



CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 64, Abril 2009, pp. 5-33

Emprendimiento de la economía social y desarrollo local: la promoción de incubadoras de empresas de economía social en Andalucía

Jaime de Pablo Valenciano
Juan Uribe Toril

Universidad de Almería

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

ISSN: 0213-8093. © 2008 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.ciriec-revistaeconomia.es

Emprendimiento de la economía social y desarrollo local: la promoción de incubadoras de empresas de economía social en Andalucía

Jaime de Pablo Valenciano

Profesor Titular de la Universidad de Almería

Juan Uribe Toril

Profesor Asociado de la Universidad de Almería

RESUMEN

El objetivo de éste artículo es dar a conocer el programa de escuelas de empresas de Andalucía desde su nacimiento hasta la actualidad. Del mismo modo, se realiza un estudio empírico del programa tomado como muestra 106 empresas.

El estudio de las Escuelas de Empresas nos sirve para analizar el fenómeno de la incubación empresarial desde la perspectiva del territorio y poder afirmar que la incubación es determinante para la constitución de ciertas empresas que de otra forma no lo harían, generándose puestos de trabajo directos e indirectos. Se comprueba que existe mayor índice de reconocimiento en el mercado entre las empresas que están alojadas con respecto a las que no lo están.

PALABRAS CLAVE: Escuela de empresa, territorio, Andalucía, emprendedores, desarrollo local.

CLAVES ECONLIT: R300, R580, L300.

Création d'entreprises d'économie sociale et développement local : La promotion de couveuses d'entreprises d'économie sociale en Andalousie

RÉSUMÉ : Cet article vise à présenter le programme d'« écoles d'entreprises », développé en Andalousie, depuis sa création jusqu'à aujourd'hui. Une étude empirique du programme a été réalisée de la même manière, en prenant en compte 106 entreprises.

L'étude des « écoles d'entreprises » nous permet d'analyser le phénomène d'incubation d'entreprises du point de vue du territoire, et de pouvoir affirmer que l'incubation est déterminante dans la constitution de certaines entreprises, qui n'aurait pas pu être possible autrement, et donc dans la création de postes de travail, directement ou indirectement. Il est démontré qu'il existe un indice majeur de reconnaissance sur le marché, entre les entreprises faisant l'objet d'un suivi et les autres.

MOTS CLÉ : « écoles d'entreprises », territoire, Andalousie, création d'entreprises, développement local.

Social Economy entrepreneurs and local development: promoting social enterprise incubators in Andalusia

ABSTRACT: The aim of this paper is to present the programme of business schools in Andalusia from their creation to the present. We will also present an empirical study of the programme, taking 106 companies as a sample.

Studying Business Schools helps us to analyse the phenomenon of business incubation from a territorial point of view and to state that the incubation period is decisive in the formation of certain companies that would not otherwise have become established, thus directly and indirectly generating employment. It can be seen that there is a greater degree of recognition in the market of companies that are hosted compared to those that are not.

KEY WORDS: Business school, territory, Andalusia, entrepreneurs, local development.

1.- Introducción

El plantear el primer negocio es un reto lleno de incertidumbre, que se inicia con la necesidad de conocernos a nosotros mismos en la faceta de emprendedor.

La idea es el germen de la empresa y será fruto de una reflexión y un convencimiento que obsesione al emprendedor, que debería de materializarse en una empresa, sujeta a la adopción de múltiples decisiones. La elección de la situación espacial de la empresa es una de las resoluciones más trascendentes que el emprendedor ha de adoptar que influirá no sólo en su empresa, sino también en el desarrollo local.

El momento en el que el emprendedor elige el lugar donde va a desarrollar su actividad difiere, dependiendo de la actividad o incluso de las condiciones personales de los socios.

Por ejemplo, en el sector de distribución de mercancías, los enclaves suelen ser minuciosamente estudiados, emplazando los centros en nudos de comunicación con la intención de abaratar costes y será una cuestión que se plantee desde el mismo germen de la empresa. Otra muestra la tenemos en los comercios de venta al por menor tradicionales, donde el lugar va a marcar en gran medida a la clientela que reciba. Para las empresas de base tecnológica, el enclave en que se encuentren va a suponer un mejor y más rápido acceso al intercambio de información.

En la economía moderna, cuando las barreras económicas internacionales para la entrada y salida de capitales se minimizan, los movimientos de concentración y cooperación empresarial a través de redes o distritos industriales son ejemplo de la importancia del factor geográfico.

El proceso de creación de empresas será también diferente en función de tradiciones y aspectos culturales más o menos arraigados o dominantes en unas comunidades autónomas (García y Wandosell, 2004), y es que el entorno empresarial y la imagen social del empresario puede producir un efecto multiplicador de empresas (demostración). Esto explica porque en zonas industrialmente fuertes pero no monopolísticas, surgen con mayor facilidad pequeñas empresas y es en éste punto donde las Escuelas de Empresas han logrado sus mayores éxitos.

El objetivo de éste artículo es dar a conocer el programa de escuelas de empresas de Andalucía desde su nacimiento hasta la actualidad. Para ello, se realiza un estudio empírico del programa tomado como muestra 106 empresas.

El artículo se estructura de la siguiente forma: en el segundo apartado se analiza el proceso de creación empresarial y la elección del territorio como elemento de configuración de la empresa. En el tercer apartado se desarrolla el programa de escuelas de empresa, tanto desde su perspectiva normativa como territorial. En el cuarto apartado se realiza un estudio empírico en donde se relaciona a los emprendedores en escuelas de empresas con el territorio. Finalmente, en el último apartado se plantean las conclusiones.

2.- Proceso de creación empresarial y elección del territorio

2.1.- Proceso de creación empresarial

El emprendedor, en su proceso creativo empresarial, parte de una idea que considera suficientemente interesante como para investigar la forma de materializarla. Posiblemente no haya sido la primera idea empresarial, pero va a comenzar a dar una serie de movimientos que van a desembocar en la futura empresa.

No todos los emprendedores siguen puntualmente el mismo camino, si bien es cierto que todos pasan el mismo proceso de toma de decisiones.

Factores como la formación en cultura empresarial, la maduración de la idea, los recursos económicos disponibles, etc. pueden hacer variar sensiblemente la manera en que germina la empresa, acortando los plazos o anulando la capacidad decisoria del emprendedor.

Actualmente, la mayoría de los autores señalan pasos coincidentes en éste proceso.

El profesor Anzola (2005) señala tan sólo tres etapas básicas:

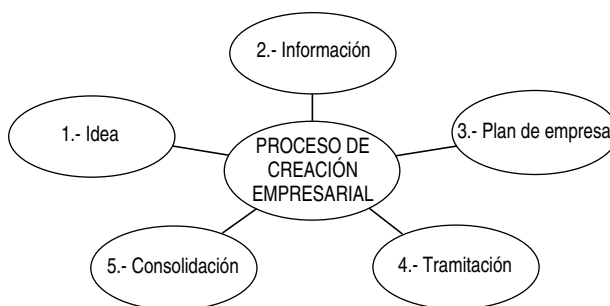
- Gestación, donde se comienza con la idea.
- Creación, momento en el que se decide qué se va a hacer y se plasma en papel.
- Operación, donde se trabaja formalmente.

Se habla también del “círculo de vida del emprendedor” (Mullins, 2006) que comienza cuando el emprendedor descubre una oportunidad y toma la determinación de que la oportunidad es válida para pasar a la elaboración de un plan de negocio, buscar financiación y finalmente, poner en marcha la empresa (antes de arriesgar dinero o recursos).

Este autor señala, no sin razón, que cualquier esquema (especialmente si hablamos de espíritu emprendedor) será siempre más tortuoso que lo que un simple diagrama sugiere.

Realizando un compendio de clasificaciones más usuales en los manuales, se puede desglosar en cinco los pasos del emprendedor, desde la idea hasta la consolidación de la empresa.

Cuadro 1. Fases de creación empresarial



FUENTE: Elaboración propia.

Paso 1. La idea.-

Detrás de toda acción hay una idea que la anima, que la sustenta. Aunque en muchos casos somos poco conscientes de cuál es (Angeleri, 1999).

La idea de negocio puede haber surgido fruto del estudio, de la mejora de algo existente, de la unión de elementos dispares, o de la copia de una idea de éxito. En ocasiones se tratará de ideas nacidas y compartidas por un grupo de emprendedores y que son enriquecidas y fomentadas por éste.

En la idea, se puede reconocer una oportunidad: en una interpretación estricta, alguien involucrado en actividades con un resultado futuro incierto puede ser considerado como un emprendedor, pero el emprendedor está más asociado en general con individuos que reconocen y actúan tras una oportunidad de negocio.

Esta oportunidad puede ser, hasta el momento, una combinación latente de recursos y demanda de clientes. Sin embargo, las propias oportunidades pueden presentarse también como ideas que ya se han hecho más o menos explícitas por otros emprendedores, abriendo así el camino al proceso de imitación (Zander, 2004). La idea ha de cubrir una oportunidad de negocio, un hueco en el mercado, una necesidad insatisfecha o no cubierta de la forma más adecuada (Berastain, 2006).

Paso 2.- Búsqueda de información.-

Se busca información sobre la propia idea, analizando las posibilidades de llevarla a cabo y se investiga sobre la competencia. La idea suele ser compartida a la familia y amigos buscando su aprobación y aliento.

En esta fase se producen los primeros contactos con posibles socios o colaboradores y, como no, soluciones económicas para afrontar las inversiones. Se busca el soporte financiero propio y de las “3F” (del inglés: Family, fools & friends; en español, familia, locos y amigos).

En ocasiones, aunque no todo lo frecuente que debiera, los emprendedores buscan soluciones formativas que cubran sus lagunas en el campo empresarial.

Si el análisis del entorno que lo rodea y del mercado en el que opera no se realiza de forma profunda y sistemática y nos permite definir puntos fuertes o puntos débiles, amenazas y oportunidades, el plan de empresa carecerá de la necesaria consistencia conceptual y estará elaborado sobre supuestos no reales (Bertrán y Bosch, 2003).

En éste punto es cuando se acude a servicios de asesoramiento como viveros o Escuelas de Empresas. Los servicios que ofrecen estos centros suelen ser asistencias muy básicas y elementales: alquiler de espacio, distribución de información y asesoramiento de tipo jurídico, técnico y económico, cursillos para emprendedores y poco más (Marimon, F. y Alonso, J. M., 2002; 37).

Paso 3.- El Plan de Empresa.-

El Plan de negocio es un documento formal en el que se recogen por escrito de forma coherente, realista, sistemática y pormenorizada, las actuaciones a emprender y llevar a cabo, de manera controlada por el empresario para la consecución de unos objetivos específicos y unos resultados concretos (Aguirre y Santos, 2004).

La necesidad de financiación ajena, conlleva en ocasiones la petición de capital a entidades financieras, que van a requerir al emprendedor, un documento explicativo de su proyecto. Esta exigencia provoca que se comience a elaborar su plan de empresa, reflejo premonitorio de la empresa.

Los planes empresariales lo revelan todo, es decir, los puntos fuertes y débiles de la compañía, y son documentos altamente confidenciales que no son aptos para el consumo público (Smith, 2005).

Paso 4.- Trámites administrativos y financiación.-

Según el Banco Mundial, el tiempo medio necesario para la creación de una empresa en España en el año 2007 es de 47 días, y el número de procedimientos es de 10. Con estas cifras, cercanas a

las de países como Burundi, Colombia o Zambia (En Estados Unidos son 5 días, en Francia 8 y en el Reino Unido, 18), es lógico que uno de los temores más importantes de los emprendedores sean las gestiones administrativas para la puesta en marcha del negocio.

De hecho, según datos de una encuesta entre emprendedores realizada por la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía, en el año 2001, cuatro de cada diez emprendedores (40,3%) consideraba difícil o muy difícil los trámites de constitución de sus empresas.

En cuanto al acceso a financiación, las entidades financieras buscarán información continua de la marcha del negocio, recopilando buen número de datos, aquellos que el banco obtiene en el ámbito de la propia compañía y los que provienen de fuentes externas (Cantalapiedra, 2004).

Es imposible saber exactamente cuánto dinero va a necesitar una nueva empresa durante los cinco primeros años, pero es posible confeccionar unas estimaciones bastante realistas. Estas se derivan de la previsión financiera (Stancill, 1986).

El emprendedor podrá optar entre acudir a fuentes de financiación meramente privadas o públicas (Boot, Gopalan y Thakor, 2006) si bien esta decisión implicará cambios en la autonomía de decisiones empresariales.

Paso 5.- Consolidación empresarial.-

Una vez en funcionamiento y pasado el tercer año de vida de la empresa, podemos considerar consolidada la iniciativa empresarial y se puede pensar en posibles ampliaciones para el negocio o nuevas líneas de producción (Casillas y Martí, 2004).

La experiencia nos muestra que la supervivencia de la empresa no estará ligada tanto al producto o servicio que se comercialice como a otro tipo de decisiones¹.

1.- El profesor Mohammad Ala (1997), de la Universidad de California, indica una serie de "llaves" conducentes a la conservación y éxito de la empresa:

- Cuidada labor gerencial.
- Proporcionar el mejor de los servicios posibles o servicios únicos.
- Implantar programas de atención al cliente.
- Cuidado de la publicidad, la comercialización y las relaciones públicas.
- Observación y copia de las mejores prácticas de los competidores.
- Apuesta por la mejora continua y el uso de las nuevas tecnologías de la información y telecomunicaciones.
- Incremento de la productividad e inversión en I+D.
- Control de la financiación y de existencias.
- Formación de los empleados y adecuada motivación.
- Diversificación de los ingresos y reducción de costes.
- Y por supuesto, sentido común.

Para que la empresa tenga éxito, por lo tanto, serán necesarios la conjunción de varios factores, pero existe un factor más, que influye decisivamente en el futuro de la empresa: su ubicación.

Poner en marcha una empresa es esencialmente un experimento. Implícitas en el experimento hay varias hipótesis que sólo se pueden comprobar mediante la experiencia (Block y Macmillan, 1985).

Durante la concepción de la empresa, en el peregrinaje del emprendedor buscando ayuda, es posible que haya recibido información en algún servicio de asesoramiento empresarial.

En los centros de ayuda a la creación de empresas, posiblemente se le haya comentado las posibilidades de alojamiento empresarial en un vivero, de instalación en un parque tecnológico o en distritos industriales, lo que marcará el futuro de la empresa.

Si el emprendedor opta por ubicarse en cualquiera de los centros o espacios anteriormente mencionados, su decisión habrá producido una ruptura con respecto a la empresa que hubiera sido en cualquier otro lugar.

Como comenta el profesor Vázquez Barquero (2005, 55), en contra de la visión tradicional de los economistas que se refiere a los empresarios como empresas que compiten entre sí y que se relacionan a través de señales de mercado (precio y costes) en su búsqueda por el beneficio, el surgimiento y crecimiento de la capacidad empresarial y organizativa en un territorio es el resultado de un proceso complejo, en el que las instituciones, las redes de contacto personal y las acciones estratégicas de los actores permiten a los empresarios realizar proyectos de negocio.

2.2.- La elección del territorio como elemento de configuración de la empresa

La localización es claramente determinante en el éxito o la supervivencia empresarial puesto que cada territorio cuenta con diferentes ventajas comparativas, ya sea por una dotación de factores más adecuada a la actividad y su coste, o por posibilitar, en su caso, el disfrute de externalidades positivas. En este sentido, y como menciona Markusen (2000), el grado de integración de las empresas en el sistema de producción del territorio en donde están localizadas, se pueden identificar una multitud de modelos de desarrollo con sendas de crecimiento muy diferentes².

Si la movilidad geográfica de los individuos y futuros emprendedores puede estar influida por diversas medidas políticas, éste proceso también puede mejorar el descubrimiento e implantación de tecnologías, productos y servicios que pueden cambiar las trayectorias nacionales establecidas de desarrollo tecnológico y económico (Zander, 2004).

2. - *Sistemas productivos locales formados por empresas vinculadas entre sí y cuya actividad productiva está integrada en la cadena de producción de la región donde se localizan (Silicom Valley en California (Estados Unidos))*

- *Sistemas productivos locales cuyas empresas realizan actividades que se vinculan a cadenas de producción de otras regiones (Montebelluna en la región de Veneto (Italia))*

- *Sistema productivos locales formados alrededor de grandes empresas que realizan todas las funciones (Fiat en la región del Piamonte (Italia))*

- *Sistemas productivos locales articulados alrededor de empresas que forman parte de cadenas de producción externas y carecen de vinculación productiva significativa (General Motors en la región de Sao Paulo en Brasil)*

Lamentablemente, en ocasiones y sobre todo en zonas muy deprimidas, las opciones de ubicación de las empresas son escasas, pero a veces es posible contar con un abanico de posibilidades de distribución espacial, lo que hace necesario valorar los principales factores geográficos que condicionan el éxito del negocio (Rodríguez y Fernández, 1988).

Cuando en un territorio se da una situación de desempleo juvenil, estancamiento económico, tejido empresarial poco innovador y competitivo, proyectos educativos endogámicos (alejados de la realidad del mundo productivo) y carencia de nuevas iniciativas empresariales, se hace necesaria una intervención coordinada por parte de los diferentes actores que conforman el entorno socioeconómico de la zona (Álvarez, Camacho y Martínez, 2006). Es en este entorno en el que surge el programa de Escuelas de Empresas.

Ha llamado la atención y se ha debatido en numerosos foros la sorprendente dinámica de entrada y salida de estas empresas en los mercados, adaptándose con rapidez a las nuevas formas productivas, a los cambios tecnológicos y a la evolución de la demanda (García, Merino, y Rubio, 2002). La localización de una empresa es vital para su futuro desenvolvimiento y es aquí donde las incubadoras cumplen un papel fundamental.

La empresa no es un ente económico aislado sino interrelacionado con su entorno y, según sean las características de éste, así serán en gran medida sus posibilidades de éxito (Aguirre y Santos, 2004).

El entorno no es un factor que sólo afecte a la microeconomía de la empresa, a través de la calidad y tamaño del mercado en el que operan, sino que también es fundamental a la hora de establecer lazos o acuerdos de cooperación con otros emprendedores y para acceder a la información y a recursos de innovación.

La importancia de la innovación tecnológica como factor de consolidación empresarial, ha convertido los espacios innovadores, es decir, aquellos que concentran en su territorio actividades y empresas de alto nivel tecnológico, en espacios atractivos para la localización de empresas, como ocurre con los Parques Tecnológicos.

La elección del emplazamiento afectará directamente a la esperanza de crecimiento y consolidación de la empresa, así como la consecución de futuros beneficios.

En general, las empresas tratarán de favorecerse de las oportunidades que les brindan la aglomeración empresarial en un espacio finito o el apoyo de incubadoras empresariales³ como las Escuelas de Empresas.

3.- La financiación de las incubadoras en España suele proceder de administraciones públicas. La iniciativa totalmente privada sigue siendo minoritaria, aunque cada vez es más habitual ver centros creados a partir de la cooperación entre organismos públicos y privados (Camacho, J., 1998; 18).

Se han incrementado el número de incubadoras empresariales, que no se integran en el tejido productivo de un área concreta, pero que, asumiendo la forma de organizaciones intermedias, desempeñan la función de incubadora de forma natural y espontánea (Carrasco y Toledano, 2003)

A éste respecto, junto a los beneficios tangibles unimos el intangible del beneficio en cuanto a mejora de la reputación de la empresa que reside en una de estas estructuras organizacionales, con la posibilidad de trabajos en red y que les augura mayor oportunidades de éxito y supervivencia (Studdard, 2006).

Entre estos beneficios destacamos:

- Economías de localización. - Los ahorros que se derivan de la propia implantación (por ejemplo, menores gastos de transporte o mayor seguridad en los abastecimientos).
- Economías de urbanización. - Las que aparecen por la existencia de un entorno urbanizado y que se derivan de la presencia de unas infraestructuras de transportes o telecomunicaciones adecuadas, de la existencia de servicios a la producción, de la abundancia de mano de obra cualificada, o incluso, de aspectos más valorativos como la existencia de un ambiente empresarial y social que el emprendedor considere adecuado, la presencia de una red de relaciones institucionales o de posibles contactos profesionales de interés.

Todas estas externalidades consiguen su máxima expresión en lo que se han denominado clusters, o zonas locales especializadas.

En estos clusters las empresas, además de beneficiarse de las externalidades descritas, pueden acceder a los últimos avances tecnológicos en el sector, se benefician de unos canales de comunicación e información entre empresas muy eficientes y, además, en su seno se promueve la cooperación en investigación y desarrollo (Consejo Económico y Social; 2005).

De hecho, el papel que desempeñan los clusters en la nueva economía como impulsores de las transferencias de tecnologías o de la innovación es muy relevante.

3.- Programa de Escuelas de Empresas

3.1.- Evolución normativa

3.1.1. Periodo 1990-1995

Las Escuelas de Empresas nacen en el año 1990 al amparo del Decreto 131/1990 de 8 de mayo, de la Consejería de Fomento y Trabajo por el que se regula el programa de Escuelas de Empresas para Cooperativas Juveniles⁴ y la Orden de 3 de julio de 1990 que lo desarrolla⁵, con la finalidad de asegurar una oportunidad real de integración del joven en el mundo del trabajo.

Este marco normativo se fundamentaba en programas de formación-promoción de empleo para el fomento de cooperativas juveniles⁶ y dinamización de recursos económicos, promovidos por corporaciones locales o entidades sin fines de lucro.

En definitiva, las entidades mencionadas cedían el terreno a favor de la Escuela de Empresas (destinada al fomento de cooperativas juveniles), para la construcción o adaptación de de las instalaciones del centro mediante la solicitud de una subvención a la entonces Consejería de Fomento y Trabajo.

El equipamiento de la Escuela de Empresas consistía en un mínimo de cuatro centros de trabajo destinados a incubación empresarial (naves industriales generalmente) y un centro de gestión y asesoramiento donde un técnico se encargaba de las tareas de formación y consultoría.

Los fondos para la contratación del personal, así como el de una empresa especializada de apoyo a la Escuela de Empresas se transferían semestralmente, previamente justificados.

Se constituyen por esta norma Comisiones de Seguimiento, constituidas por dos representantes de la entidad promotora de la Escuela de Empresas y dos representantes de la Consejería de Fomento y en las cuales asistirían también un representante de la empresa especializada que da soporte técnico y el director del centro.

4.- BOJA nº 53, de 26 de junio de 1990.

5.- BOJA nº 59, de 17 de julio de 1990.

6.- A los efectos de éste decreto, se entiende por cooperativa juvenil, toda sociedad cooperativa andaluza de trabajo asociado, integrada en su totalidad por menores de veinticinco años.

Las Comisiones se reunían trimestralmente para seleccionar los proyectos a ser alojados, determinar los periodos de duración de las etapas del programa (máximo 3 años) y analizar y seguir el funcionamiento de la propia Escuela de Empresas.

3.1.2. Periodo 1995-2001

La Orden de 5 de mayo de 1995 sobre desarrollo de las medidas de promoción de Cooperativa de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo⁷ dedica su capítulo tercero a instrumentos para el desarrollo de la economía social en Andalucía fundamentalmente entre los jóvenes y los universitarios incluyendo al programa Escuelas de Empresas.

Desaparece el término “cooperativa juvenil” y las empresas que se incuban en las Escuelas deberán constituirse con la forma jurídica de cooperativas o sociedades anónimas laborales conformadas mayoritariamente por socios menores de 30 años (antes eran íntegramente por menores de 25 años), posibilitando la excepcionalidad de alojar autónomos.

La norma recoge como conceptos subvencionables los de personal, mantenimiento y los de la empresa especializada de apoyo, pero no la construcción de nuevos centros.

Los Comités de Seguimiento se llamarán ahora Comités de Dirección, pasando las partes integrantes de dos a tres participantes, con presidencia del Director General de Cooperativas y con el compromiso de reunirse con una periodicidad mínima anual.

El 14 de septiembre de 1999, por acuerdo del Consejo de Gobierno, se autoriza a la Consejería de Trabajo e Industria, la constitución de la Fundación Andaluza de Escuela de Empresas, que será la receptora de la subvención global destinada a estos centros y que permitirá una mayor agilidad en la gestión además de activar la participación de las Delegaciones Provinciales y de la propia Consejería en el programa⁸.

Esta Fundación va a ser la encargada del control y la gestión funcional y económica del programa de Escuelas de Empresas, y aunque se mantienen los Comités de Dirección, poco a poco la influencia municipal en la Escuela de Empresas se va relajando.

7.- BOJA nº 71, de 16 de mayo de 1995.

8.- El artículo 35.2 señala la posibilidad de que las Escuelas de Empresas soliciten anualmente el importe de la subvención, y que se les podrá conceder individualmente o conjuntamente a una Entidad en representación de las restantes.

3.1.3. Periodo 2001-2003

La Orden de 29 de marzo de 2001, por la que se regula el Programa Andaluz para el Fomento de la Economía Social (PAFES)⁹ regulará dos programas que son herramientas de creación de empresas: las ya conocidas Escuelas de Empresas y un nuevo programa denominado Red de Agencias para la Economía Social (RAES).

En esta primera redacción de la orden se clarifica el modelo de funcionamiento de ambos programas, el sistema de adscripción al programa y los objetivos del mismo.

La RAES se fundamenta en el anhelo de crear una estructura que siguiendo el modelo de las Escuelas de Empresas, llegue a la totalidad del territorio, pero sin los excesivos costes inherentes a las mismas.

Mientras que una Escuela de Empresas, como ya hemos mencionado, está dotada desde su inicio por una estructura mínima de carácter dual (naves para incubación y un centro de gestión), las nuevas agencias tan sólo van a contar con el centro de gestión: un despacho de dirección y una pequeña sala de formación para 20 personas, con lo que los costes de creación y mantenimiento de la infraestructura son mucho menores al eliminar el espacio destinado a la incubación empresarial.

Los Ayuntamientos seguirán participando como miembros de los Comités de Dirección, que también se reunirá al menos una vez al año con funciones de seguimiento, control y evaluación de la marcha de la Escuela.

Con ambos programas en marcha, la Fundación Andaluza de Escuelas de Empresas cambia por primera vez de denominación social para pasar a llamarse Fundación Red Andaluza para el Fomento de Empresas de Economía Social (conocida por su acrónimo Fundación Redeas Andalucía).

El motivo de éste cambio es que la Fundación, poco a poco va creciendo y haciéndose cargo de otros programas ajenos a la Escuela de Empresas. Aparece la palabra red en el nombre de esta entidad, que tiene su sentido en el entramado regional existente y que está muy acorde con las políticas europeas de desarrollo local.

9.- BOJA nº 49 de 28 de abril de 2001.

3.1.4. Periodo 2003-2005

El programa RAES no gozará de una larga vida ya que apenas llegado el año y medio del inicio de su implantación, la orden de 1 de septiembre de 2003, por la que se modifica¹⁰ la de 29 de marzo de 2001, deroga el artículo 4 que regulaba éste programa y se incluye una nueva redacción para el artículo 5, donde se van a integrar los dos programas en uno solo configurándose un nuevo entorno normativo para las Escuelas de Empresas.

En ese momento, por segunda vez, el patronato de la Fundación adopta el acuerdo de cambio de nombre (17 de diciembre de 2002) para pasar a denominarse Fundación Red Andaluza de Economía Social, según se registra en septiembre de 2003.

La razón operante en esta ocasión radica en motivaciones más pragmáticas: el uso de acrónimos no está recomendado en la Junta de Andalucía y además, el calificativo anterior resultaba demasiado farragoso para su uso diario, por lo que se decide sustituirlo.

El 24 de abril de 2004, el Decreto del Presidente 11/2004, sobre reestructuración de consejerías, lanza la nueva Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa a la que está actualmente vinculada la Fundación. El proceso de cambio de la estructura de las Consejerías de la Junta de Andalucía va a tener su reflejo también en el programa.

El cambio de nombre de la antes Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico no es baladí, nos encontramos con una Consejería diferente a las anteriores.

Es significativo como la Dirección General de Economía Social (cuyo Director General era Presidente de la Fundación según sus estatutos), adquirirá en el Consejo de Gobierno de 11 de mayo de 2004 en su nombre la coletilla de “y Emprendedores”.

Las Escuelas de Empresas, hasta ese momento especialistas en cooperativas de trabajo asociado y sociedades laborales, abren su campo de actuación a otro tipo de formas jurídicas, por lo que la Fundación vuelve a cambiar de nombre por tercera vez en seis años.

En 2005, el BOE de 24 de agosto, se recoge la última modificación nominativa, pasando al que es conocida hoy día: Fundación Red Andalucía Emprende, desapareciendo la referencia a la Economía Social.

10.- BOJA nº 184 de 24 de septiembre de 2003.

3.1.5. Periodo 2005-2008

El Plan de Innovación y Modernización de Andalucía (PIMA¹¹) Es el marco en el que la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía, recoge una serie de propuestas y líneas estratégicas, con la finalidad (entre otras) de fortalecer la cultura empresarial, fomentar la creación de nuevas empresas y ayudar al emprendedor.

El PIMA, en su apartado referente a la innovación como motor del crecimiento económico y social en la nueva economía global, señala medidas destinadas impulso emprendedor y desarrollo empresarial.

Con el objetivo de *“Asegurar las infraestructuras de apoyo y servicios de asesoramiento y asistencia a los emprendedores y la coordinación de los sistemas y estructura pública para cooperar en red”*, recoge la creación de una Red Territorial de Apoyo al Emprendedor, donde se integran las Escuelas de Empresas, Centros de Emprendedores, viveros virtuales, infraestructuras de soporte de la actividad emprendedora y otros instrumentos para asesoramiento especializado.

3.2.- Evolución territorial

Las Escuelas de Empresas comienzan su extensión territorial con una red¹² de 40 centros repartidos por toda Andalucía tal y como aparece en el mapa 1.

Al depender las Escuelas de Empresas en gran medida de los Ayuntamientos donde se asentaban, no existían áreas de influencia, esto es, un reparto funcional del territorio.

Las empresas que quisieran constituirse en un municipio distinto al de ubicación de la Escuela (sin alojamiento), podían dirigirse a cualquiera de ellas para ser asesorados.

El criterio de elección de las localidades donde se asentaba la Escuela de Empresas dependía, primeramente, de la voluntad del ayuntamiento para acogerla y de la disponibilidad de suelo de carácter industrial.

El carácter rural de la zona también era muy tenido en cuenta ya que las Escuelas de Empresas se consideraban una herramienta de asentamiento de los habitantes en los municipios más deprimidos económicamente.

11.- Aprobado en Consejo de Gobierno el 7 de junio de 2005. Publicado en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía número 122 de 24 de junio de 2005.

12.- La primera Escuela de Empresas que abrió sus puertas en Andalucía fue la de Antequera, a la que más tarde se le unieron las de Ronda y Vélez-Rubio.

Mapa 1. Escuelas de Empresas en el año 2001



FUENTE: Elaboración propia a partir de Fundación Redees Andalucía.

La aparición de la Red de Agencias para la Economía Social (mapa 2), como programa paralelo al de las Escuelas de Empresas, va a conllevar una nueva serie de cambios y reestructuraciones. Las agencias que actúan como jefatura de equipo no pueden estar en las capitales de las provincias, pero deben de ser las más cercanas a éstas.

Para evitar problemas de solapamientos se elaboran propuestas de reparto de municipios (áreas de influencia) para encauzar a los emprendedores hacia la Escuela de Empresas o Agencia más cercana al municipio donde la empresa vaya a disponer su domicilio social según estatutos de constitución (recordemos que estamos hablando de empresas de economía social y por tanto, sus escrituras son públicas y registradas en el Registro Mercantil o en el Registro de Cooperativas).

La unificación de Escuelas de Empresas y Agencias supone un momento de reflexión e inflexión. Comienzan las últimas incorporaciones y se cierran centros que habían quedado demasiado cerca unos de otros (mapa 3).

La imagen corporativa también cambia; desaparecen los nombres particulares que algunos centros ostentaban desde su inicio, para denominarse Escuelas de Empresas seguido de la localidad donde se ubica.

Las categorías profesionales de los directores de Escuelas de Empresas y de los agentes se cambian por el de Responsable Técnico.

Hoy, las Escuelas de Empresas se clasifican según su infraestructura dotacional. Como mínimo todas disponen de un centro de gestión, apoyo técnico y formación a las empresas (antiguas agencias).

Dependiendo del número de centros de trabajo vinculados a la oficina, es decir, de las naves o despachos destinados a alojamiento empresarial, las Escuelas de Empresas pueden ser de nivel A (seis o más centros), nivel B (de seis a cuatro centros), de nivel C (de dos a cuatro centros) y las que tan sólo disponen de la estructura mínima, que son de nivel D.

Mapa 2. Escuelas de Empresas y RAES. Primer semestre de 2002



FUENTE: Fundación Redees Andalucía.

Mapa 3. Escuelas de Empresas. Año 2003



FUENTE: Fundación Red Andaluza de Economía Social.

La norma reguladora vigente, posibilita la desaparición de los Comités de Dirección, último reducto de la influencia que ejercían los Ayuntamientos en las Escuelas de Empresas, al integrarse estos en las Comisiones Provinciales de Seguimiento.

En las ocho provincias andaluzas los Comités de Dirección de cada Escuela de Empresa optan por éste proceso de integración.

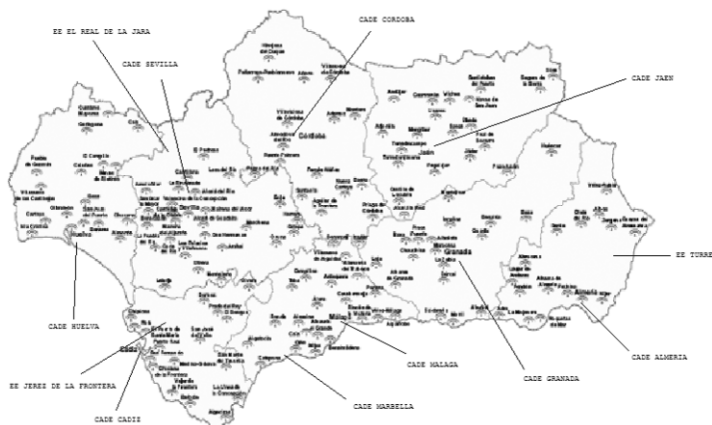
Las Comisiones Provinciales, que también tienen funciones de evaluación, control y análisis de las acciones y resultados obtenidos por las Escuelas de Empresas, son Comisiones de carácter provincial, y aunque se facilita poder crear Comisiones Específicas de Seguimiento de una Escuela de Empresas, esta circunstancia, no se ha producido.

Mapa 4. Escuelas de Empresas. Año 2004



FUENTE: Fundación Red Andaluza de Economía Social.

Mapa 5. Red Territorial de Apoyo a Emprendedores (Escuelas de Empresas. Año 2007)



FUENTE: Elaboración propia a partir de Fundación Red Andaluza de Economía Social.

El programa Escuelas de Empresas se va conformando progresivamente durante los años 2005 y 2006 en una Red, cuyas cabeceras son los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial, con capacidad para incubación de empresas, configurándose la Red Territorial de Apoyo a Emprendedores (CADE).

Desde el año 2004 (mapa 4) hasta hoy, salvo las incorporaciones de los CADE a la estructura existente, han sido escasas las modificaciones en la distribución territorial de la red: Almería.- Nueva Escuela de Empresas en el municipio de Turre. Cádiz.- La Escuela de Empresas de Algeciras, pasa a denominarse CADE. Sevilla.- Apertura de una nueva Escuela de Empresas en El Real de la Jara.

4.- Estudio empírico: emprendedores en Escuelas de Empresas y el territorio

4.1.- Población objeto de estudio y determinación de la muestra

La población objeto de estudio está compuesta por empresas adscritas al programa Escuela de Empresas en el periodo comprendido entre los años 2003 a 2006.

El término adscripción está referido a las sociedades que estén o hayan sido incluidas en el programa como “empresas integradas” o como “empresas asociadas”, según la calificación del PAFES.

La base de datos empleada para la elaboración de las encuestas ha sido la misma que la Fundación Red Andalucía Emprende utiliza dentro su Plataforma Tecnológica para completar el proceso de adscripción y que está sometida a las normas ISO 9001:2000 y certificado por AENOR.

En la mencionada herramienta se muestran un total de 14.580 empresas a 31 de diciembre de 2006, en las ocho provincias de Andalucía. Sólo 1.238 se pueden considerar plenamente integradas en el programa durante éste periodo.

4.2.- Recogida de datos y ficha técnica.

La recogida de datos tuvo lugar en los meses de octubre de 2006 y enero de 2007. De una muestra de 140 empresas, 106 se mostraron solícitas a participar (75,72%). Representaban a 365 personas entre socios trabajadores y autónomos.

La negativa de las 34 empresas a participar en el estudio se debía, mayoritariamente a discrepancia entre los datos recogidos en la plataforma tecnológica y la realidad. El motivo de la diferencia era que la plataforma recogía los datos de las empresas constituidas legalmente, pero no si éstas tenían actividad o no. De hecho, en las sociedades cooperativas de trabajo asociado se prevé legalmente un plazo de un años en el que puede existir inactividad de los órganos sociales (art. 110. h. de la Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas) y por tanto no sería exigible el comienzo de su actividad.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Universo	1.238 empresas adscritas al programa Escuela de Empresas en Andalucía durante los años 2000-2003.
Tamaño de la muestra	140 empresas de la provincia de Almería.
Metodología	Entrega y recogida en mano de la encuesta al empresario para su contestación.
Error (1)	+/- 4,7%
Nivel de confianza	95%
Periodo de encuestación	Octubre 2006-enero 2007

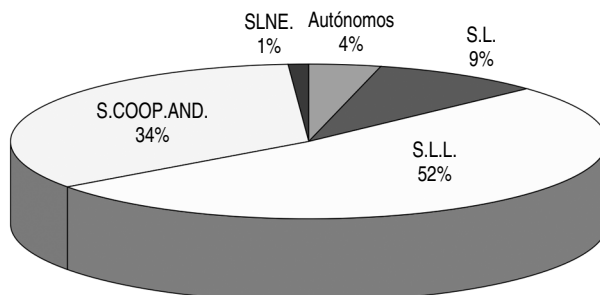
(1) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones finitas siendo $p=q=0,5$.

4.3.- Perfil empresarial

La forma jurídica (cuadro 2) de los empresarios adscritos al programa Escuela de Empresas en la provincia de Almería desde el año 2003 hasta el 2006 y que han participado en la encuesta es mayoritariamente la de Sociedad Limitada Laboral.

Si analizamos el porcentaje de empresas pertenecientes a la economía social adscritas (Sociedades Laborales y Cooperativas), podemos observar que suponen más del 85%.

Cuadro 2. Empresas según su formas jurídicas



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Autónomos	4	3,77	3,77	3,77
	Sociedades Limitadas (S.L.)	10	9,43	9,43	13,20
	Sociedades Limitadas Laborales (S.L.L.)	55	51,88	51,88	65,08
	Soc. Cooperativas Andaluza (S. Coop. And)	36	33,96	33,96	99,04
	Sociedad Limitada Nueva Empresa (S.L.N.E)	1	0,94	0,94	100
TOTAL		106	100	100	

FUENTE: Elaboración propia a partir datos encuesta.

4.4.- Percepción de utilidad

Está claro que el impacto de una Escuela de Empresas sobre un territorio puede ser determinante como dinamizador de una comarca pero:

¿Qué opina el empresario sobre la influencia de la Escuela de Empresas sobre su propia empresa y sobre su entorno? ¿Es útil la incubación empresarial en una Escuela de Empresas?

La percepción de utilidad que los empresarios tienen de las actividades gestionadas desde las Escuelas de Empresas, es muy alta y si lo unimos con resultados comerciales vemos que el aprovechamiento de estas acciones para entablar conocimientos cruzados con otras empresas también se sitúa en porcentajes muy elevados (un 80% de los participantes son actores y no sólo espectadores).

El hecho de ser cedatarias de un espacio es considerado como fundamental para la mayoría de las empresas; el 88,88% de los emprendedores declaran que sin esa cesión de espacio, la sociedad no se habría constituido (cuadro 3) y de esta incubación, la empresa ha sacado partido siendo más conocida en el entorno (cuadro 4) y aumentando su cartera de contactos (cuadro 5).

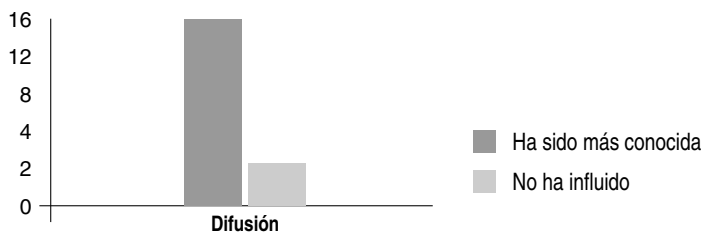
Cuadro 3. Incubación y constitución



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	16	88,88	88,88	88,88
	No	2	11,11	11,11	100
TOTAL		18	100		

FUENTE: Elaboración propia a partir datos encuesta.

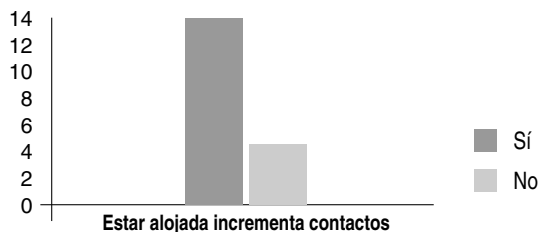
Cuadro 4. Incubación y difusión empresarial en el entorno



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Más conocida	16	88,88	88,88	88,88
	No influye	2	11,11	11,11	100
TOTAL		18	100		

FUENTE: Elaboración propia a partir datos encuesta.

Cuadro 5. Incubación y contactos comerciales



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Más conocida	16	88,88	88,88	88,88
	No influye	2	11,11	11,11	100
TOTAL		18	100		

FUENTE: Elaboración propia a partir datos encuesta.

Por último, es muy relevante la percepción del empresario sobre si la pertenencia al programa les ha ayudado a la hora de recibir incentivos o subvenciones. El 73,58% de los empresarios declara haber sido beneficiario de algún tipo de subvención pero lo que es más significativo es que el 92% de éstos (y el 100% del porcentaje válido) considera que directa o indirectamente la Escuela de Empresas fue la causante de esto (cuadros 6, 7 y 8), siendo el incentivo a la creación de empleo el más importante.

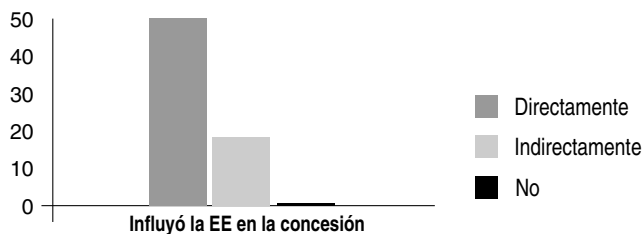
Cuadro 6. Empresas beneficiarias de incentivos



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	78	73,58	73,58	73,58
	No	28	26,41	26,41	100
TOTAL		106	100		

FUENTE: Elaboración propia a partir datos encuesta.

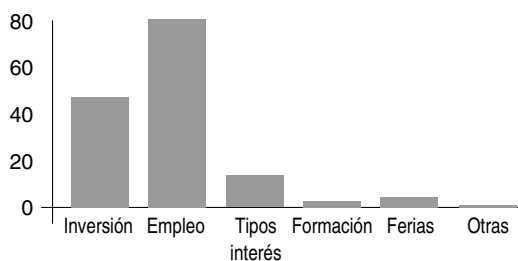
Cuadro 7. Influencia de la EE en la concesión de incentivos



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí, directamente	51	68	73,91	73,91
	Sí, indirectamente	18	24	26,08	100
	No	0	0	0	
	Perdidos	6	8		
TOTAL		75	100		

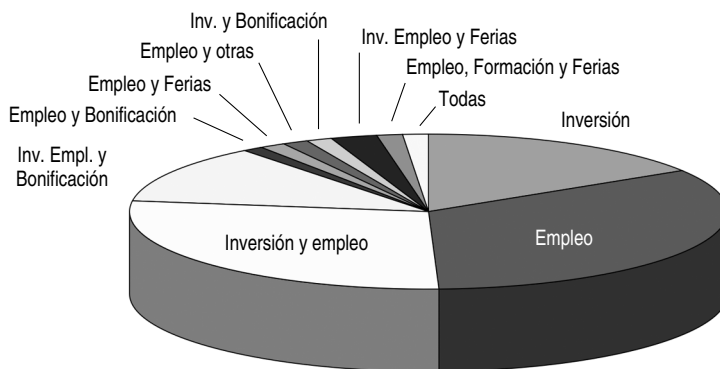
FUENTE: Elaboración propia a partir datos encuesta.

Cuadro 8. Número de incentivos concedidos a las empresas adscritas



FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 9. Incentivos concedidos agrupados por empresa



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Inversión	12	16	16	16
	Empleo	25	33,33	33,33	49,33
	Inversión y empleo	21	28	28	77,33
	Inversión y bonificación de tipos	1	1,33	1,33	78,66
	Empleo y bonificación de tipos	1	1,33	1,33	79,99
	Empleo y Asistencia a Ferias	1	1,33	1,33	81,32
	Empleo y otras	1	1,33	1,33	82,65
	Inversión, empleo y bonificación	9	12	12	94,65
	Inversión, empleo y ferias	2	2,66	2,66	97,31
	Empleo, formación y ferias	1	1,33	1,33	98,64
	Todas	1	1,33	1,33	100
TOTAL		75	100		

FUENTE: Elaboración propia a partir datos encuesta.

A través de un análisis de varianza se puede comprobar que existen diferencias significativas de facturación en los tres años de permanencia en el programa, entre las empresas incubadas con alojamiento en una escuela de empresas y las adscritas y que tan sólo reciben asesoramiento y/o formación.

Calculamos los intervalos de confianza y realizamos un análisis de varianza a los datos:

Cuadro 10.- Descripción de los datos e intervalos (I)

Tipo	Casos	Media	Desv. Típica	Límite infer.	Límite superior
1	18	3,84333	0,504973	3,135	4,551
2	88	0,315795	0,228383	-0,004	0,636

Total 106 0,914811

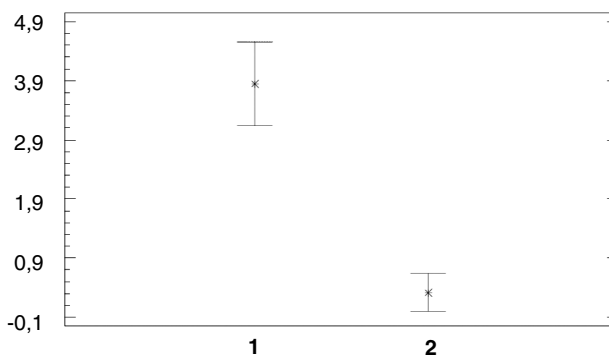
Intervalos calculados por el método LSD.

- 1) Empresas incubadas.
- 2) Resto de empresas.

FUENTE: Elaboración propia.

Como se aprecia la media de crecimiento en los 3 años de adscripción al programa para las empresas incubadas (3,82%) es muy superior a la media del resto de empresas (0,31%).

Cuadro 11. Representación de intervalos



- 1) Empresas incubadas.
- 2) Resto de empresas.

Intervalos calculados por el método LSD.

FUENTE: Elaboración propia.

El análisis de la varianza refrenda la observación directa: existen diferencias significativas entre los 2 grupos, por lo que debemos concluir que las empresas incubadas mejoran sus resultados en comparación con las empresas no alojadas.

Cuadro 12. Descripción de los datos e intervalos (II)

	Suma Cuadrados	g.l	Med. Cuadr.	F-Ratio	P-Value
Entre grupos	185,949	1	185,949	40,51	0,0000
Dentro grupos	477,356	104	4,589		
Total	663,304	105			

g.l.=grados de libertad.

FUENTE: Elaboración propia.

5.- Conclusiones

Cuando el emprendedor decide pasar a ser empresario, sigue un camino que le conduce desde su idea abstracta de negocio hasta la empresa consolidada en el mercado.

A través del programa de Escuelas de Empresas, al emprendedor se le presta asesoramiento dando forma a esa idea inicial de negocio, ayudando a desvelar la viabilidad del proyecto.

La elaboración del plan de empresa, servirá como cuaderno de bitácora al emprendedor, y se podrá dar comienzo a los trámites jurídico-empresariales de constitución de la empresa.

En la elección de ubicación del negocio dará como resultado un perfil de empresa determinado. No será igual la empresa incubada en una Escuela de Empresas que otra creada sin ningún tipo de apoyo.

Las Escuelas de Empresas procuran un elenco de servicios destinados al fortalecimiento del tejido productivo andaluz, desde el asesoramiento a un emprendedor sobre una idea, hasta la cesión de espacios a empresas de nueva creación.

El estudio de las Escuelas de Empresas nos sirve para analizar el fenómeno de la incubación empresarial desde la perspectiva del territorio y poder afirmar que la incubación es determinante para la constitución de ciertas empresas que de otra forma no lo harían, generándose puestos de trabajo directos e indirectos.

Al existir un tejido empresarial con perspectivas de futuro y generador de empleo, la población se asienta en el territorio evitando el envejecimiento y los movimientos migratorios negativos. Las empresas incubadas aprovechan éste aspecto para fomentar sus relaciones con el entorno y aumentar su cartera de contactos, con un mejor aprovechamiento de los recursos endógenos.

Se comprueba que existe mayor índice de reconocimiento en el mercado entre las empresas que están alojadas con respecto a las que no lo están.

Bibliografía

- ALA, M. (1997): "Keys to success in today's business environment", *Business Forum*, Invierno, Vol. 22, nº 1, pp. 24-28.
- ÁLVAREZ, A., CAMACHO, A. y MARTINEZ, E. (2006): *El fomento del espíritu Emprendedor para impulsar el desarrollo local*, Florida Editions.
- AGUIRRE, A. y SANTOS, J. L. (2004): *Orientación al mercado*, Ed. Bic Euronova.
- ANGELERI, G. (1999): "El desarrollo económico local como herramienta para el desarrollo social", *Revista Observatorio Social*, nº 3, junio, pp. 15-16.
- ANZOLA, S. (2005): *De la idea a tu empresa*, McGraw-Hill Interamericana Editores.
- BERASTAIN, L. (2006): *Aprender a crear una empresa turística*, Paidós.
- BERTRÁN, J. y BOSCH, V. (2003): *El plan de empresa. Metodología para su elaboración*, Escuela de Administración de Empresas.
- BLOCK, A. & MACMILLAN, I. (1985): "Milestones for successful venture planning", Septiembre-octubre, *Harvard Business Review*, (Reedición 2004).
- BOOT, A., GOPALAN, R. & THAKOR, A. (2006): "The entrepreneur's choice between private and public ownership", *The Journal of Finance*, Vol. 61, nº 2, Abril, pp. 803-836.
- CAMACHO, J. (1998): "Incubadoras o viveros de empresas de base tecnológica: La reciente experiencia europea como referencia para actuales y futuras iniciativas latinoamericanas", XII Congreso Latinoamericano sobre espíritu empresarial, Área: Incubación de Empresas de Base Tecnológica y Parques Tecnológicos.
- CANTALAPIEDRA, M. (2004): *Cómo gestionar la relación de su empresa con los bancos*, Fundación Confemetal Editorial.

- CARRASCO, M. y TOLEDANO, N. (2003): "La promoción de la economía social a través del programa Escuela de Empresas Cooperativas. El caso de la provincia de Huelva", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 46, noviembre, pp. 7-38
- CASILLAS, T. y MARTÍ, J. (2003): *Guía para la creación de empresas*, Fundación EOI.
- CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL (2005): "El proceso de creación de empresas y el dinamismo empresarial", *Sesión ordinaria del pleno de 21 de septiembre de 2005*, Informe 5/2005.
- FUNDACIÓN RED ANDALUZA DE ECONOMÍA SOCIAL (2004): *Memoria Fundación Red Andaluza de Economía Social 2003*, Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.
- FUNDACIÓN RED ANDALUZA DE ECONOMÍA SOCIAL (2005): *Memoria Red Andaluza de Economía Social 2004*, Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.
- FUNDACIÓN REDEES ANDALUCÍA (2003): *Memoria Redees 2002*, Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico.
- GARCÍA, A., MERINO, F. y RUBIO, D. (2002): "Financiación de la Pequeña y mediana empresa en España", *Boletín de ICE*, nº 2734, pp. 23-32.
- GARCÍA, A. y WANDOSELL, G. (2004): "Motivaciones y obstáculos en la creación de empresas. Efectos de la experiencia empresarial", *Boletín de ICE*, nº 2819, pp. 19-36.
- MARCUSEM, A. (2000): "Des lieux-aimants dans un espace mouvant: une typologie des districts industriels", *La richesse des régions. La nouvelle géographie socioéconomique*, Paris.
- MARIMON VIADIU, F. y ALONSO MARTÍNEZ, J. M. (2005): "Viveros de empresas en Cataluña. Tradicionales y especializados", *Boletín Económico de ICE*, nº 2860, pp. 31-46.
- MULLINS, J. (2006): "Can we teach entrepreneurship?", *Business Strategy Review*, Invierno, Special Entrepreneurship Issue, pp. 14-17.
- SMITH, J. (2005): *Lanza tu propia empresa con éxito*, Ediciones Nowtilus.
- RODRÍGUEZ, C. y FERNÁNDEZ, C. (1988): *Cómo crear una empresa*, 3ª edición, Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industrial, Ministerio de Industria y Energía.
- STANCILL, J. M. (1986): "How much money does your new venture need?", *Harvard Business Review*, Mayo-junio (Reedición 2004).
- STUDDARD, N. (2006): "The effectiveness of entrepreneurial firm's knowledge acquisition from a business incubator", *The International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 2, pp. 211-225.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2005): *Las nuevas fuerzas del desarrollo*, Antoni Bosch Editor.
- ZANDER, I. (2004): "El espíritu emprendedor en el ámbito geográfico. Fundamentos conceptuales e implicación para la formación de nuevos clusters", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, nº 20, pp. 9-34.