información, asesoramiento y formación técnica para el desarrollo de proyectos de nueva creación, y de ampliación, modernización e innovación empresarial, que generen o consoliden empleo. Así mismo, y tras la reciente aprobación del Estatuto de Nueva Empresa, el Ministerio de Economía contempla la creación de una Red de Creación de Empresas, lo que va a suponer un entramado de puntos de asistencia y asesoramiento para ayudar a los nuevos empresarios a implantar sus negocios.

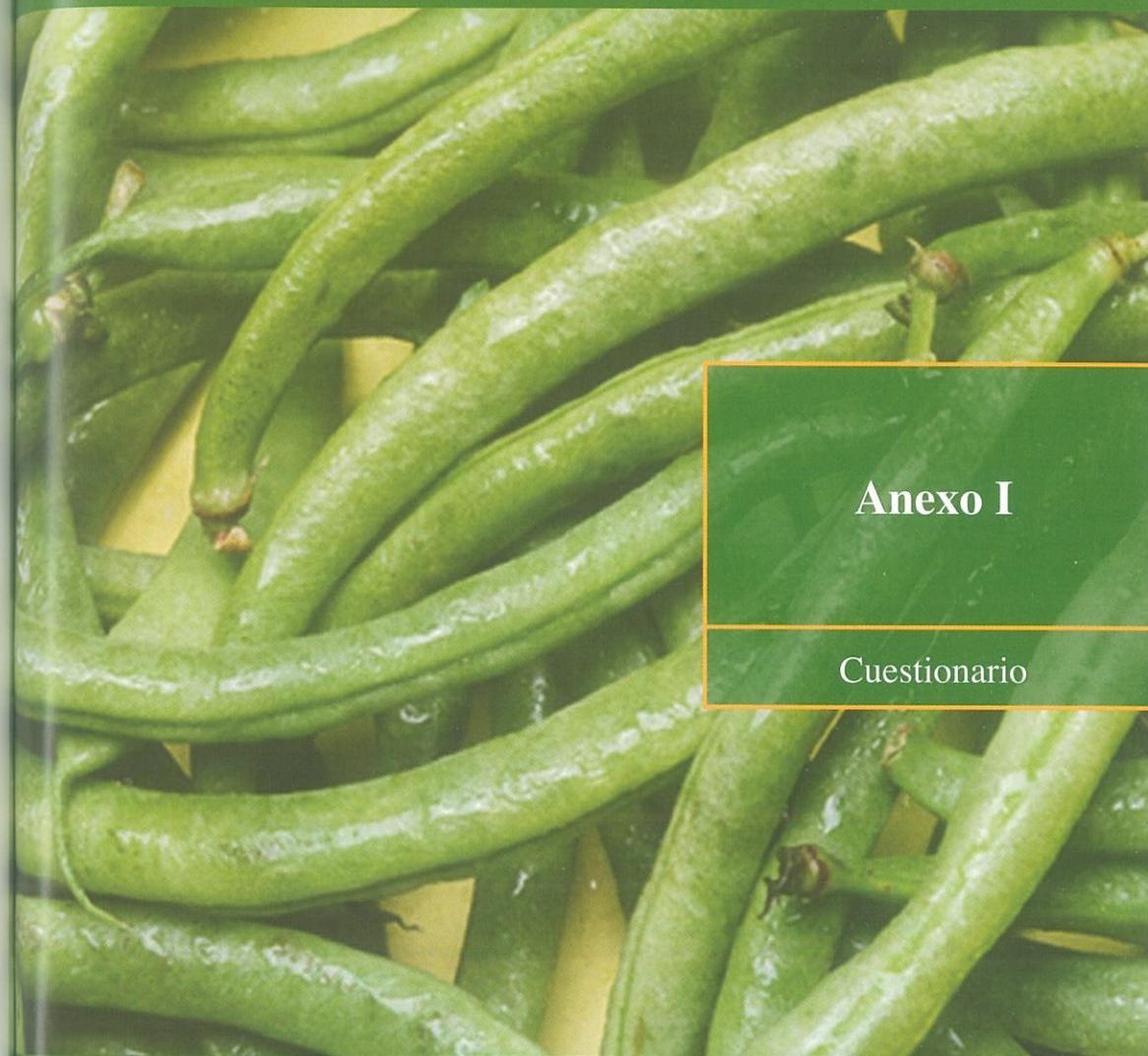
Por último, resulta necesario insistir en el problema que representa la excesiva burocracia que conlleva la utilización de algunos de los instrumentos de desarrollo rural de carácter económico o directo. Los diferentes requisitos exigidos por los distintos organismos pueden llegar a desmotivar a potenciales emprendedores para solicitar una ayuda pública, o incluso para poner en marcha la iniciativa empresarial. Sería necesario, en este sentido, un cambio de mentalidad en el carácter de algunas instituciones, de tal forma que aquellas que se crean para ayudar a los emprendedores adopten el diseño y modelo de una empresa emprendedora, lo que implicaría, entre otros aspectos, el abandono de estructuras rígidas y la adopción de horarios flexibles.

## VI.2. Limitaciones

Finalmente, es importante señalar las principales limitaciones de esta investigación:

- El estudio descriptivo de las variables realizado principalmente a partir de las encuestas efectuadas a los promotores, sufre los inconvenientes propios del método de obtención de información utilizado. Sin duda, el hecho de ofrecer respuestas cerradas en la mayoría de los casos, condiciona bastante la realidad percibida. Una forma de paliar este hecho sería a través del procedimiento de las historias de vida, las cuales permitirían captar concienzudamente todos los entresijos de los emprendedores y sus empresas, aunque elevaría desmesuradamente el tiempo y coste de la investigación.
- Las informaciones plasmadas resumen la visión del que, según los responsables de los instrumentos de desarrollo rural, es el promotor de la empresa. No obstante, puede ocurrir que, en ocasiones, la persona que figura como promotor no sea el verdadero artífice de la idea empresarial.

- Los detalles descubiertos en el grupo de discusión reflejan la visión de todos aquellos empresarios que guardan cierta homogeneidad con el grupo creado. Esta, en cierto modo, subjetividad, podría verse reducida a través de la celebración de más grupos de discusión en los que estuviera representados más perfiles empresariales (por ejemplo, mujeres únicamente, empresarios mayores de cuarenta años, etc.). Pese a que en principio fue considerada esta posibilidad, se descartó tras la enorme dificultad encontrada para celebrar el grupo de discusión.
- La dificultad de separar los efectos de los instrumentos analizados, y su contribución al desarrollo rural de la provincia de Huelva, de otras influencias endógenas o exógenas de la economía provincial, hace que el estudio efectuado adquiera un carácter exploratorio y aproximativo a la realidad actual, el cual, sin embargo, arroja luz sobre la incidencia y utilización de estos programas de desarrollo rural, así como sobre las ventajas e inconvenientes derivadas de utilizar diferentes tipos de apoyo.
- Por último, la delimitación del espacio geográfico considerado -el ámbito rural de la provincia de Huelva- pudiera limitar la validez de los resultados y conclusiones no siendo extensibles a otros ámbitos. No obstante, hay también algunas características bastante homogéneas en los ámbitos rurales andaluces donde se aplican estas instituciones de desarrollo rural (despoblamiento, escasez de infraestructuras, falta de espíritu empresarial, etc.), que podrían hacer trasladables algunas de las consideraciones apuntadas.



## Anexo I

### Cuestionario

## CUESTIONARIO

### A) Caracterización general de la empresa

P.1. ¿En qué año creó su empresa?

- |    |      |    |      |
|----|------|----|------|
| 1. | 1995 | 4. | 1998 |
| 2. | 1996 | 5. | 1999 |
| 3. | 1997 | 6. | 2000 |

P.2. ¿A qué actividad se dedica su empresa? \_\_\_\_\_

P.3. ¿Cuál es la forma jurídica de su empresa?

- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| 1. Empresa individual | 5. Sociedad Anónima     |
| 2. S.Limitada Laboral | 6. Sociedad Cooperativa |
| 3. S.Anónima Laboral  | 7. Sociedad Civil       |
| 4. Sociedad Limitada  | 8. Comunidad de Bienes  |

P.4. ¿Con qué capital inició su empresa?

0. No sabe / no contesta
1. Hasta 3005 euros.
2. Entre 3005 y 6010 euros.
3. Entre 6011 y 18030 euros.
4. Entre 18031 y 30050 euros.
5. Entre 30050 y 60101 euros.
6. Más de 60101 euros.

P.5. ¿Cuántos empleos / puestos de trabajo se crearon al comenzar la actividad (incluyendo el suyo)?

P.6. ¿Cuántos empleos/ puestos de trabajo se mantienen actualmente?

P.7. ¿Podría indicar aproximadamente cuál fue su volumen medio anual de ventas del pasado año?

0. No sabe / no contesta
1. Hasta 6010 euros.
2. De 6010 a 12020 euros.
3. De 12020 a 18030 euros.
4. De 18030 a 24040 euros.
5. De 24040 a 30050 euros.
6. De 30050 a 36060 euros.
7. De 36060 a 42070 euros.
8. De 42070 a 48080 euros.
9. De 48080 a 54091 euros.
10. De 54091 a 60101 euros.
11. Más de 60101 euros.

### B) Perfil sociodemográfico del emprendedor

P.8. Sexo

1. Hombre.
2. Mujer.

P.9. ¿Podría señalar el intervalo de edad en el que se encontraba en el momento de crear su empresa?

1. Menor de 20 años.
2. Entre 21 y 30 años.
3. Entre 31 y 40 años.
4. Mayor de 40 años.

P.10. ¿Nació usted en el municipio en el que creó su empresa?

1. Sí.
2. No.

P.11. ¿Qué estudios había realizado en el momento de crear su empresa?

1. Sin estudios.
2. Estudios primarios.

3. Estudios medios (BUP, FP o COU).

4. Estudios universitarios (Licenciado, Diplomado, Ingeniería Técnica o Superior).

P.12. ¿Recibió algún tipo de formación empresarial antes de crear su empresa?

1. Sí.
2. No.

P.13. Al crear su empresa, ¿tenía alguna experiencia laboral previa?

1. Sí.
2. No.

P.14. Al crear su empresa, ¿tenía experiencia laboral en la misma actividad?

1. Sí.
2. No.

P.15. Al crear su empresa, ¿tenía experiencia en la creación de empresas? (para aquellos que respondieron afirmativamente a la respuesta anterior).

1. Sí.
2. No.

P.16. ¿Algún miembro de su familia o amigo muy próximo ha creado o gestionado un negocio?

1. Sí.
2. No.

### C) Motivaciones básicas de los emprendedores

P.17. Si tuviera que indicar la razón principal por la que creó su empresa, ¿cuál de los siguientes motivos señalaría?

1. Libertad para tomar decisiones.
2. Aprovechar la oportunidad existente.
3. Tener el control de mi propio tiempo.
4. Tenía sentido en ese momento de mi vida.
5. Asegurarme un puesto de trabajo.
6. Tener mayor flexibilidad para mi vida personal y familiar.
7. Deseos de altas ganancias.
8. Ser desafiado por los problemas y oportunidades de una empresa.
9. Lograr algo y obtener reconocimiento por ello.
10. Continuar aprendiendo.
11. Contribuir a la riqueza de mis familiares.
12. Lograr una mejor posición en la sociedad.
13. Ser innovador.
14. Desarrollar mi idea de producto / servicio.
15. Desarrollar una idea de producto / servicio surgida mientras desempeñaba otro trabajo.
16. Tener acceso a beneficios indirectos.
17. Incrementar el estatus y prestigio de mi familia.
18. Contribuir al bienestar de la comunidad en la que vivo.
19. Ser respetado por mis amigos.
20. Tener mayor influencia en mi comunidad.
21. Seguir el ejemplo de una persona que admiro.
22. Seguir los consejos de personas exitosas cercanas a mi entorno.
23. Continuar la tradición familiar.

P.18. Antes de crear su empresa, ¿cuál había sido su interés por dedicarse a la actividad empresarial?

1. Ningún interés.
2. Poco interés.
3. Indiferente.
4. Algo de interés.
5. Siempre tuve interés.

P.19. Señale qué fuentes financieras utilizó en el momento de crear la empresa (excluyendo la subvención obtenida en cualquier caso) (puede marcar más de una):

1. Ahorros propios.
2. Préstamo bancario.
3. Préstamo familiar o de amigos.
4. Sociedad de capital riesgo.
5. Otros.

P.20. Si tuviera ocasión de cambiar de actividad en el futuro, ¿cambiaría su condición de empresario por la de asalariado?

1. Sí, sin dudarlo.
2. No, en ningún caso.
3. Sí, con algunas condiciones.

**D) Opinión de los emprendedores sobre algunos aspectos relacionados con la creación de empresas en el ámbito rural.**

P.21. ¿Cuál fue el principal problema al que se enfrentó su empresa durante los primeros momentos de vida?

1. Capacidad financiera.
2. Escaso conocimiento del sector.
3. Dificultad de acceso a proveedores.
4. Dificultad de acceso a canales de distribución.
5. Presión tributaria.
6. Fuerte competencia.
7. Disponibilidad de personal adecuado.
8. Aversión de los clientes al nuevo producto / servicio.
9. Escaso conocimiento del producto / mercado.
10. Incompatibilidad con socios-fundadores.
11. Burocracia.

P.22. ¿Qué importancia le da ud. a la existencia de cada uno de los siguientes factores para facilitar o estimular la creación de empresas?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

1. Simplificar trámites a la creación.
2. Reducir la presión fiscal.
3. Mayor información sobre oportunidades de negocio.
4. Ofrecer formación empresarial.
5. Asesoramiento durante las etapas previas a la creación.
6. Instrumentos financieros más flexibles.
7. Facilidades de coordinación.
8. Elevado nº de emprendedores exitosos en la zona.
9. Legitimar la función empresarial.
10. Ofrecer mayor número de subvenciones.
11. Asesoramiento durante el primer año.
12. Disponibilidad de suelo a bajo coste.

1 = Nada importante. 2 = Poco importante. 3 = Regular. 4 = Muy importante. 5 = Esencial.

P.23. ¿En qué grado considera que la ayuda le ha facilitado su labor en la creación de la empresa?

1. No me lo ha facilitado nada.
2. En bajo grado.
3. Normal.
4. En suficiente grado.
5. En muy alto grado.

P.24. ¿Hubiera creado su empresa si no hubiera recibido la ayuda institucional?

1. Sí.
2. No.

P.25. ¿Hubiera creado su empresa en el mismo momento en que la creó? (para aquellos que respondieron afirmativamente a la respuesta anterior).

1. Sí.
2. No.

## Bibliografía

- Agudo M.A., Magaña, M.A., Gila, M<sup>a</sup>.J. (2002). La Iniciativa comunitaria Leader Plus en la Comunidad de Madrid. *Información Regional*, 32: 20-26.
- Aldrich, H.E. y Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. *Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge: MA Ballinger, 3-23.
- Aprell, C. (1997). *Legislación administrativa de Andalucía. Desarrollo rural*. Editorial Comares, Granada.
- Barea, J. (1990). Conceptos y agentes de la Economía Social, *Revista CIRIEC-España*, 8, octubre.
- Barea, J.; Monzón, L. (1992). *Libro Blanco de la Economía Social en España*, Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Barke, M y Newton, M. (1995). La iniciativa comunitaria Leader y el desarrollo rural en España: Estudio comparativo de la Alpujarra (Almería / Granada) y La Loma (Jaén). *Estudios Regionales*. Nº 41, 36-63.
- Beltrán, C. (1994). El desarrollo rural y la Iniciativa comunitaria Leader en España. *Papeles de Economía Española* 60-61: 226-228.
- Birch, D.L. (1979). *The job generation process*. M.A., Cambridge.
- Birley, S. (1985). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*. Vol 1, 107-117.
- 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* 2: 123-144.
- Bueno, J. (1990). *Los desequilibrios regionales. Teoría y realidad española*. Ediciones Pirámide, Madrid.
- Bruno, A.V. y Tyebje, T.T. (1982). The environment for entrepreneurship. En Kent, C.A.; Sexton, D.L. y Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 288-315.
- Carrasco, M. (1996). *La figura del empresario y las iniciativas empresariales en el horizonte del siglo XXI*. Lección inaugural.

- Curso académico 1996-97. Universidad de Huelva, Huelva.
- Carrasco, M., Porras, N. y Toledano, N. (1999). Análisis del tejido empresarial onubense. Una perspectiva estructural y dinámica. *CERES. Cuadernos de Estudios Socioeconómicos de Huelva*, nº 3, 4-44.
- Carsrud, A.L., y Krueger, N.J. (1995). Entrepreneurship an social psychology: behavioural technology for understanding the new venture initiation process. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Vol.2, 73-96.
- Ceña, F. (1994). Planteamientos económicos del desarrollo rural: perspectiva histórica. *Revista de Estudios Agro-Sociales*, nº 169, julio septiembre, 11-52.
- Chrisman, Hoy y Robinson, (1987). New Venture Development: the costs and benefits of public sector assistance. *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, nº 4, 315-328.
- Collins, O.F. y Moore, D.G. (1979). *The enterprising man*. Library of congress catalog card, Michigan.
- Consejería de Agricultura y Pesca (2003). *Resolución de 2 de enero de 2003*, de la Dirección General de Desarrollo rural, por la que se hacen públicos los ámbitos de intervención de los Grupos de acción local seleccionados para participar en la gestión del Capítulo Estrategia de Desarrollo del Programa Regional Leader Plus de Andalucía.
- COM (1995). Comunicación de la Comisión de 13 de junio de 1995. *Una estrategia europea de estímulo a las iniciativas locales de desarrollo y empleo*.
- COM (1997). Comunicación de la Comisión de 18 de noviembre de 1997. *Hacia un desarrollo sostenible. 592, final*.
- COM (1998). Comunicación de la Comisión de 7 de abril de 1998. *Fomento del espíritu empresarial en Europa: prioridades para el futuro*.
- COM (2000). Comunicación de la Comisión de 7 de abril de 2000. *Actuación local a favor del empleo. Una dimensión local ara la Estrategia Europea por el Empleo*.
- Comisión de las Comunidades Europeas (1993). *Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI*. Libro blanco. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.
- Comisión Europea (1997). *Agenda 2000. Volumen 1: Por una Unión más fuerte y más amplia*. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.
- Comisión Europea (2000). *La situación de la agricultura en la Comunidad. Informe 2000*. [http://europa.eu.int/comm/agriculture/index\\_es.htm](http://europa.eu.int/comm/agriculture/index_es.htm) (Consultado: octubre 2002).
- Commons, J.R. (1934). *Institutional Economics*. Madison: University of Wisconsin Press.
- W.C. (1987). Entrepreneurial research: old questions, new Cooper, A.C. y Dunkelberg, answers and methodological issues. *Journal of Small Business* 11 (3): 11-23.
- Cooper, A.C. (1973). Technical entrepreneurship: what do you know? *R & D Management*. Vol. 3, nº 2, 113-135.
- Cooper, A.C. (1985). The role of incubator organizations in the founding of growth oriented firms. *Journal of Business Venturing*. Vol. 1, nº 1, 75-86.
- Cromie, S. Y Birley, S. (1994). Relationships among small business support agencies. *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 6, nº 4, 301-314.
- Cross, M. (1981). *New firm formation and regional development*. Aldershot Hants, Gower.
- Curtido, L. y García, M.T. (2001). *Análisis de acciones emprendedoras en el medio rural andaluz*. Junta de Andalucía. Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, Sevilla.
- De Andrés, P; García, T; De la Fuente, J.M. (1997). Incidencia del marco ambiental en la creación de empresas. Análisis empírico par el caso español. *Economía Industrial*, nº 318, 151-164.
- Defourny, J. (1990). La Economía Social en Bélgica, *Revista CIRIEC-España*, nº 8, octubre.

- De Pablo, I.; Casani, F.; Santos, B., Cabezuelo, A. (2001). La creación de empresas en la Universidad: el caso de la Universidad Autónoma de Madrid, XI Congreso Nacional de ACEDE.
- Diario Oficial de las Comunidades Europeas. N° C 180.1.07.94.
- Díez de Castro, E.P. (1995). *La empresa en Andalucía*, Madrid: Civitas.
- Dubini, P. (1989). The influence of motivations and environment on business start-ups: some hints for public policies, *Journal of Business Venturing*, 4, pp. 11-26.
- Drucker, P.F. (1985). *La innovación y el empresario innovador. La práctica y los principios*. Edhasa, Barcelona.
- Evans, D.S. y Leighton, L.S. (1989). Some empirical aspects of entrepreneurship. *American Economic Review*. (3), 519-520.
- Garafoli, G. (1994). New firm formation and regional development: the Italian case. *Regional Studies* 28 (4): 381-393.
- García, C. (1991). *La Economía Social o la economía de las empresas de participación*. En memoria de M<sup>a</sup> Ángeles Gil Suárez. Madrid.
- García, B. (1994). Nuevas claves para entender la recuperación de la sociedad rural. *Papeles de Economía Española*, n° 60-61, 204-233.
- García, B. (1996). *La sociedad rural ante el siglo XXI*. MAPA, Madrid.
- Gartner, W.B., Mitchell, T.R. y Vesper, K.H. (1989). A taxonomy of new business ventures. *Journal of Business Venturing*. Vol.4, n° 3, 169-186.
- Gibb, A.A. (1993). Key factors in the design of policy support for the small and medium enterprise (SME) development process: an overview. *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol.5, n° 1, January-March, 1-24.
- Good, W. (1996). Support Systems for Small Business: their levels of awareness and perceived importance. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 13, n° 4, 34-49.
- González, F. (2002). El punto de vista de los grupos de desarrollo rural 1. *Jornada Temática sobre el mundo rural*, Madrid.
- González, A. (2002). El punto de vista de los grupos de desarrollo rural 2. *Jornada Temática sobre el mundo rural*, Madrid.
- González, J.J. (2002). Juventud rural y relevo generacional en la agricultura. *Jornada Temática sobre políticas de relevo generacional e incorporación de la mujer al mundo rural*, Madrid.
- Katz, L.V. (1994). *Characteristics and Background of Entrepreneurs*. En Hisrich, R.D. y Peters, M.P. *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. Cap. 3, 47-75. Routledge: London.
- Knight, F.H. (1947). *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Aguilar, Madrid.
- Keeble, D. y Weber, E. (1986). *New firms and regional development in Europe*. Croom Helm, Londres.
- Krueger R.A. (1991). *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Ediciones Pirámide, Madrid.
- Larson, A. y Starr, J.A. (1993). A network model of organization formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol.17, n°2, 5-16.
- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and Development. *American Economic Review*, 58, 72-83.
- Lerner y Haber (2000). Performance factors of small tourism ventures: the interface of tourism, entrepreneurship and the environment. *Journal of Business Venturing*, 16, 77-100.
- Malecki, E.J. (1994). Entrepreneurship in regional and local development. *International Regional Science Review* 16 (1&2): 119-153.
- MAPA (1992). *El futuro del mundo rural*. IRYDA, Madrid.
- Marchena, M. y Gómez, M.A. (1991). Ordenación del territorio e incentivos regionales. El caso de Andalucía. *Estudios Regionales*, n° 30, 155-172.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. D. Van Nostrand, New York.

- Mercadé, A. (1998). *Mujer emprendedora*, Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (1998). *Desarrollo agrario, desarrollo rural: los agricultores nuevos actores de desarrollo*. Actas del Congreso Internacional de Desarrollo Rural, Madrid.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2002). *Hechos y cifras del sector agroalimentario y del medio rural español*. Secretaría General Técnica, Madrid.
- Molinero, F. y Alario, M. (1994). La dimensión geográfica del desarrollo rural: una perspectiva histórica. *Revista de Estudios Agro-Sociales*, nº 169, julio-septiembre, 53-88.
- Molinero, F. (2002). El desarrollo rural en los territorios de la Unión Europea. *Jornada Temática sobre el mundo rural*, Madrid.
- Monsted, (1993). *Regional network proceses: networks for the service sector or development of entrepreneurs*. En Karlsson, C.; Johannisson, B y Storey, D. (Eds), *Small Business Dynamics: International, National and regional perspectives*, 204-222. London: Routledge.
- North, D. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Nueno, P. (1996). *Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas*. Ediciones Deusto, Bilbao.
- On line. FAECTA. *Informe sobre la Economía Social* (<http://www.faecta.com/article>) (Consultado: diciembre 2002).
- On line. <http://europa.eu.int/pol/agr/en/newcapen.htm> (Consultado: enero 2003).
- On line. <http://www.rural-europe.aeidl.be/rural-es/index.html> (Consultado: enero 2003).
- On line. <http://europa.eu.int/comm/agenda2000/es/agenda.htm> (Consultado: enero 2003).
- On line. <http://redrural.tragsatec.es/redrural/Default.htm> (Consultado: diciembre 2002).
- Pérez, M. y Jiménez, M.M. (1994). El desarrollo local y desarrollo rural: el contexto del programa Leader. *Papeles de Economía Española* 60-61: 219-232.
- Pinillos, M<sup>a</sup>.J. (2001). Los directivos y la creación de empresas: un análisis exploratorio. *XI Congreso Nacional de ACEDE*.
- Regidor, J.G. (2002). *El futuro del medio rural en España. Agricultura y desarrollo económico*. Consejo Económico y Social, Madrid.
- Reynolds, P.D. (1994). Autonomous firm dynamics and economic growth in the United States, 1986-1990. *Regional Studies*, 28 (4): 429-442.
- Rodero, A. (1991). La Comunidad Europea y el Desarrollo Rural. *Revista de Estudios Regionales* 30: 183-214.
- Rodríguez, J. (1998). La promoción económica regional: el caso de los incentivos económicos a la inversión y al empleo en Andalucía. Análisis para e período 1988-1995. *Revista de Estudios Regionales* 52: 77-101.
- Rubio, E.A., Cordon, E., y Agote, A.L. (1999). Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 8 (3): 37-52.
- Ruiz, P. y Ulecia, M. (1995). La estrategia de desarrollo rural y la iniciativa Leader I. Contexto y aplicación del programa en Andalucía. *Revista de Estudios Regionales* 41: 115-142.
- Ruiz, L; Martín, J.; Montero, J.M<sup>a</sup>; Uriz, P. (1995). *Análisis estadístico de encuestas: datos cualitativos*. Editorial AC, Madrid.
- Santacoloma, J.F. (1988). *El empresario en la sociedad actual*. Bilbao: Deusto.
- Schumpeter, (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Sexton, D.L.; Smilor, R.W. (1986). *The art and science o entrepreneurship*. Ballinger Publishing Co.
- Sexton, D.L. (1986). *Role of Entrepreneurship in Economic Development*. En Hisrich, R.D. *Entrepreneurship, Intrapreneurship and Venture Capital*, Cap.2, 2-39. D.C. Heath y Company, Massachusetts.

- Shapero, A. (1984). *The entrepreneurial event. The environment for entrepreneurship*. Lexington, Kent.
- Storey, D.J. (1982). *Impact on the Local Economy*. En Storey, D.J.: *Entrepreneurship and the New Firm*, Cap.9, 167-180. Croom Helm. London.
- Tio, C. (1993). El futuro del mundo rural: un debate abierto. *El Boletín*, nº 1, 31-36.
- Timmons, J.A. (1994). *New venture creation : entrepreneurship or the 21st century*. Library of Congress Cataloguing in Publication Data, United States of America.
- Unidad Española del Observatorio Europeo LEADER (2000). Autoevaluación y evaluación en LEADER y PRODER: métodos y perspectivas. *Jornadas Técnicas de la Unidad Española del Observatorio Europeo LEADER*, Asturias, septiembre 2000.
- Urbano, D. y Veciana, J.Mª (2001). Marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya. *XI Congreso Nacional de ACEDE*.
- Van de Ven (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, Vol.8, nº 3, May, 211-230.
- Vázquez, A. (1993). *Política económica local*. Ediciones Pirámide, Madrid.
- Veciana, J.Mª (1988). Empresario y proceso de creación de empresas. *Revista Económica de Catalunya*, nº 8, mayo-agosto.
- Veciana, J.Mª. (1999). Creación de Empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 8 (3): 25-26.
- Vesper, K.H. (1982). "Introduction and summary of entrepreneurship research", *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Vesper, K.H. (1992). *Research on education for entrepreneurship*. En Kent, C.A.; Sexton, D.L. y Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 321-351. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.

- White, S.B. y Reynolds, P.D. (1996). Government Programs and High Growth New Firms. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College.
- Wilken, P.H. (1979). *Entrepreneurship. A comparative and historical study*. Ablex Publishing Corporation, New Jersey.



ISBN 84-95191-64-4



9 788495 191649



**Unicaja**  
Fundación