

Actuación pública y nuevas empresas: una política específica a partir del papel del entorno y la figura del empresario en el momento de la creación

DATOS BÁSICOS DE TESIS DOCTORAL

Autor: José Antonio Belso Martínez

Director: Diego Duch Pérez

Universidad y fecha de lectura: Universidad Miguel Hernández, 17 de diciembre de 2002.

Palabras clave: Empresario, Política Económica, pymes, Alicante.

Clasificación JEL: M13

Acceso al documento completo: <http://www.cervantesvirtual.com>

Publicaciones:

Belso, J.A., (2004), "Aspectos financieros, nuevas empresas y actuación pública: reflexiones sobre la base de un análisis bivariante". *Cuadernos Aragoneses de Economía*, vol. 14-1: 143-166.

Belso, J.A., (2004), "La actuación pública para el fomento de nuevas empresas". *Boletín de Información Comercial Española*, núm. 2813: 25-44.

Belso, J.A., y D. Such, (2004), "Una aproximación cuasi-experimental al impacto de la actuación pública sobre la capacidad generadora de empleo y crecimiento de las nuevas empresas", *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, núm. 51: 117-137.

Belso, J.A., (2003), "Discriminación de género y fomento de nuevas empresas: conclusiones a partir de un análisis multivariante sobre las pymes valencianas de reciente creación". *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, núm. 41: 15-38.

Belso, J.A., (2002), "Una aproximación multivariante al impacto de de los obstáculos legales y administrativos para el desarrollo de nuevas pyme". *Revista del Instituto de Estudios Económicos*, núm. 4: 169-183.

Belso, J.A., (2001), "La figura del empresario en la Comunidad Valenciana: algunas pautas clave para la actuación pública". *Revista de Treball, Economía i Societat*. Comité Econòmic i Social del la Comunitat Valenciana, núm. 20: 41-52.

RESUMEN

Las pequeñas y medianas empresas y la fortaleza de la actividad empresarial son factores clave a la hora de promover el empleo y el crecimiento en las economías desarrolladas. Consecuentemente, favorecer la aparición de empresarios y la puesta en marcha de empresas se han convertido en objetivos centrales para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y, por ende, el crecimiento económico y del empleo. Este interés se muestra en el amplio número de programas emprendidos por las instituciones públicas a nivel nacional, regional y local. A pesar de esto,

organismos relevantes como la OCDE han puesto de manifiesto la inexistencia de una política económica específica. El objeto de esta investigación es demostrar la conveniencia de desarrollar esta política y sugerir como algunas pautas sobre como debe ser estructurada. Para alcanzar este objetivo analizaremos el proceso de creación de empresas, la figura del empresario, los factores clave que influyen en el proceso emprendedor y la estructura de los programas institucionales para la promoción de la empresariedad.

Una vez finalizado este conjunto de reflexiones teóricas, el núcleo de nuestro trabajo de investigación se centra en un estudio empírico realizado sobre una muestra de empresarios de la provincia de Alicante. Mediante un cuestionario con más de 80 variables relacionadas, entre otros aspectos, con las características personales y la percepción del entorno que posee el empresario, obtuvimos información sobre aquellos elementos esenciales para favorecer la aparición y viabilidad de empresas. En concreto se valoraron factores como: la ascendencia personal, formación del empresario, los principales obstáculos a los que se enfrenta el emprendedor, perfil de la gestión empresarial... A partir de estos factores, realizaremos propuestas concretas de actuación pública que esencialmente versaran sobre la eliminación de las principales barreras a la que encuentra el empresario (trámites administrativos, infraestructuras, financiación, recursos humanos), necesidades formativas en términos de gestión, etc.

Mención especial requieren nuestro estudio multivariante en relación con el factor género. La importancia concedida ha este apartado es consecuencia del papel que la creación de empresas realiza en la inserción laboral de la mujer, especialmente tras largos periodos de ausencia en el mercado de trabajo. Nuestra investigación señala diferencias claras entre emprendedores de ambos géneros en factores relevantes. Esta circunstancia puede justificar la puesta en marcha de programas específicos para la promoción de la actividad empresarial entre las mujeres.

ÍNDICE

Presentación: estructura y objetivos del estudio

Capítulo I: La importancia del proceso de creación de empresas

- 1.1 Algunas consideraciones básicas sobre el concepto de pequeñas y medianas empresas
- 1.2 La competitividad e importancia de las pymes en los sistemas económicos
- 1.3 Problemática actual de las pequeñas y medianas empresas: compitiendo con la gran empresa

Capítulo II: Los procesos de creación de empresas como objeto de política económica

- 2.1 Algunas consideraciones previas sobre los procesos de creación de empresas
- 2.2 Estructura de los procesos de creación de empresas y política económica

- 2.3 Secuencia y fases de los procesos de creación de empresas
- 2.4 Una aproximación inicial a los condicionantes del proceso de creación de empresas
- 2.5 Nuevas empresas de éxito: factores diferenciados en el proceso de creación. Un paso adelante en la eficiencia de la asignación de los recursos públicos
- 2.6 Intrapreneurship-corporate management: un caso particular de proceso emprendedor

Capítulo III: Impacto del entorno económico y social en la creación de empresas

- 3.1 Una aproximación a la noción de entorno en los procesos de creación de empresas
- 3.2 El entorno y su influencia sobre las nuevas empresas
- 3.3 Un ordenamiento de los factores del entorno que influyen en la creación de empresas
- 3.4 Tipologías del entorno económico y social en la creación de empresas: aportaciones para la intervención pública

Capítulo IV: La figura del empresario como objeto de actuación pública

- 4.1 La problemática de la definición del empresario
- 4.2 El renovado interés por la figura del empresario
- 4.3 La figura del empresario: algún intento de definición desde una perspectiva final de política económica
- 4.4 Los rasgos y características personales del emprendedor (traits approach)
- 4.5 El enfoque de comportamiento (behavioral approach)
- 4.6 Emprendedores, equipos emprendedores, propietarios y directivos
- 4.7 Incidencia del sexo en la actividad emprendedora
- 4.8 Tipologías del empresario: algunas aportaciones de política económica

Capítulo V: Políticas activas para el fomento de la creación de empresas

- 5.1 Algunas consideraciones iniciales sobre las políticas de creación de empresas en la actualidad
- 5.2 La política de creación de empresas como política económica específica
- 5.3 La política de creación de empresas en el marco de la política estructural e industrial
- 5.4 Las políticas públicas de creación de empresas: concepto, objetivos y grupos de actuación
- 5.5 Áreas de actuación y obstáculos para el diseño y puesta en marcha en políticas de creación de empresas
- 5.6 Instrumentos para una política de fomento de creación de empresas
- 5.7 Algunas pautas básicas para la evaluación de políticas de fomento de creación de empresas

Capítulo VI: estudio empírico y valoración de los resultados

- 6.1 Metodología
- 6.2 Presentación de resultados

6.3 Valoración de los resultados

Conclusiones

Bibliografía

Apéndice

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- ACS, Z. AND AUDRETSCH, D. (2005): *Handbook of Entrepreneurship Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction*. New York: Springer.
- HOLTZ-EAKIN, D. AND ROSEN, H. (2004): *Public Policy and the Economics of Entrepreneurship*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press.
- SHEPHED, D. AND KATZ, J. (2005): “International Entrepreneurship”, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol. 3. Oxford: Elsevier.
- DAVIDSSON, P. (2005): *Researching Entrepreneurship*. New York: Springer.
- SHANE, S. (2005): *Economic Development Through Entrepreneurship: Government, University and Business Linkages*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.