



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Rentabilidad económica y social de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana durante el periodo 2004-2014

Eloy Sentana Gadea



Tesis **Doctorales**

www.eltallerdigital.com

UNIVERSIDAD de ALICANTE



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Rentabilidad económica y social de los viveros
de empresas de la Comunidad Valenciana
durante el periodo 2004-2014

Eloy Sentana Gadea

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Tesis doctoral

Abril 2016



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Departamento de Organización de Empresas

Facultad de Económicas

Rentabilidad económica y social de los viveros de empresas
de la Comunidad Valenciana durante el periodo 2004-2014

Eloy Sentana Gadea

Tesis presentada para aspirar al grado de
Doctor por la Universidad de Alicante

Programa de doctorado: Empresa, economía y sociedad

Dirigida por:

D.^ª M.^ª Reyes González Ramírez

Dedicatoria

A mi madre, todo corazón y buen hacer; tuyos son los textos más precisos.

A mi padre, que encontrará en los párrafos más intrincados ingeniería literaria para dar explicación a los retos planteados.

A mis hermanos Irene y Pablo, de quienes siempre seré admirador porque en todo momento pude aprender más yo de ellos que al revés.

A mis abuelos, Paco, María, Eloy y Lolita, quienes me regalaron su sabiduría y saber hacer. Sé que siempre estaréis ahí.

A mi familia, muchos de ellos lejos de aquí, que siempre han confiado en mí.

Pero sobre todo a vosotros, Maricarmen, Eloy y Julio, porque en el día a día habéis sufrido mi presencia ausente y mis cavilaciones. Esas horas robadas a la vida familiar y a los quehaceres del día a día se plasman en este documento, no comparable con la extensión de vuestra paciencia conmigo durante todo este tiempo.

Para concluir, no puedo dejar de evocar a quien me ha acompañado a lo largo de todo este tiempo de trabajo. Presente en todo momento, me ha regalado el tiempo que no tenía, procurándome las condiciones necesarias para leer, pensar y reflexionar. Ha sido capaz de convencer sutilmente a quienes me acompañan en mi vida para que se dedicasen a otras cuestiones para que yo pudiera centrarme en el trabajo de investigación, en redactar y plasmar todas las ideas que se han desgranado en este documento. Gracias, noche.

Agradecimientos

Cuando un expatriado de la universidad inicia un trabajo como es el de una tesis doctoral y no formando parte de la comunidad educativa ni como docente ni como investigador, es imposible tener mínimamente claro qué pasos acometer para llegar a feliz término. Es vital encontrar a alguien que apueste, en este caso por un aprendiz de ciencia, cargado de ilusión por un tema que le apasiona, pero un absoluto desconocedor de los intrincados caminos a recorrer para llegar a buen fin con un trabajo como este.

Tras más de 20 años después de haber compartido aula en calidad de alumno, de nuevo vuelvo a encontrarme con mi directora de tesis, Reyes González. Tras las referencias que le ofrecí sobre un propósito que era aún muy difuso, puso en mí toda su confianza para acometer un proyecto complejo por la temática y por la práctica ausencia de referentes entre los economistas en el mundo de las políticas de economía local, analizadas de soslayo entre la micro y la macroeconomía, ámbito en el que los economistas nos movemos con mayor familiaridad. Su constante apoyo, la orientación sobre metodologías, su generosidad permitiéndome compartir eventos académicos con sus colegas de departamento, su abnegación en pulir los textos y todos los detalles, me animaron a manifestar el máximo compromiso por mi parte para acometer con mayor determinación la elaboración del texto que el lector tiene ante sí gracias al trabajo y al tiempo que, aflorado de donde no tenía, me ha dedicado Reyes. Muchas gracias por tutelar este proyecto que espero consideres tan tuyo como lo ha sido mío y en el que he usado la segunda persona del plural porque considero este documento un trabajo en equipo de tutora y alumno.

Llegados a este punto, no puedo cuando menos evocar a las personas que en su momento marcaron mi trayectoria académica y profesional hacia el mundo del análisis territorial y del desarrollo local. En mi colegio de los Jesuitas de Alicante, no puedo dejar de incorporar a esta relación al profesor Juan Antonio Ramos, profesor de historia, que con su particular método de trabajo (no puedo dejar de recordar sus 'fichas técnicas') nos aproximaba a lo que suponía la investigación geográfica. Ya en la Universidad de Alicante, el profesor Moisés Hidalgo Moratal incorporó a mi bagaje de conocimientos algo más que solo datos teóricos. Un enfoque avanzado en su metodología de enseñanza, adelantado más de 20 años a su tiempo, en el que su apuesta por el trabajo grupal e individual, más allá de los exámenes, absolutamente disruptivos con otros

estilos más tradicionales, me fueron enseñando a valorar diferentes enfoques ante la realidad de lo que en su momento era la materia troncal de Estructura Económica. No esconde ya que esa fue la única asignatura que consiguió quitarme, literalmente, el sueño el día antes del examen. Trabajos, entrevistas de seguimiento y más trabajos. Y es que el desarrollo territorial, cuando además se puede abordar desde la atalaya de lo público y del servicio a la comunidad como es mi caso, no admite comparación con otras disciplinas de la ciencia económica al aunar una complejidad técnica que a un observador ajeno le resultará difícil apreciar en toda su dimensión y que resulta tremendamente adictiva, y un resultado de incomparable impacto social.

A todos ellos debo añadir, en lugar preferente, a Rosa María Torres, quien me animó e inició en la preparación de este trabajo de tesis doctoral y que me orientó en la fase más primigenia de este proyecto. A ella le debemos la pervivencia del Desarrollo Local en esta provincia, dando a conocer una disciplina que hace casi una quincena de años pocos entendían.

Tampoco puedo dejar de reconocer por su gran valor las conversaciones, consejos, su generosidad a la hora de compartir conocimientos, de pioneros en el Desarrollo Local de la provincia de Alicante como son Pepe Mazón, Pilar Clemente y Javier González Cardona, Presidente de Feprodel e incansable batallador en la promoción del Desarrollo Local, y del profesor Antonio Martínez Puche, todo un referente en las cuestiones de análisis y vertebración territorial.

También quisiera agradecer su ayuda a todos los compañeros del Ayuntamiento de Alicante y de la Agencia Local, de los que tanto he aprendido. Muchas gracias por vuestro apoyo y enseñanzas recibidas a lo largo de todos estos años.

Y por último quisiera manifestar mi agradecimiento a todas las personas que han colaborado respondiendo las encuestas realizadas y que han permitido la realización de este trabajo.

A todos ellos mi reconocimiento y mi más sincera gratitud.

1. Índice

1.	Abstract	13
2.	Resumen.....	15
2.1	Propuesta para el desarrollo del trabajo	15
2.2	Fundamentos y antecedentes	17
2.3	Síntesis del marco teórico de referencia	19
2.4	Planteamiento de las hipótesis y marco metodológico de referencia	20
2.5	Conclusiones y recomendaciones.....	22
3.	Introducción	25
3.1	Motivación de la temática.....	25
3.2	Justificación del ámbito espacial de la propuesta a la Comunidad Valenciana y al periodo 2004-2014	29
3.3	Valoración de la oportunidad del análisis del instrumento de política económica viveros de empresa.....	32
4.	Metodología de trabajo.....	37
4.1	Enfoque del trabajo de investigación en la literatura.....	37
4.2	Metodología de análisis	43
4.3	Limitaciones del estudio	46
5.	Estado de la cuestión	49
5.1	Antecedentes en la evolución de la intervención de la Administración en los sistemas de desarrollo local	49
5.1.1.	La intervención del sector público en el ámbito privado según Stiglitz	50

5.1.2.	Escuela intervencionista de Hudson.....	52
5.1.3.	El enfoque estratégico de Brugué y Gomá	53
5.1.4.	La perspectiva de Vázquez-Barquero	55
5.2	Referentes en la literatura	57
5.2.1.	El origen de las incubadoras de empresas.....	59
5.2.2.	Estudios sobre el desarrollo de las incubadoras	66
5.2.3.	Análisis de la literatura sobre el diseño y prestación de servicios de las incubadoras	70
5.2.4.	Trabajos sobre las empresas incubadas	73
5.2.5.	Impacto de las incubadoras en las empresas alojadas y en el territorio de referencia	79
5.3	Incentivos públicos para empresas	85
5.3.1.	Características de los incentivos públicos.....	85
5.3.2.	Ordenación jurídica de la actividad de las entidades públicas en el marco de las iniciativas de promoción económica.....	88
5.3.3.	Marco jurídico de intervención de las políticas de fomento	98
5.4	Las políticas de promoción de ámbito estatal.....	102
5.5	Las iniciativas de carácter autonómico y local	103
5.5.1.	Distribución competencial del ámbito de la promoción económica como marco de la puesta en marcha de los viveros de empresas.....	104
5.5.2.	Instituciones autonómicas de referencia en la puesta en marcha y tutela de los viveros de empresas en la Comunidad Valenciana	111
5.5.3.	Promoción de las incubadoras de empresas por parte de las universidades valencianas.....	113
5.5.4.	Promoción de los viveros de empresas por parte de las cámaras de comercio.....	114
5.5.5.	Promoción de los viveros de empresas desde las entidades locales ...	116
5.6	Estudio sobre el análisis de políticas públicas de apoyo a la creación de empresas.....	118
5.6.1.	Una aproximación a las políticas públicas a partir de la teoría institucional de North	124
5.6.2.	Modelos de políticas de apoyo a emprendedores desde el ámbito público	130
5.6.3.	El modelo presentado por Ferreiro Seoane de 'Balanza Fiscal'	140
5.6.4.	El modelo ROI de Ortega Cachón	143

5.7	Elementos clave en la creación y éxito de las empresas	147
5.7.1.	Factores estratégicos de éxito empresarial	152
5.7.2.	Factores externos a la actuación de las incubadoras de empresas que inciden en el fenómeno de la creación de empresas	157
5.7.3.	Elementos macroeconómicos y competitividad	166
5.8	El concepto histórico de rentabilidad	167
5.8.1.	Introducción	167
5.8.2.	Las funciones del servicio de los viveros de empresas	169
5.8.3.	Colectivos afectados por la puesta en marcha y gestión de un vivero de empresas	175
5.8.4.	Concepto de rentabilidad de un vivero de empresas.....	177
5.8.5.	Función económica de los viveros de empresas	181
5.8.6.	Concepto de rentabilidad social.....	187
5.8.7.	Función social de los viveros de empresas	191
5.8.8.	Creación de valor en los viveros de empresas	195
5.8.9.	Impactos negativos de los servicios de un vivero de empresas.....	199
6.	Marco teórico de referencia.....	203
6.1	Introducción	203
6.2	Entorno socioeconómico de los viveros de empresas en la Comunidad Valenciana para el periodo 2004-2014.....	206
6.2.1.	Rasgos socio geográficos.....	209
6.3	Iniciativa emprendedora en España y en la Comunidad Valenciana.....	235
6.4	Concepto histórico de emprendedor.....	249
6.4.1.	Definiciones pragmáticas: identificando a los emprendedores del siglo XXI	253
6.4.2.	Tipos de emprendedores	258
6.5	La definición de empresa y de PYME	269
6.5.1.	Tipologías de empresa	272
6.5.2.	Definición de PYME.....	280
6.6	Fases para la puesta en marcha de una empresa	288
6.6.1.	El papel de los viveros de empresas en la producción de innovación..	290
6.7	Concepto de start-up	292
6.7.1.	Fases para la puesta en marcha de una <i>start-up</i>	294

6.8	Incubadoras de empresas: antecedentes en la literatura	295
6.8.1.	El concepto de incubadora.....	296
6.8.2.	Origen histórico de la incubadora y los procesos de incubación de empresas.....	297
6.8.3.	Definición de incubadora de empresas y del proceso de incubación ..	299
6.8.4.	Evolución del concepto de incubación	300
6.9	Otros modelos de incubación: centros de <i>coworking</i> y aceleradoras de empresas.....	308
6.9.1.	Los centros de <i>coworking</i>	308
6.9.2.	Las aceleradoras de empresas	308
6.10	Los viveros de empresas	313
6.10.1.	Definición de un vivero de empresas	314
6.10.2.	Tipología de viveros de empresas	316
6.10.3.	Objetivos de un vivero de empresas	322
6.11	Modelos modernos de incubadoras de empresas	323
6.11.1.	El Infodev Process Model (2001).....	323
6.11.2.	Modelo de Cadena de Valor de Jones (2010)	326
6.11.3.	Modelo de incubación de Chandra y Chao (2011)	327
6.11.4.	El modelo de Metibtikar (2012)	328
6.11.5.	Modelo de incubación de empresas de Ryzhonkov (2014)	330
6.12	La responsabilidad social corporativa en los viveros de empresas	334
6.12.1.	Antecedentes	335
6.12.2.	Definición de RSC.....	339
6.12.3.	Evolución de la RSC en la Administración	344
7.	A la vista de la documentación analizada en este capítulo, podemos inferir que, a pesar de que las administraciones han realizado un esfuerzo importante para inducir la incorporación de buenas prácticas sociales en las empresas, las características de los negocios establecidos en los viveros parecen condicionar negativamente su receptividad a este tipo de políticas. Investigación empírica.....	347
7.1	Introducción	349
7.2	Objetivos de la investigación.....	354
7.3	Planteamiento de las hipótesis de trabajo	355

7.4	Marco metodológico de referencia	356
7.4.1.	Modelos de referencia.....	358
7.5	Planteamiento metodológico.....	368
7.5.1.	Fase 1. Análisis exploratorio.....	368
7.5.2.	Fase 2. Tipo y técnica de investigación	369
7.5.3.	Fase 3. Población objeto de estudio	372
7.5.4.	Fase 4. Selección de la muestra.....	372
7.5.5.	Fase 5. Información secundaria.....	375
7.5.6.	Fase 6. Metodología de análisis de la información	375
8.	Explotación y análisis de resultados.....	381
8.1	Los viveros de empresas en España.....	381
8.2	Caracterización de los viveros de empresas en la Comunidad Valenciana.....	389
8.2.1.	Localización de los viveros de empresas en el interior de la Comunidad Valenciana	389
8.2.2.	Titularidad, gestión, antigüedad y estado operativo de los viveros.....	398
8.2.3.	Modalidad de alojamiento, orientación y criterios de entrada	405
8.2.4.	Dotaciones y servicios de los viveros de empresas	414
8.2.5.	Dotaciones y equipamiento	419
8.2.6.	Servicios intangibles	425
8.2.7.	Valoración de los servicios	429
8.2.8.	Recursos humanos vinculados al vivero	432
8.2.9.	Redes de viveros de empresas y actividades promocionales	436
8.2.10.	Obligaciones y derechos de los emprendedores, período de estancia y precio mensual de alquiler	441
8.2.11.	Precio de alojamiento.....	448
8.2.12.	Tasa de ocupación	457
8.2.13.	Recursos económicos de los viveros	462
8.3	Los emprendedores alojados en los viveros de empresa de la Comunidad Valenciana.....	484
8.3.1.	Actividades emprendedoras: emprendimiento vs. empresas	486
8.3.2.	Perfil de los emprendedores alojados	491
8.3.3.	Actividades económicas desarrolladas en los viveros de la Comunidad Valenciana	502

8.3.4.	Constitución y condición jurídica de las empresas alojadas	512
8.3.5.	Inversión económica inicial para la puesta en marcha del negocio	516
8.3.6.	Clientes y mercados a los que se dirigen los emprendedores	519
8.3.7.	Utilidad de los viveros: la opinión de los emprendedores alojados	525
8.4	Evaluación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: rentabilidad económica y social.....	541
8.4.1.	Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana	541
8.5	Medición de la rentabilidad económica y social de los viveros de empresas.....	552
8.5.1.	Indicador de rentabilidad social	564
8.6	Un modelo de eficiencia óptimo para los viveros de empresas públicos de la Comunidad Valenciana	574
8.6.1.	Recursos económicos	576
8.6.2.	Recursos humanos.....	580
8.6.3.	Recursos físicos e intangibles.....	582
8.6.4.	Valoración de los recursos empleados en los viveros por parte de los emprendedores	588
8.7	Cumplimiento de las hipótesis: argumentaciones	591
9.	Conclusiones y recomendaciones.....	601
9.1	Conclusiones sobre la valoración de las hipótesis de trabajo.....	602
9.2	Conclusiones respecto a la globalidad del estudio.....	605
9.3	Recomendaciones	609
10.	Anexos.....	615
10.1	Cuestionario dirigido al gerente o responsable del vivero de empresas.....	615
10.2	Cuestionario dirigido a emprendedores actualmente alojados y egresados del vivero de empresas.....	628
11.	Referencias documentales y tablas	637
11.1	Referencias bibliográficas	637
11.2	Lista de ilustraciones	663
11.3	Lista de tablas.....	666

2. Abstract

El trabajo que el lector tiene ante sí pretende evaluar la rentabilidad económica y social de los viveros de empresas públicos de la Comunidad Valenciana durante el periodo 2004-2014. Esta doble valoración desde una perspectiva de resultados para las entidades promotoras pretende ofrecer un criterio para dirimir sobre la conveniencia de dedicar recursos a esta herramienta de política económica local dirigida a potenciar la creación de empresas innovadoras y de empleo en detrimento de otras alternativas.

El análisis de la literatura previa mostraba que, si bien existían antecedentes de investigación sobre todo en Estados Unidos, ni la teoría económica en general ni los estudios sobre políticas de creación de empresas en particular le habían prestado demasiada atención ni en Europa ni en España. Para la realización de este trabajo se ha acometido un exhaustivo análisis de todos los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, así como de empresas alojadas en los mismos, recopilando información durante la década arriba indicada.

El objetivo del trabajo se estructuraba en la resolución de tres cuestiones: valorar la rentabilidad económica y social de los viveros, determinar los factores clave para la gestión de los mismos y evaluar el grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios que se les presta.

Las conclusiones a las que llegamos es que los viveros no son rentables económicamente para las entidades promotoras, pero sí lo son para el conjunto de la sociedad debido a los efectos fiscales indirectos que permiten que por cada euro invertido se recuperen 2,8 €.

2. Abstract

De igual manera, hemos sido capaces de caracterizar a los viveros de empresas como entidades que, siendo útiles, tienen un amplio margen de mejora en cuanto a su gestión y rentabilidad. Además, constatamos que son un inmejorable instrumento que debe ser más proactivo para generar un mayor número de proyectos innovadores.

Como propuestas planteamos que las entidades más efectivas en la gestión de los viveros deberían recibir un retorno directo por la generación de ingresos fiscales que son recaudados por otras administraciones y que no tienen un impacto directo favorable en quienes gestionan las incubadoras.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

3. Resumen

La estrecha convivencia de lo público y lo privado está en entredicho. Y aún más la actividad de la Administración en todas aquellas iniciativas que tienen como finalidad dinamizar la economía y el sector privado a través de cualquiera de sus resortes de intervención. Desde las empresas, principales beneficiarias de esas actuaciones, se critica que dichas medidas o son ineficientes por su finalidad o bien torpedean el normal funcionamiento del mercado. Las iniciativas tendentes a favorecer la creación de nuevas actividades no han sido una excepción.

El instrumento de los ‘viveros de empresas’, también conocidos como ‘incubadoras empresariales’ o ‘incubadoras de empresas’, se configura como un servicio público que ofrece asesoramiento, formación y mentorización, así como un espacio físico en el que acoger empresas innovadoras de nueva creación en condiciones favorables para facilitar su puesta en marcha y consolidación. Toda vez que la Administración cuenta con recursos cada vez más escasos y que ha de asignar a unos proyectos en detrimento de otros, es por esto que se requiere conocer el impacto de esta intervención pública y si cumple las finalidades que tiene encomendadas.

3.1. Propuesta para el desarrollo del trabajo

En primer lugar, se ha realizado una presentación de los objetivos del trabajo, sometiendo a consideración la pertinencia del mismo en cuanto a necesidad y delimitaciones territoriales y temporales. Ante esto, se ha expuesto el currículum del doctorando, con

3. Resumen

3.1. Propuesta para el desarrollo del trabajo

experiencia en el sector público en las tareas propias de la promoción económica y en la gestión de dos viveros de empresas, así como de consultor externo de entidades locales, pero también con recorrido profesional en trabajos realizados en la actividad privada, lo que ha permitido aportar una visión amplia para enfocar adecuadamente el proyecto tanto desde el punto de vista público como empresarial. De manera sucinta se han marcado las líneas generales de trabajo y se han indicado las limitaciones para la realización del estudio.

Para conocer el valor de la aportación de los viveros de empresas, se ha acometido un proceso que ha tratado de seguir las principales tendencias de los investigadores en cuanto a las etapas a seguir para garantizar un resultado consistente respecto a la metodología a aplicar. Habiéndose encontrado literatura difusa en cuanto a los contenidos que han de incorporarse a cada uno de estos apartados, obligados por otra parte en cualquier redacción de tesis doctoral, se ha optado por un criterio pragmático por el cual se asigna los diferentes componentes bajo el criterio de proporcionar coherencia en cuanto a la aproximación a los objetivos que se pretenden.

Este enfoque ha partido de una doble premisa: acercarse a los objetivos desde la generalidad a la singularidad, lo que ha afectado a la incorporación de referencias documentales, presididas en mayor número por la escuela americana, pionera en el estudio de las incubadoras de empresas, cuando se ha tratado las cuestiones formales y generalistas de los viveros; y se ha retomado a los autores europeos y españoles cuando se ha tratado de explicitar las cuestiones que tenían que ver con las singularidades del territorio en el que se ha desarrollado nuestro trabajo.

Para ello se ha comenzado revisando los principales autores que han analizado las cuestiones generales sobre la intervención de la administración pública en el sector privado, encontrando que se pueden hallar diversas posiciones, más o menos críticas, respecto a la implicación del sector público y su injerencia en el ámbito privado, explicitándose las distintas posibilidades técnicas y legales con las que nos encontramos. A partir de aquí se encuentra justificación a la participación de entes públicos en la promoción de empresas innovadoras y empleo a través de las figuras, entre otras opciones, de los viveros de empresas.

3.2. Fundamentos y antecedentes

Un segundo episodio, denominado ‘Referentes en la literatura’, recogerá los antecedentes en la literatura sobre el desarrollo de las incubadoras, que tuvieron su origen en el año 1959 en la ciudad de Batavia, en Estados Unidos. Su rápida proliferación generó toda una industria que se regía, a diferencia de los viveros europeos, por criterios privados, lo que repercutió en su forma de gestión, mucho más orientada al corto y medio plazo que las incubadoras europeas. Estas incubadoras pronto evolucionarían hacia conceptos cada vez más proactivos, incorporando mayor cantidad de servicios, más exigencia a los procesos de selección y a las empresas alojadas y una orientación hacia la generación de redes interempresariales mucho más desarrolladas que en el sector del viejo continente.

A partir de aquí se comienza a glosar una serie evolutiva de definiciones de viveros de empresas y del proceso de incubación, que parten de una sencilla acepción que las enmarca simplemente como herramientas de desarrollo económico orientadas a la creación de puestos de trabajo cuya principal aportación es que son capaces de generar una mayor cantidad de *start-up* y con menor mortandad que las que se generan fuera de ellas. El proceso de crecimiento obliga a adoptar mayores funciones, más proactividad, pero también mayor exposición a las críticas y seguimiento por parte de los medios de comunicación.

Desde estos trabajos generalistas y descendiendo a la singularidad de nuestro entorno en la Comunidad Valenciana se han aportado contribuciones a cuatro áreas que resultan afectadas por la figura de las incubadoras de empresa: referencias sobre su desarrollo y evolución, incluyendo reseñas sobre las necesidades específicas sobre su diseño y configuración; estudios sobre las características de las empresas alojadas en las incubadoras, incorporando también una interesante referencia sobre los procesos de selección de las mismas. Por último, se aporta un espacio dedicado a la aproximación sobre los resultados de la participación de las incubadoras en las empresas alojadas y en el entorno en las que se ubican. Y los resultados no son concluyentes al encontrar una pluralidad de factores que permitan inclinar la balanza hacia cualquiera de los dos lados: desde analistas que se muestran tajantes al afirmar que son cruciales las características de los emprendedores que optan a un vivero, apelando a que un perfil bien cualificado de aspirante sería capaz de poner en marcha la empresa con o sin la incubadora, así

como quienes sí valoran que el vivero ofrece importantes espacios de viabilidad donde deberían alojarse empresas que surjan de proyectos viables y cuyos promotores no tengan los recursos necesarios para poner en marcha dicha actividad.

Pero esta actividad de los viveros de empresas ha de enmarcarse como una herramienta de incentivo público y a ello se dedica el tercer epígrafe de este punto en el que se realiza una sucinta pero exhaustiva referencia del marco legal por el que se rigen las políticas de promoción económica, partiendo desde un marco estatal, para descender de manera más detallada a presentar el espectro autonómico, competente para la promoción y puesta en marcha de las incubadoras. Es en este punto donde se incorporan los referentes legales que amparan a la Generalitat Valenciana, universidades, cámaras de comercio y entidades locales para la puesta en marcha y gestión de estos instrumentos.

De forma más precisa, nos referimos en este caso a los estudios singulares que sobre los viveros de empresas se han realizado en nuestro país, determinando que no se ha identificado ninguna investigación como la que queremos abordar en la Comunidad Valenciana, lo que supone un hito importante a la hora de poner en valor y aplicar los resultados que se obtengan del mismo.

Con la finalidad de determinar si las incubadoras están correctamente enfocadas a la hora de definir sus servicios, se ha realizado un análisis de los factores que los investigadores han determinado como claves para la creación y el éxito de una empresa: la búsqueda de la excelencia, la aportación de la innovación, la adaptación al cambio, la existencia de una cultura de empresa y la competitividad son elementos internos que se consideran de máxima importancia a la hora de generar un tejido empresarial sólido y con buenas perspectivas de futuro. Este apartado se complementa con una identificación de factores exógenos que, siendo relevantes, son, sin embargo, ajenos a la actividad de la incubadora, pero que constituyen el marco general en el que se desarrolla la actividad de los nuevos emprendimientos.

Llegados a este punto resulta pertinente definir lo que se entiende por rentabilidad económica, parámetro que se encuadra desde un cálculo tradicional de empresa y de manera comparada con el cálculo del Valor Añadido Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), partiendo de los gastos e ingresos que se generan por la propia actividad de las incubadoras. De manera especial se incide en la identificación de lo que se considera la rentabilidad social de las

incubadoras, para cuyo cálculo se plantea que se considere, además de gastos muchas veces no computados por las entidades locales y administraciones (amortizaciones), la globalidad de los ingresos, especialmente desde el punto de vista fiscal, y de las empresas tanto alojadas como egresadas. La lógica que subyace a este planteamiento es que el alcance de la actividad de los viveros de empresas pervive más allá de la permanencia de las empresas bajo sus servicios, pues su previsible mayor durabilidad les confiere también la posibilidad de generar mayores retornos vía impuestos.

3.3. Síntesis del marco teórico de referencia

Este punto se consagra a la presentación de aspectos más específicos de la materia objeto de la tesis doctoral. Es por ello que se ha considerado incluir en este apartado las principales características en el ámbito socioeconómico de la Comunidad Valenciana para el periodo de estudio, reseñando las principales características en cuanto a sectores económicos, infraestructuras y potencial; se ha definido el concepto de PYME referenciándolo de manera comparada con las definiciones de otros países y especialmente de Europa, a los efectos de determinar de manera externa las diferencias en cuanto a la tipología de empresas con las que trabajamos en nuestro estudio, determinándose que el perfil de nuestras actividades es netamente inferior en cuanto a capitalización y empleo que el que se registra en nuestro entorno más próximo. Ha correspondido también a este apartado la inclusión de conceptos básicos como es el de las definiciones de vivero de empresas y *start-up*, íntimamente relacionados, puesto que las incubadoras deberían ir precisamente enfocadas a intensificar la creación de éstas.

Partiendo de la agregación de ideas anteriores, se procede a la disección del concepto de viveros de empresas, su evolución, tipologías y objetivos. El repaso a los modelos más modernos de incubadoras de empresas deja entrever que existe un amplio margen de mejora por parte de las incubadoras españolas, sobre todo en cuanto a servicios avanzados se refiere, ayuda a la capitalización de las empresas y generación de redes de colaboración especialmente.

En un último apartado, se realiza una semblanza de lo que se entiende por la responsabilidad social corporativa, pero de manera específica en lo que corresponde a los viveros

de empresas, de tal forma que con este último punto se concluía un proceso de aproximación desde la generalidad hasta la especificidad. Es en este punto en el que vamos a introducir un nuevo concepto de responsabilidad social, incluyendo aspectos novedosos que tratan de aproximar la rentabilidad económica a la social a través de los impactos indirectos articulados a través de las repercusiones fiscales que todo el proceso de creación de empresas genera alrededor de las incubadoras de empresas. De esta forma, se propone que, a diferencia de otros estudios realizados sobre actuaciones públicas, el alcance del impacto se proyecte hasta la completa valoración de los ingresos que se generarán a través de las empresas creadas y durante la duración de su vida previsible. De esta manera, se encuentra coherencia entre la valoración de los gastos e inversiones que implica un vivero de empresas y los *inputs* que se generan.

3.4. Planteamiento de las hipótesis y marco metodológico de referencia

El presente trabajo de tesis doctoral plantea la valoración de tres cuestiones cuya respuesta habrá de ser hallada a partir de los resultados del análisis cuantitativo y cualitativo que se pretende realizar:

Hipótesis 1: *Los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana no son rentables económicamente debido a que necesitan ayudas públicas para su construcción, gestión y mantenimiento, pero sí socialmente porque a través de la actividad desarrollada por los emprendedores devuelven a las administraciones públicas, vía fiscal, más de lo invertido.*

Hipótesis 2: *Los viveros de empresas que gestionan eficientemente sus recursos económicos, humanos, físicos e intangibles han contribuido en mayor medida a la creación de empresas y puestos de trabajo.*

Hipótesis 3: *Los viveros de empresas que cuentan con mayores recursos (económicos, humanos, físicos e intangibles) son mejor valorados por los emprendedores alojados.*

Con este triple planteamiento estaríamos en condiciones de aportar a la comunidad científica y a los mandatarios públicos datos de interés acerca de la pertinencia o no de las incubadoras de empresas; sobre las características en cuanto a la gestión que han de tener para

optimizar sus resultados. Por último, aportamos una representación fidedigna de la valoración que quienes han de recibir dichos servicios realizan de la actividad de las incubadoras.

En lo que corresponde a la metodología de aproximación para la resolución de estas incógnitas, se ha planteado una forma de obtención novedosa que parte de la combinación de tres sistemas que coexistían de manera independiente, pero no se habían trabajado de manera conjunta. Este es el caso del análisis coste-beneficio que plantean desde la UE; la aplicación de método ACB y el conocido como 'Retorno social de la inversión' (SROI).

Para llevar a cabo el trabajo de campo, se prepararon dos encuestas con la finalidad de obtener información de tipo cuantitativo y cualitativo. La primera de ellas dirigida a los gerentes de los viveros de empresas (41) y la segunda enfocada para empresas alojadas y egresadas (394). Las dificultades para conseguir las respuestas de algunos viveros, pero sobre todo de las empresas, obligaron a buscar la información desde fuentes secundarias para completar algunos datos que eran necesarios para establecer los resultados finales.

Los resultados que se han obtenido son que las incubadoras de empresas no pueden ser rentables, al ofrecerse como un servicio de alojamiento y servicio con el incentivo de que se proponen por debajo del precio de mercado, por lo que la entidad promotora necesariamente ha de asumir ese diferencial si quiere ser competitiva. No obstante lo anterior, observamos cómo los viveros sí son rentables desde el punto de vista social, puesto que, considerando todos los ingresos fiscales generados a partir de la actividad de la incubadora, se generan 2,8 € por cada euro invertido por las entidades promotoras.

Una segunda reflexión nos lleva a confirmar la hipótesis que refleja el hecho de que los viveros que gestionan eficientemente sus recursos económicos y humanos, pero de especial manera los que tienen que ver con sus recursos físicos e intangibles, han obtenido mejores resultados reflejados en un volumen de empleos y creación de empresas superior a la media.

En tercer lugar, no hemos podido concluir que aquellos servicios que cuentan con mayor presupuesto, personal y mayores instalaciones, tengan una mejor consideración por parte de los usuarios, debido a la imposibilidad de deslindar los efectos cruzados de las variables exógenas que influyen para la adopción de esta conclusión.

3.5. Conclusiones y recomendaciones

Finalizamos el trabajo con una serie de apreciaciones en tres niveles: conclusiones extraídas a partir de las hipótesis de trabajo, un segundo apartado relativo a conclusiones generales del trabajo y un tercero de recomendaciones a partir del conocimiento adquirido a lo largo del trabajo elaborado.

En lo que corresponde a las conclusiones a partir de las hipótesis analizadas, podemos colegir que las entidades promotoras asumen, casi por plena definición de las incubadoras, entendidas como servicios ofrecidos a los proyectos a precios por debajo del mercado, un déficit estructural en el que saben que van a incurrir por la puesta en marcha de un vivero de empresas (en adelante VE). Este enfoque de la acción pública no es novedoso y se enmarca dentro de una cultura subvencionadora de la administración, cuyos resultados no son siempre positivos. A esto se le ha de unir la conveniencia, por el positivo impacto que tiene en la valoración del vivero y porque es un elemento demandado por los usuarios, de contar con personal especializado que pueda realizar un servicio de asesoramiento de alto nivel a las empresas incubadas. Este es uno de los factores en los que se invita a las entidades promotoras a plantearse estrategias para mejorar la cualificación de sus técnicos bien a través de un riguroso proceso de selección o bien a través de actualizaciones que les permitan tener sus conocimientos actualizados.

En cuanto a los resultados de las incubadoras, observamos que éstas generan un mayor número de empresas innovadoras y de tamaño ligeramente superior a la media en su fase inicial, aunque conforme van pasando los años las empresas tienden a reducir su número de trabajadores. Entendemos que dos son los factores que confluyen en esta circunstancia: de un lado, la crisis que ha obligado a ajustes de plantilla y, por otra parte, la mayor experiencia, que ayuda a optimizar procesos de manera combinada con la tecnología. Las incubadoras están en condiciones de tratar de compensar esta pérdida de empleos con una mayor aceleración en el proceso de crecimiento de las empresas para absorber esa parte de personal que se ha constatado que se reduce conforme la empresa va evolucionando.

De la comparación entre las incubadoras españolas y las originarias de Estados Unidos, apreciamos cómo el enfoque público y privado orientado a la rentabilidad ha permitido un

crecimiento y unos resultados más positivos en las segundas, al ajustar más tanto sus equipos de gestión, como la selección de las empresas candidatas a acceder a las instalaciones.

Una redefinición del papel de las incubadoras que supone que deben especializarse sectorialmente, pero sobre todo constituirse en referentes activos en lo que se refiere a la creación de empresas innovadoras, especialmente vinculándose a centros tecnológicos, universidades y nodos tecnológicos. Esto requiere una mayor capacitación de las incubadoras para dar a conocer sus servicios más allá de sus públicos tradicionales, que además se beneficiarán de la experiencia de sus gestores en sectores específicos.

Un elemento que entendemos puede ser de interés es la propuesta de valoración para que se promueva una mayor rotación de las empresas en el vivero, evitando que se inmovilicen recursos públicos de los que solo se beneficien unas empresas, las alojadas, que no se ven incentivadas a abandonar el ecosistema emprendedor en el que se encuentran.

Por último, cabe notar que proponemos que se debería revertir en las incubadoras que generan empresas y empleo parte de los ingresos fiscales que sus firmas egresadas generan a lo largo de su vida útil, lo que permitirá equilibrar sus cuentas, incentivando el seguimiento de las empresas. La atención diferenciada a las empresas de nueva creación frente a las consolidadas, todo ello como parte de una estrategia territorial para potenciar determinados sectores, se debería acompañar de una mayor rotación de las empresas para generar más ingresos fiscales.

4. Introducción

4.1. Motivación de la temática

Diversas son las razones que han animado a la elaboración de este trabajo de tesis doctoral. Por un lado, la experiencia profesional del aspirante, introducido en el mundo del desarrollo local desde la privilegiada atalaya de la Unidad de Promoción y Desarrollo de la Diputación de Alicante en el año 1998. A partir de la misma y como economista de dicho servicio, el diseño de las actuaciones de este organismo intermedio en materias de promoción del empleo, así como las mejores prácticas de las entidades locales con las que trabajé estrechamente, incentivaron un interés entusiasta sobre un espacio de trabajo en el que proliferaban otras titulaciones (sociología, geografía, arquitectura, etc.) pero con escasa presencia de economistas. Esta anomalía, quizá debida a la mayor presencia de colegas en el campo de la empresa, pero menos habituales en trabajos próximos a la investigación de la acción pública en cuestiones de desarrollo local, me permitió identificar y aportar una visión diferente a distintas áreas de mejora, inexploradas hasta el momento.

Es necesario destacar que mi bagaje universitario se estructuraba en la obtención de la doble Licenciatura de Ciencias Empresariales (especialidad en Contabilidad) y de Ciencias Económicas (especialidad de Economía cuantitativa), ambas en la Universidad de Alicante. A ello se unen dos estancias semestrales de estudios, una en París (Instituto Superior de Gestión) y otra en Sheffield (Sheffield Hallam University), lo que me permitía disponer en mi actividad profesional de una visión de todo el recorrido en la creación de valor hacia la empresa: desde el

4. Introducción

4.1. Motivación de la temática

impacto de las cuestiones macroeconómicas hasta las relativas a las propias de la gestión empresarial.

Una segunda circunstancia fue mi incorporación en el año 2000 al Centro de Empresas Innovadoras de Alcoy de la mano de su director, Manuel Ríos. Experto gestor, consultor de empresas y desde entonces amigo, a su lado se incorporaron a mi bagaje curricular las cuestiones relativas a la creación de empresas en todas sus vertientes, pero de manera muy singular la gestión y particularidades de los VE. Tuve la oportunidad de conocer de primera mano el funcionamiento, objetivos, alcance y líneas de futuro de un VE. Asistí de igual manera al crecimiento de empresas que con posterioridad han sido punteras en el mercado, debiendo buena parte de su éxito al gran trabajo de los emprendedores, pero también a los servicios de los CEEI (Alcoy, Elche, Valencia y Castellón principalmente) y del resto de entidades que en aquel momento lideraban la tutela de las incubadoras de empresas. La hiperactividad inherente al trabajo desarrollado en el CEEI facilitó el conocimiento de otros VE de la Comunidad Valenciana, con quienes entré en contacto a través de visitas, reuniones y participación conjunta en proyectos de EIBTs (Empresas Innovadoras de Base Tecnológica), a las que también pude prestar asistencia técnica. La experiencia en gestión empresarial y con los emprendedores durante los dos años de actividad allí fue una escuela de extraordinario valor. Estas sinergias se ampliarían posteriormente a través de la colaboración con la Asociación de Viveros de Empresas (AVIE)¹ a todo el territorio nacional, teniendo la posibilidad de conocer y entrar en relación profesional con muchos compañeros de toda España que se dedicaban con absoluta profesionalidad a promover entornos favorecedores de la creación de empresas, en su formato de VE o incubadora, especialmente.

El tercer factor fue derivado de la evolución profesional y personal, plasmada en mi actividad como técnico economista de la Agencia Local de Desarrollo del Ayuntamiento de Alicante². Concretamente en las funciones que me permitieron tutelar la puesta en marcha y

¹ www.avie.es

² La Agencia Local de Desarrollo es un organismo autónomo del Ayuntamiento de Alicante operativa desde el año 2000.

gestión de dos VE adscritos a esta entidad. El Ayuntamiento de Alicante no tenía experiencia alguna en este tipo de servicios, por lo que fue necesario desarrollar los proyectos desde su génesis: la parte de su diseño físico, los procedimientos administrativos que lo convalidaban, su incorporación como servicio a la Agencia de Desarrollo Local y también, su viabilidad como instrumento de desarrollo local. Parte de este proceso lo conformaban el estudio de viabilidad, la elaboración de los requisitos de acceso, baremos, reglamento de régimen interno, etc.

El primero de ellos, el 'Alicante Emprende', activo desde el año 2007, ofrece un servicio de acompañamiento y seguimiento de la actividad empresarial. El segundo fue operativo en 2010, el 'Príncipe Felipe', que desarrolla similares funciones, pero ofreciendo naves industriales y un entorno más orientado hacia empresas de fabricación que en el caso del 'Alicante emprende'. Durante todo este periodo profesional, he continuado vinculado de manera estrecha a otros VE de los que he tenido la oportunidad de aprender y, en algunas ocasiones, de realizar aportaciones de mejora a otras entidades. También mi trabajo como jefe del Departamento del área de promoción económica de la Agencia Local me ha permitido tomar contacto con empresas que trataban de ponerse en marcha de manera autónoma, fuera de las incubadoras, muchas de ellas con éxito.



Ilustración 1. Anagrama de los viveros de empresas de la Agencia Local del Ayuntamiento de Alicante.

Derivada de esta experiencia, mis servicios han sido requeridos para prestar asesoramiento a diversas entidades locales, en materia tanto de VE como de cuestiones relativas a la creación de empresas y empleo, lo que me ha permitido disponer de mayor información sobre las incubadoras de empresas y políticas promotoras de empleo. A lo largo de mi carrera profesional he tenido la oportunidad de conocer de manera directa procesos de creación y

4. Introducción

4.1. Motivación de la temática

puesta en marcha de más de 200 actividades empresariales de diferentes sectores y en contextos tan diferentes como los marcados por los dos ciclos contrapuestos y determinados por la crisis económica del año 2007.

A lo largo de estos años han sido muchas las fuentes excepcionales que han enriquecido mi experiencia previa y que serán nichos de información para el resultado del trabajo. Imposible mencionar a todas las personas que de una forma u otra han ayudado a construir este proceso. Cuento con la propia iniciativa personal, volcada hacia la eficiencia del sector público, así como con la información y los contactos de las entidades locales (alcaldes, concejales, técnicos, secretarios, tesoreros de ayuntamientos y diputaciones), a partir de mi actividad docente y de consultoría, que deberían ayudar a aportar una visión global y a dotar de coherencia al documento que el lector tiene entre manos.

También ha sido importante a los efectos de una valoración más equilibrada, mi trabajo en el sector privado en actividades ligadas al sector bancario y a medios de comunicación, especialmente. Esta visión me ha permitido interpretar desde la perspectiva de la empresa los efectos de determinadas políticas públicas.

Como elemento catalizador de todo lo anterior ha intervenido la pertinaz situación de crisis que aún vivimos y que ha obligado a replantear un sinfín de dogmas, que hasta la fecha se creían inamovibles, situación de análisis que ha absorbido de pleno a la Administración en todas sus dimensiones. Ciertamente crítico con nuestra forma de operar en la Administración local, quien esto escribe se encontraba con la experiencia, bagaje y conocimientos necesarios para entablar un diálogo con antecedentes, conceptos, hipótesis y trabajo de campo de los que inferir una respuesta a esta situación sobre la efectividad de la actividad de la Administración en general, pero sobre el caso particular de los VE en el ámbito de la Comunidad Valenciana.

Todo lo anterior se complementa con mi incorporación a la Sociedad Española de Evaluación, entidad pionera en el ámbito de la prospección, valoración y análisis de políticas públicas, en lo relativo a su efectividad y resultados.

La pertinencia de esta tesis se justificará si de ella se pueden extraer conclusiones valiosas para mejorar el enfoque, utilidad y gestión de las incubadoras de empresas, como una

herramienta más de fomento de la riqueza económica de los territorios en general y de la Comunidad Valenciana en particular.

4.2. Justificación del ámbito espacial de la propuesta a la Comunidad Valenciana y al periodo 2004-2014

El origen del ámbito competencial respecto a la creación de empresas lo encontramos en el Estatuto de Autonomía de la Comunitat Valenciana, que en su Art. 52.2 establece: “La Generalitat, en el ejercicio de sus competencias, y sin perjuicio de la coordinación general que corresponde al Estado, fomentará el sistema valenciano de ciencia, tecnología y empresa promoviendo la articulación y cooperación entre las universidades, organismos públicos de investigación, red de institutos tecnológicos de la Comunitat Valenciana y otros agentes públicos y privados, con la finalidad estatutaria de I+D+I y con el fin de fomentar el desarrollo tecnológico y la innovación, con apoyo del progreso y la competitividad empresarial de la Comunitat Valenciana. Se regulará mediante Ley de Les Corts”. Aunque ciertamente el Estado es quien posee competencias en algunas cuestiones regulatorias no menores sobre el ámbito empresarial (fiscalidad, formas jurídicas, etc.), corresponde a las comunidades autónomas potenciar y generar las oportunidades para que las empresas se establezcan y generen puestos de trabajo y actividad económica.

En este entorno, habremos de entender que la Administración en general y la local en particular está realizando una profunda exploración de sus procesos internos. Obligada a reinventarse por la crisis (más bien para ajustar el coste con los servicios que presta), esta reconversión y análisis interno está acelerando la toma de decisiones para determinar qué políticas se deben llevar a cabo en detrimento de otras. A esto ha contribuido de manera decisiva la normativa reguladora del ámbito competencial, partiendo de la Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de medidas para la modernización del gobierno local, pero sobre todo la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración local que imprime y delimita cuestiones tan pertinentes como el ámbito de actuación de los distintos niveles del

sector público, dejando a las administraciones autonómicas las atribuciones en materia de empleo e impulso de la creación de empresas.

Cierto es que la nueva redacción que esta norma confiere al Art. 86 de la remozada Ley de Bases 7/85 de Régimen Local le otorga la redacción siguiente: “1. Las Entidades Locales podrán ejercer la iniciativa pública para el desarrollo de actividades económicas, siempre que esté garantizado el cumplimiento del objetivo de estabilidad presupuestaria y de la sostenibilidad financiera del ejercicio de sus competencias. En el expediente acreditativo de la conveniencia y oportunidad de la medida habrá de justificarse que la iniciativa no genera riesgo para la sostenibilidad financiera del conjunto de la Hacienda municipal debiendo contener un análisis del mercado, relativo a la oferta y a la demanda existente, a la rentabilidad y a los posibles efectos de la actividad local sobre la concurrencia empresarial”. En este contexto, parece que no se rechaza de plano que las entidades menores puedan realizar funciones en este ámbito. No obstante lo anterior, no existe unanimidad de criterios entre las distintas administraciones locales sobre el alcance de esta norma, incertidumbre que se ha visto insuficientemente resuelta por la Circular de 18 de junio de 2014 de la Dirección General de Administración local sobre el nuevo régimen competencial regulado en la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración local.

Es en este ámbito donde procede incardinar la figura de los VE como una herramienta de promoción de empresas y empleo a disposición de las políticas públicas. A partir de las iniciativas que en este sentido llevó a cabo la Unión Europea en la década de los 70, la figura de las incubadoras de empresas fue adquiriendo una mayor relevancia, siendo una figura adoptada inicialmente por entidades vinculadas a las administraciones territoriales, para descender a las cámaras de comercio, universidades y entidades locales.

La Comunidad Valenciana fue pionera en la puesta en marcha de VE. Es precisamente la singularidad territorial, con políticas independientes en cada región española que afectan por igual solo a los viveros de su ámbito geográfico, la que aconseja circunscribir a un ámbito territorial y temporalmente limitado el análisis que pretendemos llevar a cabo. En su momento, el Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa (IMPIVA), a través de los Centros de Empresas Innovadoras (CEEIs), acometió en nuestra región la misión de poner en marcha y hacer funcionar los VE. La finalidad de los VE era promover la puesta en marcha de empresas novedosas, de

servicios avanzados o simplemente diversificadoras del territorio, con la esperanza de que una mayor proactividad en la creación de empresas permitiera generar nuevos puestos de trabajo y dotar a los territorios de una mayor riqueza.

En la última década han sido otras instituciones (ayuntamientos, cámaras de comercio, universidades) las que, a imagen de los VE primigenios, se han lanzado a la puesta en marcha de nuevas incubadoras de empresas, con el consiguiente aumento de la oferta y oportunidades para instalar una empresa en el territorio.

Siendo éste nuestro ámbito de trabajo, parece oportuno plantearse la efectividad y viabilidad de las incubadoras de empresas, desde un punto de vista de consecución de objetivos en términos económicos y sociales, de creación de empresas, de empleo y parámetros sociales, que justifiquen el apoyo de la Administración a estas estructuras, frente a otras alternativas.

No se han planteado previamente en nuestro territorio estudios que midan el alcance y efectividad de las iniciativas 'viveros de empresas' en su conjunto. En el ámbito nacional los análisis llevados a cabo se han referido a cuestiones de carácter material y para un momento puntual, desterrando la visión temporal de la información, por lo que parece oportuno realizar el mencionado análisis para las incubadoras de empresas de las provincias de Castellón, Valencia y Alicante. Con la finalidad de poder conferir y encuadrar adecuadamente la perspectiva histórica nos vamos a referir a la última década como marco temporal de referencia para realizar el oportuno análisis. Este espacio de tiempo es lo suficientemente amplio como para poder apreciar con una perspectiva histórica lo que supone poder explicar, con suficiencia empírica, el motivo de estudio de este trabajo: la efectividad, en toda su amplitud, de los VE como herramienta del fomento de la creación de empresas.

En lo que corresponde al ámbito temporal de la propuesta, el decenio 2004-2014, se ha planteado desde una triple perspectiva:

- a) De un lado, la necesidad de contar con un espectro lo suficientemente amplio como para disponer de información suficiente que permitiese encarar el trabajo de campo con suficiencia de datos.

- b) Por otro, la necesidad de disponer de margen suficiente para la obtención de una información que en muchos casos no es inmediata y que requería dejar cierto margen, por lo que se limitó la investigación hasta el año 2014.
- c) Por último, es innegable que el hecho de haber sufrido una crisis como la sucedida durante los últimos ejercicios, debía ser considerado para poder comparar periodos diferentes antes y después de la misma. Es por ello por lo que el periodo de referencia se ha hecho pivotar sobre el epicentro del año 2007, determinado por muchos investigadores como el punto álgido de este periodo.

4.3. Valoración de la oportunidad del análisis del instrumento de política económica viveros de empresa

La cuestión que pretendemos abordar en este apartado es determinar si existen visos de pertinencia de la cuestión tratada, es decir, si existen indicios fundados de que el estudio de la rentabilidad de las incubadoras de empresas es una cuestión que merezca la pena ser abordada, fundamento que se tendrá que ir confirmando a lo largo del desarrollo de este trabajo.

Este enfoque se realizará a partir del análisis de la información de los efectos de los VE en las empresas alojadas en los mismos, pero también auscultando la relevancia de las externalidades que éstos causan en términos de impacto social, tanto en relación con las características de la creación de empleo como de las propias PYMES usuarias de las incubadoras, así como en el ecosistema en el que se desenvuelve su actividad.

Un primer acercamiento a la conveniencia del estudio en cuestión proviene de las fuentes documentales, escasas si las comparamos con otras ciencias o ámbitos del saber, pero a la vez muy orientadas a caracterizar la singularidad de estas entidades.

Respecto a una visión macroeconómica de las intervenciones que las entidades pueden y deben acometer para potenciar la creación de empresas es referencia imprescindible la aportación con la que Alburquerque (Alburquerque, 1994) propone una metodología que recoge los aspectos a considerar en el análisis de las potenciales herramientas del desarrollo económico

local, así como las acciones que son necesarias para construir un entorno innovador que impulse el surgimiento de las iniciativas locales de desarrollo. En un interesante apunte, este autor delimita las fases y actuaciones a considerar para desplegar actividades generadoras de crecimiento económico y empleo que denomina “productivo”. De hecho, el especialista ya indica en este texto que “pueden construirse, de forma concertada, entidades territoriales que faciliten la difusión tecnológica en el tejido empresarial local, ya se trate de una agencia de desarrollo local, institutos tecnológicos sectoriales, o centros de empresa e innovación, entre otros” (Alburquerque, 1994). Hace una clara referencia en este último caso a los viveros de empresa como herramientas potenciadoras en el territorio de la introducción de la innovación y la tecnología en las empresas.

En relación con el impacto que supone la creación de empresas y la conveniencia de que se impulsen desde la Administración encontramos referencias de cierta relevancia, como la de Birch (1979). En ella ya se apunta la importancia de la creación de empresas y su impacto en el entorno local y regional, tanto en lo que corresponde a su crecimiento económico (dos tercios de los nuevos empleos en USA en la década de los 70 provenían de pequeñas empresas y este factor es a juicio del autor lo suficientemente apropiado como para volcarse con las incubadoras de empresa) como también respecto a las interrelaciones territoriales que se generan por este motivo.

De lectura imprescindible, Belso Martínez (Belso Martínez, 2002) realiza una acertada diagnosis de las líneas generales para realizar propuestas que se adecúen de manera concreta a promover la creación de empresas desde el sector público. Plantea este autor una detallada delimitación del proceso de creación de empresas, identificando sus fases clave y realizando un interesante trabajo en torno a lo que ya se avanzaba como el ecosistema a favor del emprendimiento.

En un estudio más próximo de Carree y Thurik (Carree y Turik, 2010) se presenta de forma más precisa el impacto que tienen los emprendedores, aproximando y analizando la relación existente entre nuevas actividades y crecimiento económico a nivel macroeconómico, pero además también estudia la dificultad de analizar de manera heterogénea la incidencia de los emprendedores dadas las particularidades de cada empresa y sector y del territorio en el que operan.

Análisis adicionales (Kalleberg, 2011; Lommerud, Sandvik y Straume, 2004) se reafirman en la misma idea de estrecha vinculación entre la creación de empleo y las nuevas empresas, pero indagan de forma más precisa en la forma en que las externalidades de las empresas presentan un impacto asimétrico en el entorno.

En cuanto a la relación a la forma en la que las incubadoras de empresas y la innovación quedan interrelacionadas a través de la actuación de las primeras, destacamos los trabajos de Lesáková (2012), de la Comisión Europea (2010 y 2012), que destacan el papel de las incubadoras a la hora de promover la incorporación de la innovación al tejido productivo a través de las empresas que se establecen en los viveros, y donde además se generan redes de *networking* que son muy valoradas por los usuarios de estos servicios.

Un estudio más actual que trata los impactos de las incubadoras de empresas y su vinculación con el territorio es el desarrollado por Al-Mubarak y Busler (Al-Mubarak y Busler, 2013) en el que investigan e identifican de forma precisa los beneficios de un VE, así como los indicadores clave de su gestión en términos de empleo, incubación de *start-ups*, así como una evaluación del nivel de supervivencia de las empresas egresadas.

En nuestro país han sido varios los análisis que se han realizado acerca de la figura de las incubadoras de empresas, acreditando un creciente interés por esta modalidad de herramienta de política económica. Una aproximación general es la realizada por Blanco (2013), donde plantea una de las primeras identificaciones del mapa general de incubadoras de empresas. De forma complementaria encontramos trabajos de corte más sectorial, como los desarrollados por Fernández Martínez, Blanco Jiménez y Alonso Neira (2011) sobre la vinculación de los VE y el empleo.

En el ámbito de la investigación académica han sido importantes las aportaciones realizadas por Ferreiro Seoane (2013) y Ortega Cachón (2012), que en sendas tesis doctorales han tratado de aportar información sobre el resultado global de las incubadoras de empresas y su impacto en el territorio. Otros trabajos, como el de Pérez Guerrero (2005), han tratado de poner en relación la propia actividad institucional con la realidad del desarrollo local.

Tal como podemos apreciar en este breve bosquejo de bibliografía de análisis preliminar se puede percibir que existe interés técnico en el estudio de los VE, tanto por lo que supone

como motor para la creación de empresas, muchas de ellas de pretendido carácter innovador, y de empleo, así como por tener capacidad para convertirse en un potente medio incentivador de la diversificación empresarial.

En nuestro caso, vamos a afrontar una aproximación compleja en cuanto a que tratará de realizar una revisión de la totalidad del mapa de incubadoras existentes en la Comunidad Valenciana, pero no desde un punto de vista exclusivamente descriptivo, sino con la intención de aportar resultados concretos en cuanto a su efectividad e impacto, tanto económico y social. Todo ello en un momento en el que los gestores de las administraciones públicas demandan información que les permita adoptar decisiones fundadas sobre la conveniencia de llevar a cabo unas políticas en detrimento de otras.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

5. Metodología de trabajo

Una investigación científica es un proceso “sistemático, controlado, empírico, crítico, de proposiciones hipotéticas sobre la presuntas relaciones entre fenómenos naturales” (C. R. Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 1991). De acuerdo con lo anterior, la elaboración del trabajo que se deriva de esta metodología de investigación debe cumplir dos premisas: de un lado, recoger fielmente los datos obtenidos de los procesos de indagación, averiguación, construcción; por otro, presentar adecuadamente los resultados que se han obtenido del mismo con las conclusiones que aporten al estado de la ciencia hasta ese momento y a la que el trabajo debe aportar un valor añadido. Sobre este peldaño otros investigadores fijarán conocimientos y sobre él construirán un nuevo proyecto.

Pero previamente, se requiere que la argumentación que sostiene la metodología que se emplea quede validada, de tal forma que el soporte contribuya a guiar el desarrollo del proceso para el fin que se pretende. Este no es otro que el de llegar a unas conclusiones partiendo de un proceso riguroso. Pero a pesar de esta meticulosidad en la ejecución del plan, el método en sí mismo no puede escapar a la existencia de alternativas válidas o, cuando menos, a distintas perspectivas en cuanto a su propia naturaleza y forma de ser desarrollado.

5.1. Enfoque del trabajo de investigación en la literatura

Es este el punto en el que el autor de este trabajo ha encontrado diferencias de criterio a la hora de organizar la estructura que ha de servir de esquema para la tesis. La dicotomía surge

en el tratamiento que distintos autores otorgan a los contenidos que se encuadran bajo dos epígrafes clásicos de los trabajos de tesis: estamos hablando de lo que se conoce como “Estado de la cuestión” y del “Marco teórico de referencia”, que sirven de armazón y fundamento del trabajo posterior.

Después del estudio de literatura al respecto, no ha sido posible encontrar uniformidad por parte de los metodólogos en cuanto a la estructura adecuada de los trabajos de tesis doctoral. Para algunos, la observación del “método científico”, dentro de cada ámbito de la ciencia, exige una especialización (Horna, 2010) que permita atacar el problema manteniendo coherencia en cuanto al método pero, al mismo tiempo, que esta rigidez no convierta el desarrollo del trabajo en un procedimiento encorsetado y cuya lógica y capacidad de comprensión se pierda en la rigidez del procedimiento. De esta forma, para este autor, el marco teórico es “el análisis sistemático y sintético de las principales teorías que explican el tema que se está investigando”.

No obstante lo anterior, Mario Tamayo y Tamayo en su *Diccionario de investigación científica* (Tamayo y Tamayo, 1998) define el marco teórico como el “respaldo que se pone al problema”. Este autor entiende que “el marco teórico debe contribuir a precisar y a organizar los elementos contenidos en la descripción del problema, de tal forma que puedan ser manejados y convertidos en acciones concretas”. Este analista valora como propósitos del marco teórico los de delimitar el área de investigación, sugerir guías de investigación, compendiar los conocimientos y expresar proposiciones teóricas generales.

La investigadora Lourdes Munch (Munch y Ángeles, 1993) plantea que el marco teórico debe estar enfocado hacia la definición de variables y las hipótesis en torno a las cuales se desarrollará el trabajo, y que debe constituirse en soporte y guía para la investigación a la hora de analizar e interpretar los datos.

Por su parte, Roberto Hernández (R. Hernández Sampieri, 2000) expone que la utilidad del marco teórico le otorga un papel inspirador de nuevas líneas y áreas de investigación, de orientador sobre la forma en que habrá de realizarse el estudio y que debe conducir al establecimiento de las hipótesis. No olvida el autor que debe servir también para prevenir errores cometidos en otros estudios.

Tampoco encuentra acomodo en ninguna de las acepciones anteriores el tratamiento que del término utilizan González, Jaumandreu y Pazó (X. González, Jaumandreu y Pazó, 1999), para quienes el marco teórico son los parámetros de un modelo económico que caracteriza las decisiones empresariales con una orientación econométrica y que tiene como finalidad acotar las opciones del desarrollo matemático posterior. En esta misma línea encontramos otras referencias como el trabajo de Alonso, Freire-Serén y Manzano (Alonso, Freire-Serén y Manzano, 2004), quienes directamente pasan sin dilación (de hecho lo hacen tras el título del apartado correspondiente) a definir las variables de su modelo matemático sobre infraestructuras y su impacto.

Adentrándonos en la aplicación práctica que en diversos estudios y trabajos realizan diferentes autores en las disciplinas del análisis de la creación de empresas y las políticas públicas (las dos áreas que confluyen con mayor intensidad en el trabajo que el lector tiene ante sí), observamos de igual manera diferentes interpretaciones. Iñaki Ortega (Ortega Cachón, 2012) aplica una versión pragmática del concepto de 'marco teórico', puesto que en el apartado destinado a desgranarlo ocupa todo el capítulo tercero de su tesis doctoral para realizar una aproximación al área del *entrepreneurship*, trabajar sobre su definición y las de los conceptos que se usan en la misma. Termina este apartado acuñando información sobre la teoría económica que más se amolda a su objetivo.

Un trabajo más orientado a fundamentos, como es el dedicado al estudio de la teoría económica institucional y la creación de empresas, de Díaz, Urbano y Hernández (Díaz, Urbano y Hernandez, 2005) utiliza el término de marco teórico para plantearlo como el continente de una conjetura económica (la que posteriormente analizaremos en el apartado de "Teoría institucional" desde la perspectiva de Douglas North), que sirve como elemento explicativo de la creación de empresas: aquí se propone aplicar este concepto como un conjunto que integra una serie de instrumentos que se combinan dando lugar a una estructura explicativa: la 'Teoría'. En esta misma línea apoya su trabajo Edgar Moncayo (Moncayo Jiménez, 1999), en el que aporta sus postulados con respecto a la escuela francesa de la regulación y su impacto en los modelos de desarrollo regional.

En sentido contrario hallamos la aportación de Fernanda Andrea Urra (Andrea, Aliste, Eugenia y Carvajal, 2005), quien en su capítulo dedicado al marco teórico desgrana conceptos,

definiciones que serán después utilizadas en el desarrollo de su investigación. Incluye también la revisión de la literatura que refrende los fundamentos teóricos sobre los que se soporta su trabajo.

Por su parte, el trabajo sobre “Análisis y gestión de políticas públicas” (Subirats, Knoepfel, Larrue y Varonne, 2008) ofrece al lector que se interesa por su marco teórico un compendio de literatura generada por distintas escuelas y tradiciones al respecto y sobre la que posteriormente injertarán el modelo de análisis de políticas públicas que desarrollarán a lo largo del trabajo.

A mayor abundamiento, encontramos el trabajo de Brunet y Alarcón (Brunet y Alarcón, 2006), para quienes ‘estado de la cuestión’ y ‘marco teórico’ vienen a significar lo mismo, zambulléndose en un análisis de investigaciones previas y en desobjetivar los resultados de las mismas.

A la vista de la dispersión de interpretaciones sobre el concepto de marco teórico, este hecho no debe ser interpretado como un error conceptual, sino como, siguiendo a Vara-Horna (Horna, 2010), “el resultado de la lógica que debe envolver el cumplimiento de un objetivo” y donde el rigor metodológico debe ser lo suficientemente robusto para que éste pueda moldearse sin perder su esencia y el rigor científico exigible. Tomando como referencia lo anterior, entiende el aspirante a doctor que la conformación de la tesis debe responder a una serie de principios, como son:

1. El documento debe estructurarse de forma que todos sus elementos formales contribuyan a resolver la cuestión planteada de forma rigurosa.
2. Se debe observar la metodología que permita desarrollar el trabajo de forma coherente con el método científico.
3. Tratándose de un proyecto acotado y singularizado en el espacio (Comunidad Valenciana) y en el tiempo (2004-2014), contexto que va a condicionar los resultados del estudio, una parte del trabajo tendrá que ir destinado a identificar las características del territorio y las condiciones en que se desarrolla.
4. Específicamente, se plantea el intervalo de análisis intencionadamente con el epicentro del inicio de la crisis en 2007 en términos de impacto en la Comunidad

Valenciana, recogiendo dos periodos económicos totalmente diferentes, lo que permitirá comparar la evolución en dos contextos heterogéneos.

5. Por último, las conclusiones deben estar lo suficientemente contextualizadas para que su interpretación sea coherente con ese entorno que las ha condicionado.

De todo lo anterior y con la finalidad de dar contenido a los puntos anteriores y que sirvan de soporte útil al trabajo de investigación, se va a proceder de la siguiente forma:

6. Estado de la cuestión³: recogerá una revisión de la literatura existente hasta la fecha en materia de VE y el impacto socioeconómico de los mismos, emprendimiento y políticas públicas de fomento de la creación de empresas, los cuatro grandes ámbitos sobre los que se sustenta este trabajo. Esta exploración permitirá aflorar los conceptos más apropiados que se manejarán a lo largo del estudio y que servirán para identificar las nociones clave del análisis.
7. Marco teórico: identificadas las grandes líneas de trabajo en los ámbitos mencionados en el párrafo anterior y sus variables, se acotarán los conceptos básicos con los matices propios del espacio, tiempo y temática objeto de estudio. En este apartado se realizará una visión de los rasgos específicos del territorio (características socioeconómicas, entorno emprendedor, políticas de fomento del emprendimiento, etc.) para el periodo de tiempo de referencia, identificando los elementos que inciden de manera directa o indirecta en el planteamiento del problema. Todas las definiciones se irán acotando al *subuniverso* económico de los VE, eje central del proyecto. La estructura de este apartado nos debe ir constriñendo de forma progresiva a la vez que se van redefiniendo las ideas que en capítulos siguientes se utilizarán en el trabajo de investigación.

³ También se denomina 'estado del arte' o 'antecedentes de la cuestión'.

Además de lo anterior, estableceremos una serie de convenciones que nos servirán con vistas a comprender el proceso de investigación que vamos a llevar a cabo en este trabajo de tesis doctoral, como son:

8. En el análisis bibliográfico, trataremos de analizar en primer lugar las referencias más antiguas y posteriormente las más novedosas, con la finalidad de hacer un recorrido acompasado con las diferentes evoluciones de pensamiento que se han producido.
9. En lo que corresponde al ámbito geográfico, interpretamos como más acertado que serán los autores más próximos a la realidad nacional y territorial los que podrán presentar argumentaciones mejor conectadas con el entorno en el que se produce nuestra investigación. Se privilegiarán frente a aquellos analistas que desde una óptica internacional tendrán una visión más amplia y fundada sobre cuestiones de ámbito general.
10. Por otra parte, es inevitable dejar de escrutar ámbitos y temáticas de la empresa que sin duda se podrían incorporar a este trabajo pero que tienen escaso impacto en el recorrido y objetivos que se pretenden con este proyecto. Es por ello por lo que el lector quizá eche en falta más documentación sobre algunos aspectos de empresa, pero en virtud de la finalidad que nos ocupa, habremos de restringirnos a aquellos elementos que aporten valor para la resolución de nuestras hipótesis.

Especificación del planteamiento metodológico. Marco teórico vs. Estado de la cuestión

MARCO TEÓRICO	ESTADO DE LA CUESTIÓN
Revisión de la literatura	Identificación de líneas de investigación
Inclusión de todos los elementos formales de una tesis	Contribución orientada al objetivo del trabajo
Contextualización de las conclusiones	Identificación del ámbito espacial y temporal

Tabla 1. Especificación del planteamiento metodológico. Marco teórico vs. Estado de la cuestión.

Fuente: Elaboración propia.

Una vez establecidos los parámetros que van a guiar nuestra investigación, el siguiente paso es comenzar con la fase de análisis, para lo que vamos a tratar de determinar el estado de la cuestión del objeto del proyecto.

5.2. Metodología de análisis

Para tratar de acometer el objetivo propuesto, se van a plantear seis fases de estudio, con las que se pretenden llevar a cabo las fases del proceso científico con la finalidad de otorgar consistencia metodológica a los resultados que surjan del mismo. Por todo ello, la propuesta de trabajo se enmarca en:

- a) Introducción: en este apartado se realizará una presentación del proyecto de tesis doctoral, indicando los motivos que han llevado a su realización, se tratará de justificar el porqué del ámbito temporal y espacial y se presentará la metodología que se va a emplear para el estudio. Es este punto el que se ha seleccionado para incluir también un apartado específico de limitaciones en el que se recogen los principales obstáculos que se han observado para la obtención de los objetivos previstos y que atenderán tanto a cuestiones de orden práctico como metodológico.
- b) Estado de la cuestión: se procederá en este punto a realizar un repaso de los antecedentes existentes en el ámbito científico sobre la figura de las incubadoras de empresas, así como de las cuestiones relativas a la evaluación de resultados de los viveros. Será éste el punto que también recoja información referente a la forma en que las distintas administraciones han llevado a cabo políticas de apoyo a la creación de empresas y empleo vinculado a las PYME. De igual forma se define el marco legal de intervención, así como la definición de los parámetros de valoración de políticas públicas.
- c) Marco teórico de referencia: plantea las cuestiones relativas al espacio de intervención en el que se desarrolla el estudio, desde una breve descripción del entorno socioeconómico en el que se desarrolla el trabajo, una reseña al estado del emprendimiento, hasta referencias al concepto de emprendedor, de PYME y *start-up*. Se realizará una primera aproximación al concepto de VE presentando algunos

modelos modernos de incubadoras de empresas. De igual forma, se realiza una aproximación al concepto de responsabilidad social corporativa que servirá de presentación de la propuesta de valoración social de los viveros.

- d) Investigación empírica: arranca en este apartado todo lo relativo al planteamiento del trabajo de campo, con una propuesta de hipótesis. Se definen los objetivos de trabajo y la plasmación de una metodología de trabajo concreta para el tipo de estudio que pretendemos realizar y la recopilación de información con la recogida de datos que pretende abarcar a la totalidad de los VE y de empresas alojadas en los mismos, acotando el ámbito temporal del mismo para el periodo 2004-2014.
- e) Explotación y análisis de resultados: se procede a evaluar los resultados obtenidos, partiendo de una doble encuesta a gerentes y a alojados en las incubadoras de empresas. Se valoran los datos obtenidos tratando de establecer relaciones entre ellos de tal forma que se encuentren respuestas científicamente consistentes para responder a las hipótesis planteadas.
- f) Por último, se realiza una propuesta de conclusiones que abarcarán tres ámbitos: las cuestiones relativas a las hipótesis, elementos generales en torno a toda la información recopilada a lo largo del estudio y por último una serie de recomendaciones, a modo de epílogo, de los resultados obtenidos. Se pretende aportar información y propuestas más allá de la mera resolución de las cuestiones que se plantean como epílogo al método científico.
- g) En el ámbito formal, se concluye con las referencias bibliográficas, resumen de tablas y gráficos utilizados en el trabajo a los efectos de facilitar el acceso rápido al usuario que así lo requiera.

La síntesis de las fases antes indicadas se especifica en la *Ilustración 2. Resumen del proceso metodológico para la realización del trabajo de tesis doctoral.*

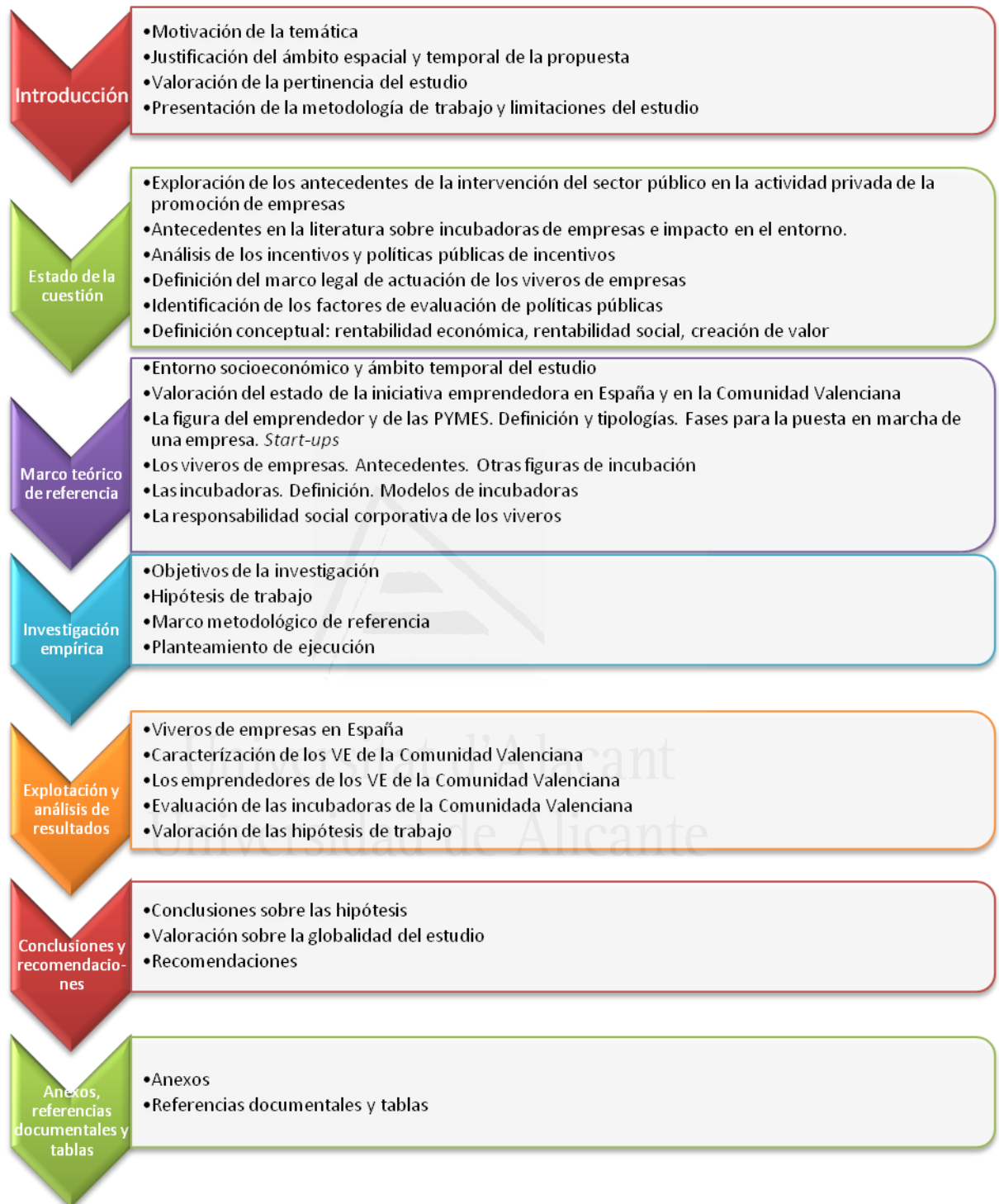


Ilustración 2. Resumen del proceso metodológico para la realización del trabajo de tesis doctoral.
Fuente: Elaboración propia.

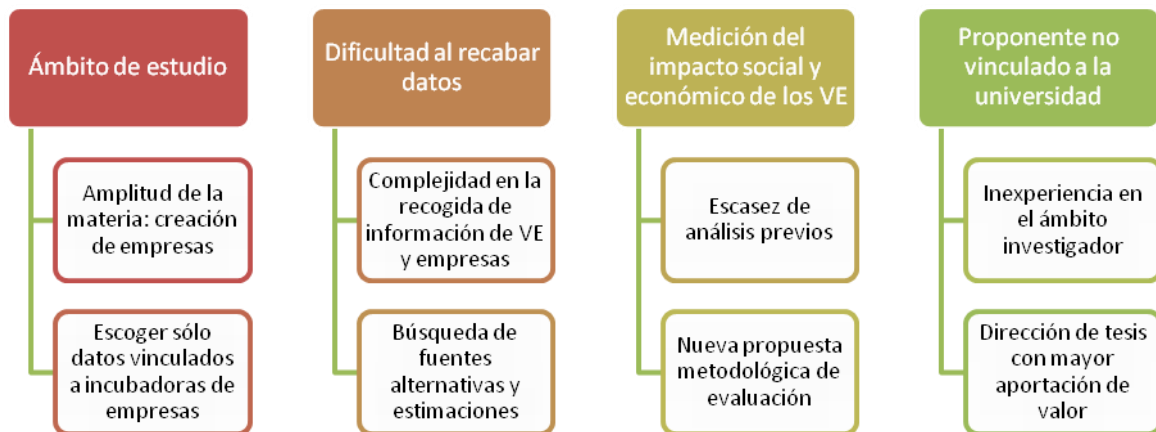
5.3. Limitaciones del estudio

Esta investigación ha tenido que superar una serie de restricciones que han obligado a reconducir el trabajo hacia objetivos no menos ambiciosos, pero sí moldeados en función de las condiciones encontradas en el transcurso del proceso de acopio y análisis de los resultados. Entre estas cuestiones destacamos:

1. El ámbito de estudio, girando en torno a las empresas, ha obligado a realizar un estrío de diferenciación complejo para seleccionar la bibliografía que podía aportar valor al proyecto. Información sobre empresas hay en abundancia, lo que obligó a realizar una labor de descarte para enfocarse de manera casi exclusiva, en todo lo relativo a nuevas empresas, en viveros e incubadoras de empresas y el ecosistema que afecta a estos dos núcleos de investigación principales.
2. La dificultad para recabar los datos de los VE y aún más, para recoger información de los históricos de usuarios de los viveros. A la falta de costumbre en cuanto a la participación en este tipo de ensayos, se ha unido la falta de bases de datos estructuradas que recogieran la información solicitada, lo que constituyó un importante obstáculo que, no obstante, fue superado por la mayoría de los entrevistados.
3. En relación con los viveros, pese a ser un colectivo relativamente reducido y disponer de contactos en buena parte de ellos, ha sido una labor ardua conseguir la información requerida. A pesar de no ser un cuestionario excesivamente largo, la existencia de algunos datos que exigen precisión en la respuesta por parte del entrevistado (facturación, año de construcción, costes) y que son necesarios para realizar el análisis, demoró y consumió buena parte del tiempo de realización de este trabajo de tesis doctoral.
4. En cuanto al histórico de empresas de los viveros, ha sido imposible conseguir información apropiada que nos hubiera permitido hacer un seguimiento histórico de las empresas a lo largo de periodo de análisis 2004-2014. De esta forma, el estudio se centra en las

características de las empresas actuales, habiéndose mantenido el apartado de análisis del territorio para este ámbito temporal por el interés que tenía conocer la trayectoria socioeconómica para tratar de buscar una vinculación entre desarrollo territorial y creación de empresas y/o VE.

5. La dificultad de conseguir datos de las empresas a través del cuestionario fue resuelta a través de la investigación mediante el uso de internet, donde buena parte de estas empresas sí está reflejada. Este cambio de estrategia permitió mejorar los resultados del trabajo de campo y contar con una muestra representativa.
6. Ha sido difícil obtener información fiscal de las empresas alojadas, lo que ha obligado a proponer nuevos enfoques (estimaciones) para obtener respuestas a las hipótesis planteadas.
7. Ciertamente, la situación personal del proponente del estudio, desarrollando mi actividad profesional en la Agencia Local de Desarrollo del Ayuntamiento de Alicante como jefe del Departamento de Promoción Económica, condiciona y genera un tipo de trabajo con un perfil diferente al que puede producir un investigador dedicado por completo a esta labor; sin embargo espero que dicho trabajo se haya visto enriquecido por el contacto directo con el ámbito del estudio sobre el que se ha estado realizando la intervención.
8. Una complejidad agregada ha venido derivada de la dificultad de encontrar información y datos que permitieran medir de la manera más precisa posible el impacto económico, pero sobre todo social de las incubadoras. Algunos estudios previos han servido de referencia, pero no encajaban con la metodología y planteamientos de este estudio. Finalmente, se ha optado por una compilación de la experiencia de los antecedentes. Pero, sobre todo, se ha operado sobre la base del trabajo de campo y de la propia experiencia para definir conceptos, variables y alcance del estudio, formulando una nueva metodología de análisis.



*Ilustración 3. Resumen de las limitaciones del estudio y las soluciones planteadas para resolverlas.
Fuente: Elaboración propia.*

Algunas de las limitaciones se podían prever por su importancia desde las fases más preliminares del estudio, como es caso de la abundancia de la documentación en cuanto a la temática vinculada al mundo de la empresa, pero otras se han ido incorporando al histórico del trabajo, especialmente las relativas a la elaboración de la metodología de investigación y valoración, que han ido aflorando a lo largo de la lectura de trabajos de investigación, documentación diversa y, en definitiva, según se han ido poniendo en conjunción las experiencias de investigaciones previas y el contenido del trabajo de campo.

Tal como se pueda observar en la *Ilustración 3. Resumen de las limitaciones del estudio y las soluciones planteadas para resolverlas.*, se aportan los epígrafes más importantes en cuanto a las limitaciones del estudio (cuadro superior) y las soluciones planteadas para solventarlas (cuadro inferior).

6. Estado de la cuestión

6.1. Antecedentes en la evolución de la intervención de la Administración en los sistemas de desarrollo local

La técnica de política económica de la puesta en marcha de un VE para incentivar la creación de empresas y empleo se enmarca dentro de lo que se podría entender como una herramienta de promoción empresarial local. Este instrumento ha de acotarse necesariamente dentro de una serie de ámbitos legales y estratégicos que requieren ser identificados e interpretados adecuadamente en función de su propio territorio.

La historia de la intervención económica en la Administración no es un tema menor, ya que el papel del Estado y, por extensión, de las administraciones públicas y el alcance de dicho papel ha sido objeto de controvertidos debates. Tanto en lo que corresponde a la participación del sector público en los VE, con trabajos muy cualificados como las aportaciones de Middleton (Middleton, 2012), por incorporar una autoridad foránea, pero también los trabajos de Rocha Sánchez y Aragón Medina (Rocha Sánchez y Aragón Medina 2003) y de la Federación Española de Municipios y Provincias y el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (Federación Española de Municipios y Provincias y Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales 2004) han aportado información y perspectivas valiosas en el novedoso campo del desarrollo local y su impulso a través de políticas públicas.

Como en muchas de las disciplinas de la ciencia que acompañan la actividad humana, el concepto y alcance de esta influencia de lo público en la esfera de lo local tiene tantas interpretaciones como puede tener el enfoque de quien realizar la labor de análisis. Nos ceñiremos a la documentación aportada respecto a nuestro ámbito administrativo, las entidades territoriales, de modo que prosequimos nuestro camino para tratar de acotar el ámbito de actuación en el que nos vamos a mover, y también nos centraremos en una retrospectiva temporal sensata y que estimamos en un cuarto de siglo.

6.1.1. La intervención del sector público en el ámbito privado según Stiglitz

Una de las referencias más importantes que encontramos en la acotación de nuestro trabajo es, sin duda, la aportación del premio nobel J. E. Stiglitz ([Stiglitz, 1992](#)), para quien existen ocho razones por las cuales el sector público interviene en el ámbito privado, bien por razones de fallos del mercado, por solidaridad o por la necesidad de ejercer una función redistribuidora.

1. Fallos de la competencia: alude el autor a la existencia de un monopolio (por lo cual unas pocas empresas dominan la producción o prestación de un servicio en un determinado sector o mercado) cuando hay elevados costes de transporte o cuando hay barreras a la entrada de nuevas empresas al sector, debido a los rendimientos crecientes de escala.
2. Bienes públicos de consumo: existen productos o servicios cuyo suministro o bien es insuficiente o, simplemente, no son suministrados por el mercado. Entendiendo que estos bienes o servicios son importantes para la población, la Administración trata de facilitar un aumento de la oferta. Para que se justifique debe suceder que no cueste nada que otro actor en el mercado lo disfrute y por otro, que sea difícil que otras personas los disfruten y que, por tanto, no se puede excluir de su disfrute a quien no paga por su uso.
3. Externalidades: cuando una persona o empresa genera costes y daños por los cuales no paga ningún tipo de contraprestación a las personas o colectivos afectados o, por el contrario, produce beneficios a terceros por los que no recibe retribución alguna.

4. Mercados incompletos: los mercados privados son incapaces de proveer determinados bienes o servicios, ni siquiera aunque el coste de producción sea asumible por la demanda.
5. Información incompleta: el sesgo en la información que manejan los consumidores, cuando es debido a que el mercado retiene dicha información, es motivo de intervención por parte de la Administración pública.
6. El paro, la inflación y el desequilibrio: como muestra de la incapacidad del mercado para llegar a ajustes, Stiglitz expone el paro, el alza de precios y la ralentización del crecimiento como casos en los que la intervención de la Administración es necesaria.
7. La redistribución de la riqueza: la generación espontánea de desigualdades en mercados que tienen un comportamiento competitivo y eficiente requiere de la participación de la Administración para evitar la marginación de colectivos desfavorecidos.
8. Existencia de bienes preferentes o indeseables: el Estado puede entender que hay determinados bienes que deben ser provistos y consumidos de manera obligatoria por sus administrados (como es el caso de la educación).

En la Ilustración 4 hemos incorporado un resumen gráfico de las ideas de Stiglitz, quien consigue dibujar un mapa lo suficientemente consistente para que podamos considerarlo uno de los enfoques más claros del análisis de la intervención de la Administración en el sector privado.

A tenor de lo anterior, Urueña Gutiérrez ([Urueña Gutiérrez, 1994](#)) entiende que en el caso de la Administración territorial, y en contraposición a la estatal, la primera encuentra normal la colaboración con otras administraciones en la consecución de sus objetivos y en la compartición de acciones con el sector privado, sobre todo en servicios básicos, así como en todas las cuestiones que contribuyan al desarrollo económico de la región, como es el caso, tal como corroboraría años después el mismo autor, del “fomento de la inversión, atracción de capitales foráneos, promoción y construcción de polígonos industriales, parques tecnológicos y centros de empresas e innovación” ([Urueña Gutiérrez, 2005](#)).

Estas reflexiones han evolucionado con el tiempo, exigiéndose un mayor rigor en las intervenciones de la Administración, ya que la máxima de que los recursos son finitos, se ha hecho aún más real al albur de la crisis. Los recortes exigen cada vez mayor precisión en la selección de iniciativas, por lo que la necesidad de contar con elementos de valoración es cada vez mayor.



Ilustración 4. Razones de la intervención del sector público en el ámbito privado

Fuente: Elaboración propia a partir de Stiglitz (Stiglitz, 1992)

6.1.2. Escuela intervencionista de Hudson

Atendiendo a una lógica cronológica de consulta de la bibliografía y documentación existente sobre la materia, encontramos la visión respecto a lo que suponen los inicios de la intervención en materia de desarrollo local por parte de las entidades menores aportada por Hudson (Hudson, 1993). Esta autora identifica las diferentes políticas que se realizan desde el

punto de vista de la mediación por parte de las entidades territoriales⁴. A partir de un nivel de intervencionismo mínimo se identificarían a aquellos entes que adoptan un papel pasivo sin realizar ningún tipo de propuestas más allá de las que se ven obligadas para hacer frente a cuestiones de una dificultad sobrevenida y que se centran sobre todo en proveer infraestructuras. Son ejemplo de este tipo de iniciativas por parte de las entidades locales aquellas que se dirigen a la promoción del suelo industrial, la construcción de edificios y naves industriales, así como proveer un espacio logístico. Tienen un vínculo muy estrecho con todas aquellas intervenciones de ordenación urbana y planificación territorial física, a partir de las cuales se cualifica determinado territorio para dar cabida a una serie de servicios más o menos determinados.

Para Hudson, esta forma de intervención se justifica a partir del cumplimiento de las normas y leyes que constriñen a la entidad a actuar desde una perspectiva alejada de lo que supone la normal actividad del sector privado. A partir de una comparación de la autonomía local en Reino Unido y Suecia, la autora concluye que se trata de coordinar un conjunto de relaciones que implican conjugar en un sensato equilibrio la autonomía de las entidades locales, de mayor sensibilidad a los impactos sociales que tiene la adopción de cualquier tipo de medida, con las necesidades del Estado, con una visión más amplia de las necesidades de un país/región y con una perspectiva diferente respecto a las prioridades a cubrir para mantener un equilibrio en todas las áreas.

6.1.3. El enfoque estratégico de Brugué y Gomá

En el caso de Brugué y Gomá (Brugué, Gomá y Coords., 1999), estos autores establecen también la existencia de cuatro tipologías de políticas de desarrollo local, y hablan de grados de avance de planteamientos estratégicos, más que de diferencias en la tipología de políticas. Para

⁴ Entendemos en nuestro trabajo el término de 'entidades territoriales' (comunidades autónomas, cámaras de comercio, universidades, entidades locales) en contraposición a la Administración de ámbito nacional.

estos autores, las que denominan “Iniciativas Locales de Ocupación (ILO)” tenían como finalidad combatir los efectos del paro, así como sus efectos sociales, fomentando la creación de puestos de trabajo y favoreciendo la creación de pequeñas empresas. Según ellos, esta tipología de iniciativa sería especialmente útil en aquellas ocasiones que requirieran paliar sucesos puntuales de precariedad económica en un territorio determinado. En un segundo grado encontraríamos lo que denominan “Iniciativas de Promoción Empresarial” (IPE) que se incardinan en una planificación previa, involucrando a todo el territorio y que acompañarían a las iniciativas locales de ocupación con intervención de actores económicos y sociales. Las IPE tenían tres finalidades: fomentar los valores empresariales, apoyar la creación de nuevas empresas, así como favorecer la creación de redes de formación y, por último, dar soporte a todas aquellas actividades que tuvieran la finalidad de incentivar a los emprendedores.

En una última instancia encontraríamos las “Iniciativas de Desarrollo Económico (IDE)”, de carácter más estratégico. Siempre enmarcadas en la planificación previa, y con la finalidad de generar actividades dentro del marco de un proyecto general que inciden en un territorio predeterminado y para el cual se quieren aplicar una serie de decisiones coordinadas y que implican a una pluralidad de actores del desarrollo local.

El tercer nivel de intervencionismo se valora para aquellas actuaciones que plantean de forma nítida intervenciones que tengan como finalidad estimular y facilitar las actividades económicas, especialmente inversiones tanto locales y nacionales como extranjeras que se encaminen hacia el sector de la promoción industrial. Por parte de las entidades locales se apoyarían la financiación para acceder a terrenos o construir instalaciones (como podría ser un VE). En este entorno, las entidades locales se constituyen como entidades promocionales de su propio territorio, que pasa de actuar como un mero contenedor de iniciativas locales a ser un agente activo que se involucra en la venta de su propio territorio y valorización de sus activos tanto públicos como privados.

Para estos autores, el mayor grado de intervencionismo se encuentra en aquellas entidades locales que presenta una gran actividad para intervenir en su propia economía, implicándose en la difusión de la tecnología o concentrándose en la búsqueda de formas alternativas de empleo, llegando incluso a reemplazar actividades más propias del sector privado

a través de procedimientos que transforman el libre mercado en una suerte de injerencia del sector público.

Por otra parte, los autores Pérez Ramírez y Carrillo Benito (Pérez Ramírez y Carrillo Benito, 2000), siguiendo colateralmente los planteamientos y el enfoque estratégico que plantean Brugué y Gomá, se orientan a analizar las propuestas de crecimiento económico fundamentadas en actuaciones locales de tal forma que identifican tres tipos de estadios:

- Políticas sectoriales: que buscarían la mejora de sectores productivos específicos en el entorno local.
- Políticas territoriales: que pretenden poner en relación a los distintos sectores económicos con el mercado de trabajo local para generar sinergias.
- Políticas medioambientales: que ponen en contacto las políticas sectoriales con el concepto de sostenibilidad.

Estos mismos analistas realizan otra clasificación atendiendo a su transversalidad. Para ellos, las actuaciones en desarrollo local pueden identificar intervenciones de carácter vertical (cuando solo afectan a determinado sector o ámbito) y de carácter horizontal (cuando para su desarrollo se requiere la intervención de varios sectores, agentes, unidades públicas o privadas).

6.1.4. La perspectiva de Vázquez-Barquero

La literatura del desarrollo local, ha tenido en la prolífica obra de Vázquez-Barquero el origen de muchas actuaciones en materia de desarrollo local y sus diversas acepciones. En opinión de Vázquez-Barquero (Vázquez-Barquero 2000) se puede interpretar que ha habido tres tipologías de políticas de desarrollo local:

1. Una primera tendencia en la que las políticas se dirigían a la creación de infraestructuras para incentivar y captar a su vez capital exterior y empresas foráneas que se localizaran en determinados territorios. Para ello utilizaban subvenciones, incentivos y cesión de suelo en condiciones muy favorables, todo ello con la finalidad de captar empresas que generaran un gran número de puestos de trabajo y centrada a la inversión. Esta fase correspondería con la etapa que abarcaba desde finales de los años 70 hasta mediados

de los años 80, cuando muchos ayuntamientos carecían de las más elementales infraestructuras, debiendo aportar buena parte de su presupuesto para cubrir elementos esenciales para la creación de empresas.

2. En una segunda fase las políticas de desarrollo local tenían como finalidad incentivar los recursos inmateriales. Para ello utilizaban el desarrollo de VE, institutos tecnológicos, centros de formación y centros de empresa en todas sus modalidades, para captar, formar y lograr la aplicación del conocimiento en empresas. Bien entrados los 80, en muchos municipios empieza a generarse una inquietud (especialmente en aquellos ayuntamientos de áreas urbanas consolidadas) por captar conocimiento y formar recursos humanos, todo ello incentivado por los profundos cambios que en el sector industrial se estaban llevando a cabo y que les afectaban plenamente.
3. En una ulterior genealogía de política de desarrollo local, hace alusión en pro de la creación y constitución de redes de empresas o tejidos empresariales interrelacionados. También se refiere a clústeres y a toda aquella estructura que de forma radial o piramidal permitiera la interrelación entre los agentes económicos del territorio. A partir de los 90 los agentes locales se activan con la finalidad de hacer frente a las crisis que estaban sobreviniendo, generándose un caldo cultivo idóneo para compartir tanto información como conocimientos de tal forma que los territorios fueran más eficientes.

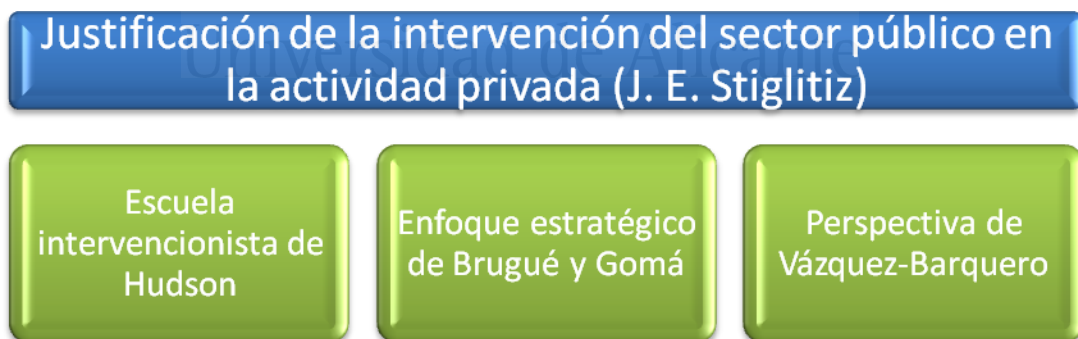


Ilustración 5. Resumen de las principales escuelas que justifican la intervención del sector público en la actividad privada.

Fuente: Elaboración propia.

Con un grado más de intervencionismo encontramos aquellas iniciativas de instituciones locales que pretenden que las infraestructuras y organizaciones locales favorezcan el desarrollo

del territorio, estableciendo mecanismos que faciliten la tramitación, especialmente en todo aquello que tiene que ver con la creación de empresas. Desde un punto de vista de la Administración, también se ponen en marcha las Agencias de desarrollo local, que no tienen una finalidad concreta y cerrada, sino que permiten abarcar una pluralidad de actuaciones que abarcan desde temáticas relacionadas con la creación de empresas, el empleo, la promoción de la ciudad, o la formación.

6.2. Referentes en la literatura

A lo largo de este capítulo procederemos a realizar un recorrido acerca de la literatura que ha tratado de identificar tanto las características como la evolución de las incubadoras de empresas, las investigaciones que se han realizado a las empresas incubadas y la relación entre ellas, todo lo anterior en consonancia con la propuesta de esta tesis doctoral.

Siguiendo la metodología propuesta por Dilts y Hackett (Dilts y Hackett, 2004) plantearemos, a los efectos de limitar el amplísimo espectro científico que aborda todas las cuestiones relativas a las empresas, centrarnos de manera exclusiva con las incubadoras de empresas de carácter público, entendiendo por incubadoras aquellos servicios que facilitan las etapas primarias de desarrollo de empresas facilitándoles asistencia, una ubicación y servicios de acompañamiento, así como espacios físicos compartidos, financiados y gestionados de alguna manera por cualquiera de las entidades de la Administración. Ignoraremos por tanto aquellos trabajos que realizan análisis sobre lo que sus autores denominan “viveros de empresas” pero que tiene una función meramente inmobiliaria.

A partir de aquí, acometeremos nuestro itinerario literario partiendo de los estudios que hacen referencia a la génesis de las incubadoras de empresas, dedicando otra parte a los referidos al análisis general de las empresas incubadas, dejando de lado lo tocante a las PYME en general, lo que devendría en un estudio de alcance casi inabarcable.

Nos referiremos en este apartado a las principales escuelas que han aportado literatura sobre las incubadoras de empresas, inicialmente con preeminencia de las de origen norteamericano, para seguir un hilo argumental lógico y que concite a la mayor parte de las

tendencias en los estudios respecto a esta materia. Autores españoles y europeos han desarrollado trabajos sobre la base de los análisis previos, por lo que en muchos casos resultaría redundante incorporarlos a este apartado de literatura general. Aportaremos sus reflexiones más adelante, incardinadas con las especificidades de nuestra problemática nacional y territorial, sobre las que sí aportan conceptos sustanciales.

En los siguientes apartados vamos a identificar diversos documentos que han realizado análisis tanto del concepto de la propia incubadora como de otras cuestiones vinculadas a la misma. De esta forma, clasificaremos la literatura analizada en cuatro ámbitos:



Ilustración 6. Clasificación de los hitos documentales sobre incubadoras y empresas alojadas
Fuente: Elaboración propia

Cada una de estas áreas de desarrollo tiene su correspondencia con la propia evolución de las incubadoras, ya que no es posible deslindar el momento de crecimiento de las interpretaciones que sobre las mismas se realizan, por lo que se tratará de contextualizar la información dentro de cada uno de estos ámbitos.

6.2.1. El origen de las incubadoras de empresas

Para abordar la definición del concepto de VE, resulta imprescindible referirnos al origen de las incubadoras, de cuyo arranque existe constancia de que se localizó en Estados Unidos (Middleton, 2012). Las primeras referencias que se tienen del embrión de una incubadora se refieren al Batavia Industrial Center. Un constructor de Nueva York adquirió en 1959 una nave de 80.000 m² tras la salida de una gran empresa que la vendió tras fracasar su propia actividad. Incapaz de encontrar un inquilino con capacidad para ocupar toda la instalación, el promotor decidió subdividir el edificio y arrendarlo a diversos ocupantes, algunos de los cuales le requirieron asistencia para conseguir capital para sus empresas (Adkins, 2001). Acababa de nacer la primera incubadora de empresas.

Entre los años 1960 y 1970 el modelo de los VE se fue extendiendo paulatinamente, en su mayor parte financiados por entidades públicas que veían en esta herramienta una forma de facilitar el crecimiento económico y la creación de empleo. Es a principio de la década de los sesenta cuando la figura de las incubadoras llama la atención de la University City Science Center (UCSC), que buscaba fórmulas para organizar un sistema que diera salida a sus productos de investigación (Adkins, 2001) y que encontró en esta herramienta una alternativa para generar pequeñas actividades a bajo coste que comercializaran los resultados de sus investigadores.

La profusión en la creación de incubadoras de empresa se potenció como resultado de la puesta en marcha del National Science Foundation's Innovation Centers Program, que estableció una metodología para identificar las mejores prácticas en los procesos de evaluación y comercialización de desarrollos universitarios, y que tomó como referencia los trabajos previos de la UCSC y con ello incorporó la herramienta de los VE como parte de su procedimiento (Bowman-Upton, Seaman y Sexton, 1989). Observamos cómo, desde su origen, los viveros americanos ya presentaban una fuerte vinculación tanto con las universidades como con la promoción de la innovación. Estudios primarios al respecto que respaldan esta vinculación los encontramos en Campbell y Allen (Campbell y Allen, 1987), y Culp (Culp, 1996), y bibliografía más reciente en Alemany, Alvarez, Planellas y Urbano (Alemany, Alvarez, Planellas y Urbano, 2011), Al-Mubaraki y Busler (Al-Mubaraki y Busler, 2011), Blanco (Blanco, 2013), y Vaquero García y Ferreiro Seoane (Vaquero García y Ferreiro Seoane, 2013a), que, no obstante, plantean una

relación más laxa entre las incubadoras y la innovación, circunstancia que se justifica en el origen de los VE europeos (Comisión Europea 2000; Comisión Europea 2002).

En Europa, los VE tienen su origen primigenio en Inglaterra a raíz de la línea de trabajo iniciada por la British Steel Corporation, consolidándose en la década de los 70, que estimuló la creación de pequeñas empresas vinculadas al sector del acero (Aernoudt, 2004). Nacieron por la iniciativa Comunitaria, como una suerte de organismos intermediadores tanto públicos como privados, que ofrecían una serie de servicios a empresas con fuerte potencial de crecimiento (Ferreiro Seoane, 2013). Pretendían ayudarles a desarrollar y crear actividades innovadoras y que contribuyeran a la creación de nuevos puestos de trabajo, en una etapa en la que una sucesión de crisis se cernía sobre las grandes empresas, inflexibles e incapaces de adaptarse a los vaivenes cíclicos.



Ilustración 7. Evolución de los servicios de los VE en Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia a partir de Bruneel, Ratinho, Clarysse y Groen (Bruneel, Ratinho, Clarysse y Groen, 2012), NBIA (NBIA, 2012) y Lalkaka (Lalkaka, 2000)

A finales de los años 70 la puesta en marcha de incubadoras de empresas se mantenía a buen ritmo y nuevas instituciones se sumaban a esta tendencia. La Economic Development Administration (EDA) y la National Science Foundation (NSF) pusieron en marcha los primeros programas de incubación, siendo la NSF la fundadora de la primera incubadora con orientación

claramente hacia empresas de base tecnológica, de manera que junto a la Universidad de California y el Michigan Institute of Technology (MIT) representaban la firme convicción de las universidades en que las incubadoras habían de pasar a formar parte de la lógica de sus objetivos (Fernández Fernández y Blanco Jiménez, 2011). Posteriormente, en la década de 1980, otras organizaciones gubernamentales comenzaron la puesta en marcha de VE (L. Gómez, 2002).

En los años 80 y 90 se produce un aumento significativo en el número de incubadoras puestas en marcha en Estados Unidos. Esto fue debido a tres elementos fundamentales: de un lado, la Bayh-Dole Act aprobada por el congreso americano en el año 1980, que redujo considerablemente la incertidumbre asociada a la comercialización de los resultados de investigación financiados por los Estados; por otro lado, el sistema legal comenzó a dotar de instrumentos que reconocían la importancia de la innovación y de la propiedad intelectual, generándose un marco legal mucho más seguro para los investigadores; por último, se produjo una expansión importante por la venta de productos biomédicos, atraídos por los altos beneficios que estos generaban (Community Information Exchange, 1984). A esta iniciativa también contribuyó la intervención de The U. S. Small Business Administration, o el U. S. Department of Housing and Urban Development, tanto a nivel legal como presupuestario, siendo el periodo de mayor auge en la proliferación de incubadoras en Estados Unidos (Allen y McCluskey, 1990). En este entorno era normal que se generasen manuales para la puesta en marcha de VE con su origen en las universidades (National Business incubation association (NBIA), 1985), pero también otros artículos de rango no académico especializados en sectores o en áreas geográficas (Dorf y Purdy, 1985; Lavelle, 1986).



Ilustración 8. Número de incubadoras por millón de habitantes (2014)
Fuente: Elaboración propia partir de datos de www.quora.com

En enero de 1990, más de 385 incubadoras de empresas se encontraban operativas en Estados Unidos, número que ascendió a 530 en 1996 ([National Business Incubation Association \(NBIA\)](#) y [University of Ohio, 1997](#)) y que ha seguido creciendo en una tasa constante desde inicios de los ochenta. En Estados Unidos, de enero a agosto de 1999, el número de incubadoras por mes ascendió a seis, y, de septiembre a diciembre de 2000, paso a ser de 25 ([Barrow, 2001](#)). Siguiendo a L. Gómez ([L. Gómez, 2002](#)), se estimaba que si junto con estos índices se tenía en cuenta el número de incubadoras en otros países (80 en la antigua Unión Soviética, 600 en el Occidente de Europa, 210 en el Oriente, 50 en Australia, 200 en China y 100 en la India), se preveía que a finales de la primera década del siglo XXI los programas de incubación de empresas superarían los 5.000 en todo el mundo, pero estudios de ese mismo año elevaban a 7.000 esta cantidad ([Monkman, 2010](#)).

En este entorno económico, proclive a la generación de incubadoras de empresas, impulsadas por la normativa que protegía las invenciones, con una Administración volcada en la puesta en marcha de herramientas que contribuyeran a mejorar las condiciones de trabajo y favorecedoras del empleo local, así como con un mayor conocimiento y difusión de estudios sobre las incubadoras de empresa, se crea la National Business Incubator Association (NBIA) en 1985 como un medio de centralizar a las entidades que de manera dispersa habían gestionado la puesta en marcha de un vivero.

De manera paralela a la constitución de la NBIA junto con los esfuerzos realizados por la Administración para profundizar en el estudio y la vinculación de la actividad de los viveros de empresa para impulsar el crecimiento económico, comienzan a elaborarse estudios cada vez más serios sobre la materia. Muchas de estas investigaciones tenían como finalidad responder de manera científica a cuestiones como: ¿qué es una incubadora de empresas? o ¿qué necesitamos para poner en marcha una incubadora que funcione de manera eficaz?

La actividad investigadora en torno a los VE había sido relativamente numerosa a lo largo del tiempo si lo comparamos con otras áreas de investigación de mayor tradición y mayor ahondamiento y amplitud de sus estudios. Los programas de investigación y análisis sobre incubadoras de empresas más relevantes se iniciaron, precisamente, en el año 1984 con la publicación de los resultados del “Business Incubator profiles: A national Survey” ([Temali y Campbell, 1984](#)), en el que se considera el estudio de referencia del sector en sus etapas

primigenias. Los autores realizaban un ensayo que recogía las principales características de las incubadoras de empresas en Estados Unidos hasta el momento, siendo el documento de referencia que marcaría el desarrollo de posteriores investigaciones. El estudio de Temali y Campbell (Temali y Campbell, 1984) analizaba 55 incubadoras de empresas y se constituyó en el primer intento académico para tratar de responder a cuestiones de análisis cuantitativo a través de la descripción detallada de las incubadoras de empresas americanas. Para ello, analizaba tanto los factores clave de la incubadora, el papel desempeñado por el gerente, así como los servicios prestados a las empresas alojadas, en un enfoque que hoy en día sigue plenamente vigente y que nosotros consideramos para nuestro propio trabajo. Aunque el estudio en cuestión no trata de resolver ninguna hipótesis ni construir ninguna teoría, la riqueza de datos que aporta lo consolidó como el tratado de referencia, que marcó el origen de estudios más rigurosos.

Tan solo tres años más tarde Campbell y Allen (Campbell y Allen, 1987), y Kurato y LaFollette (Kurato y LaFollette, 1987) generan nuevos trabajos que centran su investigación no sólo en la recogida empírica de datos, sino que también abordan el concepto de incubadora y sus tipologías.

A finales de los años 90, e impulsado por los brillantes resultados de algunas incubadoras de empresas privadas, la promoción que realizan los medios de comunicación contribuyó a popularizar la idea de que las incubadoras de empresas podrían llegar a ser espacios donde los proyectos alojados podrían crecer de manera rápida y con muchas posibilidades de salir adelante, siendo especialmente adecuadas para proyectos informáticos y *start-ups* basadas en innovación, casi sin límite para su escalabilidad. Pero esta ilusión por las incubadoras de empresas decayó a raíz de la explosión de la burbuja tecnológica en el año 2000. Esto fue recogido también por los analistas de la época, encontrando ejemplos en Drake (Drake, 2001), Duvall y Guglielmo (Duvall y Guglielmo, 2000), Enrado (Enrado, 1985), Finer y Holberton (Finer y Holberton, 2002) y Holson (Holson, 1998), algunos de los cuales llegaron a apuntar a la posible desaparición de las incubadoras, lo que resultó, como se ha podido comprobar, extremadamente exagerado. Los medios llegaban a esta conclusión al fijarse de manera casi exclusiva en las

incubadoras de carácter privado, que constituían un segmento relativamente pequeño del total de incubadoras.⁵

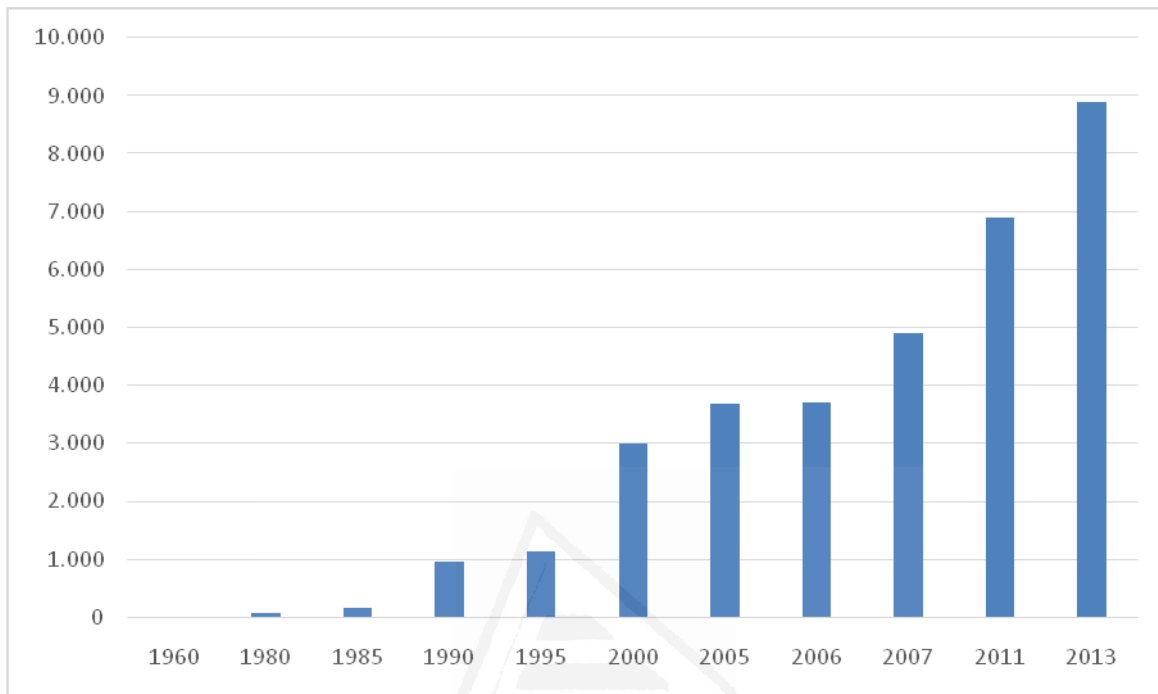


Ilustración 9. Evolución número de incubadoras en el mundo
Fuente: Elaboración propia a partir de www.crowdsynergy.com

Desde la puesta en marcha de la primera incubadora de empresas, la mayoría de viveros han sido creados con la finalidad de generar puestos de trabajo, revitalizar las economías locales y contribuir a la transferencia tecnología de la universidad a las empresas, mientras que para las incubadoras financiadas con recursos privados su objetivo era captar empresas de alto crecimiento (Campbell y Allen, 1987). El hecho de que la mayoría de las incubadoras se soporten con fondos públicos no es una cuestión trivial y así es recogido en la literatura que analiza este aspecto (Allen y Weinberg, 1988). A pesar de que el objetivo que se planteaban recalca la importancia de que las incubadoras fueran autosuficientes, lo cierto es que esto no se ha

⁵ Según la NBIA, los datos más recientes apuntan a que el 75% de las incubadoras son de carácter público o entidades vinculadas a la Administración en cualquier de sus formatos.

conseguido en la mayoría de viveros financiados con fondos públicos (Bearse, 1998). La dependencia económica obliga a las incubadoras a desarrollar su actividad en un entorno en el que están obligadas a demostrar de manera constante los resultados tanto de la incubadora como de sus empresas alojadas, todo ello con la finalidad de justificar la necesidad de seguir recibiendo fondos públicos. Bearse (Bearse, 1998; Udell, 1990) son críticos con la fiabilidad de los resultados que las incubadoras ofrecen, ya que entienden que éstas tienden a minimizar sus ineficiencias y a sobrestimar sus éxitos. Indican además que, para el investigador interesado en entender, explicar y construir modelos de incubadoras de empresas bien gestionadas, esta situación de subsidiariedad y dependencia en la que se encuentran los VE de carácter público y que tiene su impacto en la comunicación que emana de las mismas no puede ser ignorada si se quieren obtener resultados fiables, razonamiento que compartimos plenamente.

En 2011 se estimaba que en Europa había operativos más de 1.800 programas de incubación y VE. A lo largo de estos últimos 40 años la Unión Europea ha trabajado para recortar esta distancia respecto a Estados Unidos en la promoción de empresas (Fernández Fernández y Blanco Jiménez, 2011) y ha potenciado la puesta en marcha de estos servicios para que facilitaran la incorporación de la innovación emanada de las universidades a través de la financiación de cerca de 160 programas embrionarios de incubadoras de empresas bajo la denominación de "Centros de innovación empresarial" o BICs, sobre todo a partir de la década de los años 80. El análisis geográfico de la distribución de la incubación en Europa presenta asimetrías, observándose una mayor cultura y orientación hacia este tipo y destacando por su éxito el Reino Unido y Alemania. En el Reino Unido hay más de 300 incubadoras de empresas que dan servicio a más de 12.000 empresas (UK Business Incubator Association, 2014). Según las cifras de la asociación alemana de VE, prestan servicios a más de 5.800 empresas en sus 150 incubadoras habiendo generado 46.000 empleos directos. Estas incubadoras ya han prestado servicios a lo largo de su historia a más de 17.400 empresas (Bundesverband Deutscher Innovations, 2014).

6.2.2. Estudios sobre el desarrollo de las incubadoras

El objetivo de los investigadores que analizaran las etapas iniciales de las incubadoras de empresa era la descripción de los viveros y de sus características. Los aspectos clave de sus análisis se centraban tanto en la definición de incubadora como en una clasificación en función de diversos conceptos y los beneficios que reportaba a su entorno. Realizaremos un constructo de las principales aportaciones de los teóricos sobre estas materias, que seguirá un itinerario con una lógica temporal, que veremos transcurre paralela a la generación documental que pretende dar respuesta a las inquietudes que la evolución de las incubadoras iba planteando.

6.2.2.1 Definición histórica de incubadoras y del proceso de incubación

La mayoría de las investigaciones asumen que las incubadoras son herramientas de desarrollo económico orientadas a la creación de puestos de trabajo cuya principal aportación es que son capaces de generar una mayor cantidad de *start-ups* con una tasa de mortandad menor que las que se establecen fuera de estos servicios. Este planteamiento es defendido por Kuratko (Kuratko 1987), Markley y McNamara (Markley y McNamara 1995), Rice (Rice 1992) y Udell (Udell 1990).⁶ Sin embargo, la proliferación de literatura en torno a este concepto comenzó a generar distorsiones a la hora de identificar de manera precisa qué se entendía por incubadora de empresas. Diversos autores identifican diferentes fuentes generadoras de esta ambigüedad (Fry, 1987; Lumpkin y Ireland, 1988). La primera de ellas reside en la generalización del concepto de incubadora de empresas con la que se identifican una amplia variedad de espacios para empresa y servicios (Kurato y LaFollette, 1987). A la incertidumbre anterior se le añadía la confusión generada por el uso indistinto de los términos “parque científico”, “centro de innovación tecnológica” e “incubadora de empresas” sin especificar en demasía limitaciones de

⁶ Recordemos que, años después, Amezcua (Amezcua, 2009) llegaría a una conclusión diferente en cuanto a que sus resultados arrojaban un periodo de vida inferior para las empresas alojadas en los viveros.

carácter dimensional o de servicios (Swierczek, 1992). Recientes especialistas han tratado de acotar de manera más precisa la delimitación de estos tres términos.

De esta manera, Dilts y Hackett (Dilts y Hackett, 2004) llegan a la conclusión de una terminología que, plantean, podría servir de contenedor a los conceptos de referencia para la comunidad científica: asocian el término de parque científico (o parque de investigación) a un espacio para la generación de investigación básica; un centro de investigación tecnológica sería aquel que se orienta a la comercialización de los resultados de la investigación básica; y una incubadora de empresas se referiría al servicio creado para impulsar el desarrollo de nuevas actividades empresariales. Un elemento adicional de discordancia fue la aparición de las conocidas como “incubadoras virtuales”, que en un paso adicional a los VE ofrecen servicios a empresas incubadas que no se encuentran físicamente en sus instalaciones. Para Bearse (Bearse, 1998) la proliferación de incubadoras virtuales comenzaba a ser un problema, puesto que si a esta agrupación de servicios se le podía considerar una incubadora, ello implicaba que cualquier entidad que suministrara servicios empresariales también podía ser considerada un VE. Esto dificultaba sobremanera la identificación de las incubadoras, e incrementaba su dispersión y límites en el terreno conceptual.

Otro laberinto dialéctico que ha generado amplio debate entre los especialistas han sido los intentos para deslindar el proceso ‘puro’ de incubación diferenciando la actividad de los viveros como mera actuación inmobiliaria y el proceso de incubación como prestación de servicios a empresas emergentes (Brooks Jr., 1986; Smilor y Gill, 1986; Smilor, 1987a). A mayor abundamiento Campbell y Allen (Campbell y Allen, 1987) plantearía una opción adicional y que tiene todo su sentido en el contexto americano, y son las alusiones, normalizando el hecho existente, de que sería inevitable la existencia de empresas que estuvieran interesadas, inicialmente, pero no solo en la ubicación física (elemento de referencia de los VE en muchas ocasiones), sino también con los servicios propios del vivero, pero además estarían aun más interesadas en la vinculación que existe con las universidades con las que los viveros se encuentran muchas veces participadas. Se generaba una situación de tracción por parte de las empresas para disponer de servicios realmente especializados. En este sentido, el proceso era aceptado puesto que una vez la empresa incipiente se había convertido en un negocio

consolidado, ya podía saltar a un servicio de alojamiento exclusivamente “físico” y con demanda de servicios puntuales a centros de investigación y universidades.

Para Gumbert y Boyd (Gumbert y Boyd, 1984) el enfoque resultaba mucho más prosaico, al plantear una concepción en la que una incubadora era, además de un espacio de prestación de servicios y ubicación de empresas, también un lugar donde muchos emprendedores vencen la soledad y donde se pueden relacionar con otros emprendedores y generar redes de contactos.

En este proceso de discusión Allen y Rahman (Allen y Rahman, 1985) se posicionan en el ámbito de la praxis científica en torno al concepto de los objetivos de la incubadora, sobre los que afirman que “la finalidad de la incubadora de empresas es generar un entorno en el que aumenten las oportunidades de las empresas incubadas a sobrevivir durante sus años de crecimiento”. La crítica a este posicionamiento la realiza Bearse (Bearse, 1998), que estima que los promotores de la incubadora tienen tendencia a sobrevalorar la capacidad de la incubadora para la creación de puestos de trabajo, de tal forma que se pueda justificar la inversión realizada para su puesta en marcha. Estudios posteriores (Bazan, 1987; Meeder, 1993) sobre la viabilidad de las incubadoras aportarían racionalidad a esta discusión. En este mismo ámbito, Dilts y Hackett (Dilts y Hackett, 2004) amplían el concepto y los objetivos de la incubadora, ya que para ellos el objetivo universal de los VE debería ser su viabilidad y la aportación de valor tanto a las empresas incubadas como a los promotores.

Una vez acotados los conceptos que orbitan alrededor de la práctica de incubadora de empresas resultaba procedente abordar la problemática de la clasificación de las mismas. A esto dedican, años después, Allen y McCluskey (Allen y McCluskey, 1990) buena parte de sus investigaciones, llegando a la conclusión de que existen cuatro tipos identificados por el origen de sus promotores, lo que deriva en una pluralidad de objetivos y vinculaciones entre los fundadores y sus incubados.

Objetivos de los promotores de las incubadoras de empresas

Sector de origen de los promotores	Sector inmobiliario	Sector público		Inversores
	Promotores inmobiliarios	Promotores públicos sin ánimo de lucro	Instituciones universitarias	Fondos de inversión en fase capital semilla
Objetivos principales	Revalorización inmobiliaria y de su entorno Venta de servicios a los alojados	Creación de puestos de trabajo Posicionamiento favorable como territorio propicio para la creación de empresas	Colaboración universidad-empresa Comercialización de los resultados de la investigación	Captar oportunidades de inversión
Objetivos adicionales	Identificar oportunidades para transferencia de tecnología Generar oportunidades de inversión	Generar ingresos estables para la entidad Ampliar la base impositiva para mayor recaudación Complementar programas preexistentes de apoyo a la creación de empresas Utilizar espacios públicos disponibles	Reforzar los objetivos institucionales a través de la colaboración público-privada Capitalizar oportunidades de inversión Crear un vínculo de colaboración entre la institución y la sociedad	Desarrollo de productos

Tabla 2. Objetivos de los promotores de las incubadoras de empresas

Fuente: Elaboración propia; adaptado de Allen y McCluskey (Allen y McCluskey, 1990)

Conforme se avanza en la comprensión de la relación entre incubadoras, con sus líneas estratégicas y políticas de funcionamiento, y firmas incubadas, se aborda la idea de que el vivero debe funcionar como una empresa en sí misma, tendiendo a aplicar los mismos conceptos y variables de seguimiento que a una actividad empresarial cualquiera. Allen y Weinberg (Allen y Weinberg, 1988) relatan que, de manera paralela al concepto de diseño de la idea de negocio, la fase de *start-up* de una incubadora comienza en el momento en el que una entidad se plantea la puesta en marcha de este servicio y finaliza su objetivo una vez que la incubadora ha conseguido el 100 % de ocupación. Para ellos, el indicador de la etapa en la que se encuentra la incubadora viene definido por el aumento o en la frecuencia de la interacción entre la gerencia de la incubadora y los incubados y de la estabilización de la demanda de espacios en el vivero. La fase de madurez llega en el momento en el que el vivero tiene mayor demanda que espacios disponibles, pero al mismo tiempo ha conseguido que la incubadora sea un centro de referencia

de atención a empresas en su territorio (Allen, 1988). La asociación del ciclo empresarial a los VE fue un importante avance para determinar elementos de gestión, así como evaluar de manera objetiva las necesidades presupuestarias de estos servicios en función de su fase de crecimiento.

Como parte de todo el proceso de análisis de las incubadoras, H. Sherman y Chappell (H. Sherman y Chappell, 1998) plantean la necesidad de identificar un grupo de control de empresas no incubadas que permitiera realizar comparaciones técnicamente fiables con las empresas incubadas, de tal forma que las empresas a comparar tuvieran ciertos rasgos similares. Los procedimientos que diversos autores esbozan para solucionar este problema alcanzaban desde la comparación por pares entre empresas incubadas y otras empresas pertenecientes a “incubadoras virtuales” (Bearsse, 1998).

De entre los trabajos más modernos en este sentido, queremos destacar el de Aerts, Matthyssens y Vandembemt (Aerts, Matthyssens y Vandembemt, 2007) en el que realizan una comparación de las incubadoras europeas en 2003 con las americanas de los años 80, aportando información de interés sobre las características de los procesos de selección y seguimiento a los proyectos alojados.

6.2.3. Análisis de la literatura sobre el diseño y prestación de servicios de las incubadoras

Los estudios más antiguos describían las configuraciones de las incubadoras en términos analíticos, esto es, identificando los servicios, describiendo los espacios disponibles, sus presupuestos, su ubicación geográfica y los recursos disponibles, así como su vinculación con la propiedad tanto pública como privada (Autio y Klofsten, 1998), tratando lateralmente de identificar los factores de éxito o de la incubación. Otros autores que siguieron esta línea fueron Lumpkin y Ireland (Lumpkin y Ireland 1988), Brooks Jr. (Brooks Jr. 1986), Candace Campbell, Kendrick y Samuelson 1985 (Candace Campbell, Kendrick y Samuelson 1985) y Smilor (Smilor 1987b), que, sin embargo, realizan aportaciones de carácter cualitativo. La proliferación de estos estudios venía reflejando el paso de las exploraciones primarias, que de manera fragmentada intentaban entender el fenómeno de incubación, hasta procesos globales que abordaban el análisis desde una perspectiva sistemática y en el que la problemática holística conformaba un

marco interpretativo más amplio, pero que a la vez se llenaba de complejidad, en difícil equilibrio. Con la finalidad de facilitar la mejor comprensión de este punto de vista del nuevo concepto de incubadora y el proceso de incubación, dividiremos los hitos literarios en dos apartados. El primero de ellos hará referencia al marco general de diseño de la incubadora, y el segundo, a la selección de los componentes que debe tener el sistema de incubación.

6.2.3.1 *Configuración general del diseño de una incubadora de empresas*

Se han realizado diversos intentos para contextualizar de manera teórica cuál debe ser el diseño general y óptimo de una incubadora, atendiendo a sus objetivos, finalidades y características de las empresas a alojar, pero sobre todo a la utilidad de estos servicios para los distintos agentes implicados. A partir de los datos del estudio que Temali y Campbell (Temali y Campbell, 1984) realizan para dimensionar la oferta de VE en Estados Unidos, se sugieren cuatro áreas en las que las incubadoras aportan valor: el diagnóstico de las necesidades de las nuevas empresas; como facilitadores de financiación, la selección y monitorización de los servicios a empresas y el proceso de selección para acceder a las incubadoras (Candace Campbell, Kendrick y Samuelson 1985). En opinión de Dilts y Hackett (Dilts y Hackett, 2004), este hecho era apropiado puesto que por primera vez, de manera implícita, se definía el proceso básico de incubación, resultando de especial utilidad ya que se diseccionaban los diferentes componentes del proceso de incubación que deberían disponerse de tal manera que facilitarían la transformación de un plan de negocio en una empresa viable. La crítica que estos mismos autores realizan sobre el modelo es que no se tuvieron en cuenta para el análisis las empresas que fracasaban, dejando lagunas sobre la precisión del modelo propuesto.

Smilor (Smilor, 1987a) amplía el modelo de Campbell (Campbell et al., 1985) desde una perspectiva externa, no teniendo en cuenta los procesos que ocurrían internamente. Utilizando datos de una nueva encuesta nacional, entrevistas y análisis de casos de estudio, Smilor identifica las incubadoras de empresas como un mecanismo de remodelación de la manera en que se interrelacionan la industria, la Administración y los investigadores, con un enfoque ciertamente menos pragmático que sus colegas, pero en el que considera que con las incubadoras de empresas se ponía a disposición de estos tres actores un nuevo formato de integración de sus intereses ofreciendo una metodología que favorecía la convergencia de las necesidades de esta

tripleta de actores en el proscenio del mundo de la creación de empresas. Smilor pasa a categorizar los beneficios que las incubadoras aportan a sus incubados en cuatro dimensiones: mejoran su credibilidad, acortan el periodo de aprendizaje al plantearles acciones y programas formativos específicos, ofrecen rápidas soluciones a sus problemas de gestión y les facilitan el acceso a una red empresarial de confianza (Smilor, 1987b). Este autor también incide en el hecho de que esa credibilidad generada sobre las empresas no viene solo por el mero hecho de su pertenencia a un VE, sino por contar con una serie de recursos que les ofrecen estabilidad en su gestión y que son aportados por los viveros (servicios de secretariado, administrativos, suministros, así como asistencia y consultoría, etc.).

Para Hisrich (Hisrich, 1988) la aportación relevante desde una perspectiva institucional debía abordar avanzar un paso más allá en la comprensión del concepto del proceso de incubación relacionándolo con la idea de innovación, idea reforzada por otros autores tanto de la época como posteriores (Blanco Jiménez, De Vicente Oliva, Manera Bassa y González-Blanch Roca, 2013; Bowman-Upton *et al.*, 1989; Comisión Europea y Dirección General de Política Regional, 2012; Comisión Europea, 2010; Rodríguez, 2010; Scheirer, 1985). Su estudio se centraba en la descripción de lo que entendía por ‘Enterprise Development Center’ (EDC) – Centro de desarrollo empresarial–, el conglomerado organizado, formado por inversores en busca de proyectos, estudiantes emprendedores, intraemprendedores, etc., así como el apoyo de la comunidad del Tulsa Innovation Center⁷, todo ello junto al Small Business Development Center (SDBC) y dos incubadoras de empresas locales. Hisrich (Hisrich, 1988) plantea como elementos clave del éxito de un EDC que para su puesta en marcha será necesario que se haya evaluado la demanda existente de este tipo de servicios, así como la cultura emprendedora de la zona, contar con un proyecto de empresa que ejerza de líder, encontrar soporte en el apoyo decidido de las instituciones y evaluar adecuadamente cada uno de los pasos a seguir a la hora de desarrollar el proyecto. Este mismo autor resalta la importancia de promover la motivación

⁷ En la actualidad se ha desarrollado aun más este conglomerado integrándose en el Oklahoma Innovation Institute para generar un ecosistema de emprendimiento transversal y que abarca, entre otras cuestiones, a estudiantes desde edades incipientes en la escuela hasta los de High School. Más información en <http://www.oklahomainnovationinstitute.com/stem/index.html>.

empresadora en el entorno local, a la que concederá tanta importancia como al propio trabajo que se hace con las incubadoras, línea de trabajo en la que también coincide con Brooks Jr. (Brooks Jr., 1986) y que se encontraría alineado con Duff (Duff, 1993). El proyecto en torno a la figura de los EDC sigue de plena vigencia, como demuestra el trabajo presentado por Zasiadly (Zasiadly, 2015).

En un ámbito más próximo también ha habido aportaciones que se han referido a un plano distinto, como es el caso estructural. A ello se ha dirigido el trabajo de la Diputación de Barcelona (Diputación de Barcelona, 2015), que con su documento 'Vivarium' ha realizado las características físicas y constructivas de cómo debe ser una incubadora de empresas.

6.2.4. Trabajos sobre las empresas incubadas

A diferencia de la profusión y abundancia de estudios, publicaciones y artículos realizados sobre diversas cuestiones en torno a la creación y análisis de empresas en general, no son muchas las aportaciones que desde la vertiente científica se han realizado de manera exclusiva sobre las empresas alojadas en un vivero o incubadora de empresas. El primero de los estudios comparativos que se hiciera entre empresas incubadas llega de la mano de Fry (Fry, 1987) que realiza un estudio entre diversas incubadoras e inquilinos de miembros de la NBIA (National Business Incubator Association) y un grupo de empresas de la SBDC⁸ y con el que trataba de identificar la intensidad en el uso de la planificación empresarial y su relación con los resultados finales, llegando a la conclusión de que las empresas incubadas eran más proclives a planificar que las no incubadas.

Tomamos como segunda referencia el pequeño trabajo sobre cinco empresas del St. Louis Technology Center (Scherer y McDonald, 1988), llegando a la conclusión de que las empresas alojadas evolucionaron mejor si habían aprendido a adaptarse a las señales del

⁸ SBDC: Small Business Development Center, <http://www.sbdcglobal.com/>, dedicada al asesoramiento de pequeñas empresas en Estados Unidos.

mercado, respondiendo de manera rápida a los cambios detectados. Como principales amenazas para la supervivencia de las empresas detectaron la ausencia de rigor a la hora de prever las necesidades de financiación, así como un estado de sensación ilusoria que embarga a los emprendedores y que les conduce a desvirtuar el potencial de crecimiento y la demanda que va a tener su producto o servicio. Esta problemática concuerda con las mismas dificultades con las que se encuentran las empresas no incubadas, por lo que, en opinión de los autores, será misión de los tutores de los proyectos prevenir estas cuestiones y, sobre todo, generar estrategias que ayuden a las empresas incubadas a conseguir estrategias de adaptación.

Para Stuart y Abetti (Stuart y Abetti, 1987) la cuestión relevante que merece su atención es la identificación de los indicadores de éxito empresarial que se pueden aplicar a las firmas incubadas y su correspondencia con los resultados de los proyectos. Determina como variable relevante de éxito la capacitación de los emprendedores, mientras que la ausencia de un fuerte componente de I+D ponía en riesgo a las empresas. Esta conclusión resulta verosímil y ha encontrado correspondencia entre otros investigadores que a las características de debilidad de las empresas incubadas (pequeña dimensión, inexperiencia...) contraponían como ventaja estratégica su fuerte componente innovador (Dee, Livesey, Gill y Minshall, 2011; Goñi Alegre y Madariaga Lopez, 2003).

Trabajos más actuales, como el expuesto por Y. Liu y He (Y. Liu y He, 2010), repasan el elenco de tipologías de usuarios de los VE, interpretando el impacto que tienen sobre ellos las distintas iniciativas de las incubadoras de empresas, poniendo de manifiesto que las entidades que son más activas en la oferta de servicios tienen mejores resultados que aquellas que no lo hacen.

6.2.4.1 Estudios sobre el proceso de selección de las empresas incubadas

Partiendo de que los análisis previos habían identificado elementos de la configuración del vivero y que se había conceptualizado la infraestructura del vivero como sistema, se iniciaba una etapa en la que se analizarían los elementos individuales de las incubadoras de empresas, disgregándolos, pero entendiendo su papel dentro del sistema, gracias a la aportación de etapas anteriores. En este sentido, un factor clave del vivero eran las empresas alojadas, pero más que

esto, se quería analizar la naturaleza del proceso de selección de los proyectos de los que derivarían las empresas de cuyos resultados dependería en buena medida el cumplimiento de los objetivos de las entidades promotoras (Scherer y McDonald, 1988; Vanderstraeten, Matthyssens y Witteloostuijn, 2000).

Encontramos una aproximación a este análisis particular en el estudio que Culp (Culp, 1996) realiza y que consolida la idea de que los proyectos idóneos para acceder a un vivero deben ser aquellos que se encuentran en una situación de 'incapacidad' para poder alojarse en otros espacios, pero que merecen la pena ser apoyados por las perspectivas de éxito de su plan de negocio. Lumpkin e Ireland (Lumpkin e Ireland, 1988) segmentaron las incubadoras por la manera en la que eligen los proyectos que son alojados en sus servicios, identificando las variables que tienen en cuenta, pero omiten referirse a qué sistema es mejor que otro ni relacionan esta metodología con un mayor o menor éxito de las empresas egresadas.

Las primeras fuentes de referencia en torno al análisis sobre la generación y manera de prestar los servicios, así como su relación con las empresas incubadas, las encontramos en Allen y Weinberg (Allen y Weinberg, 1988) y Plosila y Allen (Plosila y Allen, 1985). En primer lugar, se pone de manifiesto la necesidad de que las incubadoras cuenten con elementos que faciliten la transparencia en cuanto a la selección de las empresas incubadas. Para ello proponen la existencia de un comité asesor, independiente, experto en el proceso de creación de empresas, que garantizará una ecuanimidad en el proceso de validación, que además debería ser exhibido frente al inversor (sobre todo si se trata de la entidad pública) como una garantía de la objetividad en el proceso de selección de firmas que han de ser viables. Añaden los autores la necesidad de valorar la composición de este comité de manera cuidadosa, dado el impacto estratégico que puede tener frente a terceros.

Un segundo factor sobre el que inciden los autores es la adecuada gestión en la ocupación de los espacios, debido a su repercusión sobre los ingresos de la incubadora. Alertan de la existencia de periodos cíclicos de mayor demanda de espacios que deben ser tenidos en cuenta por los gestores del vivero (Fry, 1987), de tal forma que deben organizar el proceso de admisiones de manera equilibrada con la salida de empresas egresadas.

Especialmente importantes son las cuestiones relativas al proceso de selección y características de los proyectos que debían ser admitidos en la incubadora. En este sentido, el

debate se produce sobre las características que debiera tener el proyecto óptimo para recibir los servicios del vivero, teniendo en cuenta que se produce un efecto de “coste de oportunidad” al permitir el acceso a unos proyectos en detrimento de otros (Stuart y Abetti, 1987). A este respecto, se plantea aplicar un criterio de racionalidad económica diferenciando a los candidatos a ser admitidos en el vivero a partir de criterios como:

- Aquellos que no pueden ser ayudados por la incubadora al no ser compatibles con sus servicios.
- Aquellos que no necesitan ser incubados.
- Aquellos que sí deben ser incubados puesto que la incubadora puede aportarles valor.

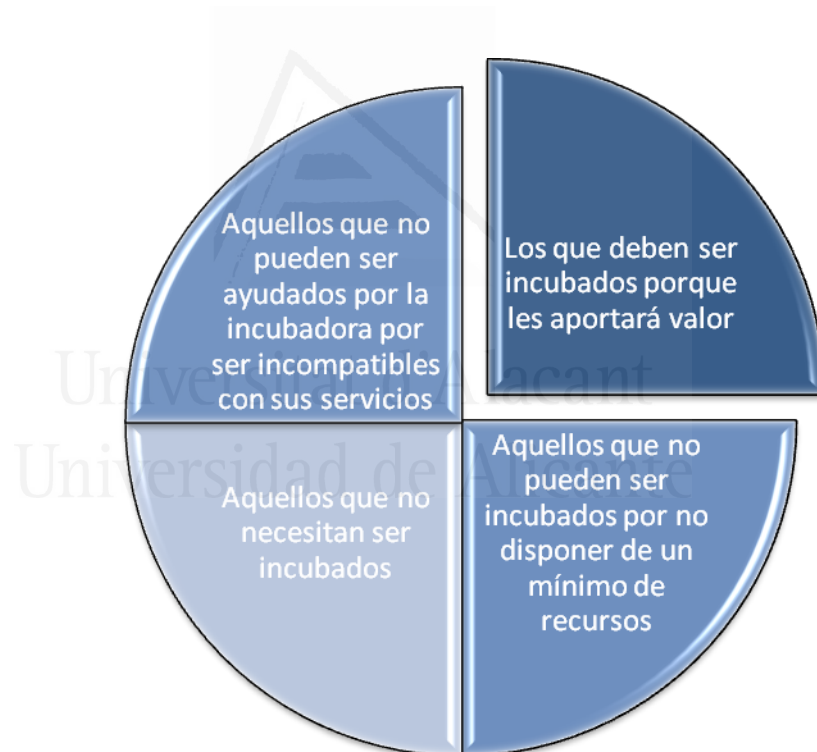


Ilustración 10. Casuística de los candidatos a acceder a un vivero

Fuente: Elaboración propia a partir de Bruneel, Ratinho, Clarysse y Groen (Bruneel, Ratinho, Clarysse y Groen, 2012), NBIA (NBIA, 2012) y Lalkaka (Lalkaka, 2000)

Para Merrifield (Merrifield, 1987) se debe partir de la base de que para la selección de candidatos se deben tener en cuenta tres preguntas clave: la primera se refieren a si ¿es este un negocio en el que tú mismo crees que merecería la pena involucrarse?, y la segunda a si ¿el equipo que está detrás de esta idea de negocio es lo suficientemente competente para sacar el proyecto adelante? Como se verá, estas aseveraciones, relativas a cuestiones internas del proyecto, se han mantenido a lo largo de estos años y siguen de plena vigencia en nuestro entorno más próximo (Agudo-Peregrina *et al.*, 2013; Alemany *et al.*, 2011; Simón Elorz, 2003), y pretendían, a juicio del autor, identificar aquellos proyectos que internamente tenían visos de viabilidad. Cumpliendo estas dos premisas, debían superar la tercera cuestión: ¿de qué forma pensáis haceros un hueco en el mercado y crecer?, derivando hacia la parte sustancial relativa al producto o servicio que los aspirantes a acceder al proyecto presentan como elemento sobre el que desarrollar su idea de negocio. Kurato y LaFollette (Kurato y LaFollette, 1987) ahondan en la importancia de disponer de un proceso de selección fiable ya que incorporar proyectos que no cumplan los requisitos de viabilidad o que no se ajusten a las características de los servicios que puede prestar el vivero puede derivar en el cierre de la incubadora por no cumplir sus objetivos. Esta filosofía de gestión que se ha impuesto en una buena parte de los procesos de concurrencia competitiva en diferentes áreas de la Administración es analizado también por Ferreiro Seoane (Ferreiro Seoane, 2013) y la Comisión Europea (Comisión Europea, 2000).



Ilustración 11. Evolución temporal del concepto básico de incubadora de empresas. Principales autores
Fuente: Elaboración propia

H. Sherman (H. Sherman, 1998) realiza una interesante comparación entre la fórmula de selección de proyectos y los procesos de admisión de alumnos que se realizan en la propia

Universidad de Harvard. El autor se pregunta sobre si las empresas egresadas de la incubadora de la brillante institución académica tienen éxito porque reciben la ayuda de la Universidad o, por el contrario, las empresas han tenido éxito porque ello hubiera sucedido por la excelencia de los alumnos, independientemente de la mayor o menor asistencia de la Universidad en apoyo del proyecto.

Ante la falta de una respuesta concluyente de la vinculación y resultados entre gestores del proyecto empresarial y la asistencia de los viveros, los investigadores resaltan la importancia de contar con unos buenos servicios de asistencia a las empresas que cubran sus necesidades (Autio y Klofsten, 1998), siendo conscientes de la realidad por la que determinados perfiles de emprendedores (por su preparación, experiencia, aptitudes) pueden no necesitar una serie de servicios pero que para otros sí que serán determinantes para el resultado positivo de la empresa, por lo que deben estar a su disposición. En esta misma línea, Mark P. Rice (Mark P. Rice, 2002) plantearía la necesidad de que los viveros contaran con un amplio menú de servicios de tal forma que puedan prestar un servicio eficiente a las firmas incubadas. El desarrollo y oferta de este paquete de servicios, incluso aunque no se utilizaran, sería importante ya que la puesta a disposición de estos servicios para los alojados en el vivero, entiende el autor, induciría a una reflexión por su parte sobre la necesidad de hacer uso de los mismos.

Estudios más actuales que recogen toda la problemática que suscitaron las investigaciones iniciales plantean que, idealmente, solo aquellos que se encuentran en una posición de debilidad pero que tienen un proyecto prometedor deberían ser considerados como candidatos a incubadora (Allen y McCluskey, 1990), pero se orientan también a consolidar la idea de rigurosidad en el proceso de selección (Ferreiro Seoane, 2013).

En una línea favorable a que las incubadoras se especialicen en determinados tipos de empresas, Schwartz y Hornych (Schwartz y Hornych, 2008) proponen que cada incubadora tenga criterios de selección diferentes en función del sector en el que quieran captar proyectos. Afirmando que la especialización regional de las incubadoras es un hecho cierto, estudian las ventajas de un tipo de incubadoras respecto a otras.

6.2.5. Impacto de las incubadoras en las empresas alojadas y en el territorio de referencia

Abordamos en este apartado los estudios realizados para llegar a una cuestión clave en lo que se refiere a la eficiencia de los VE como herramienta de política económica. Se pretende analizar las investigaciones que han intentado responder a la pregunta de si el entorno generado por una incubadora de empresas mejora de manera sustancial tanto las ratios de supervivencia de las empresas como sus posibilidades de crecimiento. De la literatura analizada localizamos un estudio que responde de manera directa a esta cuestión y que la justifica a partir de un análisis de la estructura, servicios y estrategias de los viveros para mejorar y potenciar a sus empresas alojadas. Allen y McCluskey (Allen y McCluskey, 1990) determinan que aquellas empresas que se encontraban en incubadoras de mayor antigüedad tenían mayores posibilidades de supervivencia y de éxito que aquellas alojadas en nuevos VE. Esto venía a sugerir que la cantidad y conocimientos acumulados y canalizados a través de los gestores de las incubadoras de empresas a lo largo del tiempo podía ser una importante variable de éxito para las nuevas empresas.

Otros estudios se centraron en dar a conocer ratios e información cuantitativa sobre las empresas incubadas, finalidad del trabajo realizado por Udell (Udell, 1990) que formula las primeras ratios estereotipadas a tenor de los análisis realizados en empresas de los viveros. Otras aportaciones en este ámbito son las realizadas por Allen y Rahman (Allen y Rahman, 1985), Markley y McNamara (Markley y McNamara, 1995), Roper (Roper, 1999) y H. D. Sherman (H. D. Sherman, 1999). Hansen (Hansen *et al.*, 2000) se pregunta si las incubadoras son potentes instrumentos para generar empresas de alto valor añadido o si, tomando como base los resultados de su análisis, contribuyen a generar una burbuja que permite sobrevivir a empresas inconsistentes.

Como hemos visto en el apartado anterior, análisis como los de Schwartz y Hornych (Schwartz y Hornych, 2008) llegan a la conclusión de que es mucho mejor para las empresas estar alojadas en viveros especializados que en aquellos que podemos considerar como genéricos, para lo que realizan una investigación en 161 empresas de componentes de hardware, software

y gestión de la reputación on-line, entre otros, sectores que podríamos decir podrían ser de interés para nuestro territorio.

6.2.5.1 *Estudios sobre variables analizadas de las incubadoras de empresas y su relación con las variables estudiadas de las firmas alojadas*

El siguiente paso del proceso de comprensión del impacto de los viveros, una vez se habían realizado análisis exhaustivos sobre las características de las incubadoras y por otro lado se habían producido estudios rigurosos sobre las empresas incubadas, era confrontar estas dos realidades y tratar de encontrar relación entre ellas.

Los estudios llevados a cabo por Kurato y LaFollette (Kurato y LaFollette, 1987) y Merrifield (Merrifield, 1987) se centraron en enfrentar las variables de éxito de las incubadoras con los procesos de selección de empresas incubadas; Hansen (Hansen *et al.*, 2000) desarrolló la parte correspondiente al éxito de las incubadas y su vinculación con los servicios de las incubadoras; Autio y Klofsten (Autio y Klofsten, 1998) y Nowak y Grantham (Nowak y Grantham, 2000) estudiaron las vinculaciones entre las empresas incubadas y los gestores del vivero; M. P. Rice (M. P. Rice, 1992) y H. Sherman y Chappell (H. Sherman y Chappell, 1998) trabajaron sobre el desarrollo de las incubadoras de empresas y el éxito de las egresadas; y Bearse (Bearse, 1998), sobre la estandarización de procesos y la filosofía de trabajo.

Sin embargo, el análisis de la literatura también deja algunas lagunas respecto o a la consistencia de los estudios aportados. Pocas de las relaciones arriba indicadas han sido analizadas empíricamente. Aunque la mayoría de los estudios han mostrado una alta ratio de supervivencia –normalmente sobre el 80%– (Bearse, 1998), otros análisis son menos optimistas como los que aportan Bates y Nucci (Bates y Nucci, 1989) o Roper (Roper, 1999), para quien esta cifra no supera el 55%. Una explicación de esta divergencia la aportan H. Sherman y Chappell (H. Sherman y Chappell, 1998), para quienes una comparación entre empresas incubadas y no incubadas no siempre puede ser tan directa, puesto que existe un factor implícito como es un posible sesgo en el proceso de selección que realizan las incubadoras y que, como hemos visto, no siempre es homogéneo ni atiende a las mismas variables.

Sobre la base de la publicación de Temali y Campbell (Temali y Campbell, 1984) se han realizado nuevas contribuciones, como recoge la más novedosa aportación, antes mencionada, realizada por Amezcua (Amezcua, 2009) con la que recoge información sobre un universo ya de más de 1.600 incubadoras de empresas a lo largo de todo Estados Unidos. Este autor realiza un pormenorizado estudio que pretende identificar de manera detallada cómo las incubadoras ayudan realmente a mejorar la gestión y puesta marcha de las nuevas empresas. Amezcua planteaba dos objetivos: el primero de ellos es determinar si las empresas incubadas obtienen mejores resultados que sus homólogas no incubadas y, por otra parte, se pretende evaluar si las empresas alojadas en la incubadora se ven afectadas e influenciadas de forma positiva por la propia actividad del VE y los parámetros que estos marcan para sus usuarios. Tras realizar un muestreo sobre 950 incubadoras y 19.000 usuarios de los viveros, llega a la conclusión de que, curiosamente, las empresas incubadas ven reducido su tiempo medio de vida, pero mejoran respecto a la media las tasas de empleo y crecimiento de ventas.

6.2.5.2 *Aportaciones de estudios sobre la medición del éxito de las incubadoras de empresas*

La valoración y evaluación del éxito de una incubadora de empresas ha evolucionado a lo largo del tiempo, ya que el concepto de VE no ha sido estático a lo largo de la historia. Ha ido incorporando diversos elementos que han enriquecido y, en todo caso, modificado su orientación y objetivos. De hecho, son diversos los autores (Dilts y Hackett, 2004) que manifiestan la necesidad de entablar un diálogo en paralelo entre las variables de medición y la tipología de incubadoras de empresas sobre las que se realizan los estudios ya que los resultados, entienden, son matizables por el contexto en el que se encuentran implantadas.

Una primera aportación sobre la medición del éxito de las incubadoras viene referenciada en el trabajo de Campbell y Allen (Campbell y Allen, 1987). Para estos autores, el éxito se correspondería con la entidad que “contribuye con un trabajo de asesoramiento y consultoría, promoviendo el trabajo en red, facilitando la captación de financiación para los proyectos alojados y que considere que buena parte de las empresas de su entorno sean empresas de nueva creación en sectores de alto valor añadido y diferenciados de los de su entorno, llevando a cabo acciones que generan sinergias entre los inquilinos”.

En opinión de Mian (Mian, 1997) los conceptos aportados por Campbell y Allen (Campbell y Allen, 1987) son válidos, pero cree necesario incorporar otros como son la sostenibilidad y eficacia de la gestión de la incubadora, así como la capacidad para ofrecer servicios que sean realmente eficaces. El grado de ajuste entre los servicios ofrecidos por la incubadora y su utilidad para satisfacer las necesidades de sus empresas, es otro importante ítem de medición (Autio y Klofsten, 1998) que determinan la necesidad de llegar a un punto de equilibrio entre cantidad y calidad de servicios.

A partir de las sucesivas contribuciones de la literatura a este campo, Bearse (Bearse, 1998) propone que los datos sean recogidos con regularidad, conformando una base de datos que permitiese medir a las diversas incubadoras. De esta forma, una incubadora sería capaz de parametrizar su éxito en comparación con otras en una amplia diversidad de variables, proyecto que no llegó a ejecutarse a pesar de los esfuerzos de la NBIA que resultaron infructuosos para mantener la cadencia y calidad necesaria para realizar los estudios que hubieran permitido realizar un seguimiento continuo de buena parte de los servicios de incubadoras en Estados Unidos.

La forma más sencilla de evaluar si una empresa incubada ha tenido éxito es identificar cuántas de ellas han sido capaces de salir de la incubadora y seguir su actividad más allá de los servicios y espacio físico prestado por el vivero.

En la literatura existente se han generado ratios del tipo número de empresas egresadas de la incubadora/número de empresas que han cerrado durante su estancia (Allen y Weinberg, 1988). Más allá de esta simple medición, las medidas de crecimiento y desarrollo también han sido evaluadas en empresas incubadas. Evaluaciones de crecimiento incluyen tasar el aumento del número de trabajadores en las empresas, identificar el aumento de ventas. Algunas mediciones de indicadores de desarrollo serían determinar si se habían conseguido innovaciones en los productos o servicios, si se había mejorado la calidad del equipo de gestión de las empresas alojadas o si se habían llevado a cabo alianzas estratégicas, en consonancia con la política de trabajo en red de las incubadoras (Bearse, 1998).

Por otra parte, no existe unanimidad por parte de los investigadores a la hora de determinar si existe una clara correspondencia entre el proceso de incubación de una empresa y sus posibilidades de supervivencia.

La Small Business Administration americana (SBA) considera que de las empresas incubadas, el 80% de las mismas sobrevive y que solo el 20% fracasa. Según esta misma entidad, la mitad de las empresas americanas echa el cierre durante los primeros cinco años de vida, debido fundamentalmente a la falta de experiencia e incapacidad para conseguir y generar los recursos económicos necesarios para el mantenimiento de la empresa. Esta misma entidad afirma también que el 80% de todas las empresas que se ponen en marcha terminan cerrando en algún momento. Por el contrario, hay autores como Amezcua (Amezcua, 2009), y Más-Verdú, Ribeiro-Soriano y Roig-Tierno (Mas-Verdú, Ribeiro-Soriano y Roig-Tierno, 2014) que no perciben que las empresas incubadas tengan una vida mayor que las no incubadas, vida media que Ortega Cachón (Ortega Cachón, 2012) establece en tres años según datos del INE para el territorio español, periodo de tiempo en el cual mueren la mitad de las empresas.

Kuratko (Kuratko, 1987), Markley y McNamara (Markley y McNamara, 1995), Rice (Rice, 1992) y Udell (Udell, 1990) comparten el corolario de que la finalidad de las incubadoras es acoger proyectos en fase embrionaria, dotarlos de servicios y espacios para su alojamiento, capacitarlos a un mayor crecimiento y mejorar sus posibilidades de supervivencia, lo cual, estiman, consiguen con éxito. Sin embargo, Amezcua (Amezcua, 2009) opina que no existe motivo para sobreponderar la valoración de estos servicios sobre los que opina que reducen la vida útil de las empresas incubadas, pero aumentan el empleo y ventas por encima de la media. En esta misma línea, el trabajo de Mas-Verdú (Mas-Verdú *et al.*, 2014) determina que la mera acción del vivero no es un elemento que mejore las posibilidades de supervivencia de las empresas alojadas, sino que el tamaño de la empresa en combinación con otros elementos tales como el sector, el nivel tecnológico de la firma, sí que son relevantes para su supervivencia.

Esta aparente debilidad empresarial obliga a realizar un análisis de si los proyectos aspirantes a acceder al vivero pueden llegar a alcanzar un nivel aceptable en el desarrollo de su actividad respecto a sus competidores, si son buenas propuestas de futuro. De esta forma, los viveros han de ser proactivos a través del impacto que tienen sobre las empresas incubadas (Al-Mubaraki y Wong, 2011; Andruss, 2013) para ayudar a corregir situaciones de desequilibrio en las empresas de reciente creación.

6.2.5.3 Análisis sobre el impacto de las incubadoras en el territorio⁹

A pesar de la insistencia de gerentes de VE y de las entidades promotoras de las incubadoras sobre la acción positiva que éstas tienen sobre la creación de puestos de trabajo, recogidos en los trabajos de investigación, la investigación científica primigenia parecía aportar un resultado distinto, matizando mucho el grado de impacto en los volúmenes de creación de puestos de trabajo (Campbell y Allen, 1987). Estudios posteriores han tratado de demostrar que las incubadoras de empresas han sido más eficientes a la hora de generar puestos de trabajo que otras iniciativas públicas destinadas de manera genérica a la creación de empresas (Markley y McNamara, 1995; H. Sherman y Chappell, 1998; H. D. Sherman, 1999).

En lo tocante a análisis específicos de ámbito nacional, es imprescindible destacar los estudios de Ferreiro Seoane (Ferreiro Seoane, Francisco; Vaquero-García, 2008; Ferreiro Seoane, 2013), con un amplio análisis de los VE de Galicia y sus características, evaluando el impacto sobre el territorio en términos de riqueza económica y social. También resulta reseñable el trabajo realizado por Ortega Cachón (Ortega Cachón, 2012) sobre el impacto de políticas públicas y en el que aplica una metodología para evaluar el impacto de la acción de los VE, estudios éstos que serán revisados con detenimiento en apartados posteriores.

En nuestro trabajo prestaremos especial atención a todo lo referido, no solo a las repercusiones económicas directas que tienen las incubadoras de empresas en su área de influencia, sino también los impactos que de manera indirecta tienen estos instrumentos, en lo que llamaremos impacto social de los viveros.

⁹ Pese a que este apartado podría ser mucho más extenso, preferimos transferir ese análisis al caso específico que nos ocupa en el caso de la Comunidad Valenciana.

6.3. Incentivos públicos para empresas

6.3.1. Características de los incentivos públicos

La función que desarrollan los estímulos generados por las administraciones se define, básicamente, por oposición a la de limitación; dentro de las dos formas esenciales que tiene los organismos públicos para controlar la actividad de los particulares: mediante el incentivo o mediante el establecimiento de barreras o regulaciones sobre las actividades que éstos desarrollan. Tales políticas de estímulo son las que hacen referencia a la actuación de los poderes públicos que tienden a favorecer y facilitar la actividad de los particulares en los territorios de su jurisdicción. Las medidas que puede adoptar una Administración para incentivar la implantación de empresas en sus territorios están caracterizadas por una serie de elementos comunes (Diputación de Alicante, 2000).

La acción se basa en el incentivo positivo, por lo que se elimina toda clase de coacción o limitación de los derechos de los particulares. Con ello se excluyen de la actividad de fomento medidas que, aun teniendo por finalidad estimular o ayudar a los particulares, utilicen medidas coactivas para ello. Tal sería el caso, por ejemplo, de las elevaciones de los aranceles para determinados productos (con la finalidad de establecer unas barreras entre la competencia extranjera y la industria nacional) o de las limitaciones para la inversión foránea, detrás de las que subyace una finalidad claramente proteccionista y discordante con las actuales políticas liberalizadoras.

Supone la toma de decisiones que impliquen la adopción de medidas que inciden sobre actividades de los particulares: no se consideran incluidas por tanto en la actividad de fomento las subvenciones que pueda conceder la Administración a los gestores o concesionarios de servicios públicos, tales como las vinculadas a las concesiones administrativas.

Tampoco deben ser incluidas bajo este tipo de actividad las transferencias de fondos entre las diferentes administraciones públicas o entre las administraciones públicas y las empresas por ellas participadas, ya que no se trata de estimular una actividad de los particulares, sino una

actuación pública (caso de las transferencias) o una actividad privada propia de la Administración (caso de las empresas públicas).

Deben ofrecerse bajo la premisa de ser de aceptación voluntaria por parte de los particulares: toda actividad de fomento descansa sobre la condición de que el particular se vea favorecido por la actuación administrativa, para lo cual es imprescindible que aquel acepte, previamente o *a posteriori*, la medida que supuestamente pretende favorecerle.

Aun cuando tal aspecto pueda parecer una redundancia de algo obvio, no lo es tanto en la práctica debido a la actitud paternalista adoptada con frecuencia por las administraciones públicas respecto a los particulares. Las acciones de fomento deben tomar la actividad de los particulares como mero dato, dirigiéndose, tan solo, a estimular la que se considere más beneficiosa para el interés general.

En no pocas ocasiones, la Administración *decide*, en lugar del particular, qué es lo que estima mejor para su interés, dando lugar a una auténtica ceremonia de despropósitos que no hace sino demostrar que la actividad de fomento no es, a veces, sino un medio más para controlar y dirigir la actividad de los particulares. No se trata de delimitar ya el ámbito de la actividad de fomento respecto de otros diferentes, sino de llamar la atención acerca de lo que puede ser considerado como auténtico estímulo de la actividad de los particulares y lo que no es más que un mero 'dirigismo' de la economía mal entendido.

Justifica las acciones de fomento por parte de la Administración que la actividad de los particulares que se estimula debe repercutir en el interés público: se trata de un requisito obvio pero que debido a la vaguedad del concepto de interés público resulta difícilmente controlable.

En términos genéricos la formulación de este requisito es relativamente sencilla: existen actividades privadas cuyo ejercicio repercute en el interés general, ya sea porque crean empleo, porque contribuyen positivamente a la economía general o porque vienen a satisfacer fines de utilidad social. Debido a ello, la norma atribuye a la Administración potestades para que estimule y fomente este tipo de actividades. Los inconvenientes surgen, al igual que con el requisito anterior, a la hora de aplicar este planteamiento a casos concretos.

La actividad de fomento puede llegar a distorsionar las reglas del mercado y ello no siempre en beneficio del interés público dando lugar a la producción de efectos perniciosos para

la propia economía ya que falsea las condiciones establecidas en el libre mercado y que, en principio, deben ser las mismas para todas las empresas.

Uno de los casos más destacables en cuanto al ámbito competencial mediante incentivos públicos se produjo precisamente en España; de ahí, las denuncias interpuestas ante la Unión Europea (véase por ejemplo la STJCE de 11 de septiembre de 2008) por los sistemas fiscales del País Vasco y Navarra, que plantearon un régimen para sus empresas en el que se llegó a considerar la concesión de ‘vacaciones fiscales’ para las firmas que cumplieran una serie de requisitos.

Como podemos comprobar, el entramado legal y organizativo de la Administración, cuyas normas reguladoras deben amparar una amplia gama de casuísticas a las que el aparato público debe hacer frente, requiere de un abanico lo suficientemente amplio de opciones que ofrezcan garantía jurídica y la flexibilidad suficiente. En el caso de las incubadoras de empresas y, a la vista de lo analizado en el presente capítulo, tenemos que realizar las siguientes observaciones:

- La acción de fomento viene recogida de manera primigenia en la propia Constitución Española. En ella se establece para las administraciones la obligada orientación hacia el cumplimiento de las funciones encomendadas y siempre teniendo en cuenta que han de servir a los intereses generales. Esta limitación de intereses generales restringe el margen de actuación de los entes públicos, pero a la vez se garantiza una correcta orientación de las actividades desarrolladas.
- Las diferentes administraciones analizadas tienen en sus leyes de base fundamentos genéricos que les van a permitir la puesta en marcha y gestión del VE. No obstante, llama la atención la falta de concreción no solo hacia la figura de las incubadoras de empresas, sino incluso del propio servicio de fomento a través de la figura de la creación de empresas, como es el caso de las cámaras de comercio.
- La Administración local es la que mayor abanico de opciones presenta en cuanto a las alternativas de creación y gestión de un VE. Ello es debido a su amplio respaldo y desarrollo legal, emanado tanto del propio Estado como de las comunidades autónomas. Cabe dilucidar de manera específica la colusión que se produce por el

solapamiento de funciones, que se ha tratado de resolver en los últimos años a través de diferentes legislaciones de racionalización.

- Como hemos visto, la motivación para la puesta en marcha de un vivero debe exceder a la de una actividad puramente empresarial, esto es, una entidad pública no debería, *a priori*, poner en marcha un servicio de alojamiento inmobiliario. Es más, esto nunca podría definirse como un VE. En virtud de lo establecido en el Art. 103 y en el Art. 40 de la Constitución Española, así como en la normativa de desarrollo tanto del sector de las administraciones públicas como los sectoriales de las cámaras de comercio y de las universidades, un vivero nunca debería entrar en competencia con el libre mercado inmobiliario ni de consultoría, implantando para ello las restricciones y limitaciones suficientes pero también oportunas para conseguir los fines que le son propios, como es el de la promoción de empresas innovadoras, la diversificación del tejido empresarial local. Esto limita de igual manera la posibilidad de cesión gratuita de espacios que podían entrar en colisión, como hemos mencionado anteriormente, con cuestiones de competencia tanto del ámbito nacional como de la Unión Europea.

6.3.2. Ordenación jurídica de la actividad de las entidades públicas en el marco de las iniciativas de promoción económica

Como hemos visto en el apartado anterior, la Administración ha pergeñado una estructura legal que permite a los diferentes escalones del sector público generar actuaciones que inciden de manera directa o indirecta en la actividad privada.

Este es el modelo que configura la Constitución Española cuando en su Art. 9 encomienda a los poderes públicos la promoción de las condiciones necesarias para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas. Promueve también la remoción de los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud, así como facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social.

Ese intervencionismo administrativo se manifiesta a través de tres grandes formas de actividad o acción de las Administraciones Públicas, que en España son analizadas por el profesor

Jordana de Pozas (Jordana de Pozas, 1949), quien las introdujo en nuestra teoría del derecho: policía, fomento y servicio público.



Ilustración 12. Formas de intervención de la administración pública. Esquema básico
Fuente: Elaboración propia

1. Policía. Forma de acción administrativa que se enmarca dentro de las denominadas “limitativas o de coacción”, cuya finalidad es el mantenimiento del orden público. Esta actividad administrativa se puede definir desde tres puntos de vista:
 - Material. Caracterizada por los fines que persigue la Administración, como es el mantenimiento del orden público.
 - Formal. Por las Entidades u órganos que la ejercen (en sentido genérico, Estado, Comunidades Autónomas, Entidades Locales).
 - Instrumental. En atención al medio o técnica empleado.

Este autor plantea definir la acción de la policía “como la actividad que la Administración despliega en el ejercicio de sus propias potestades y que, para garantizar el mantenimiento del orden público, limita los derechos de los ciudadanos mediante el ejercicio, en su caso, de la coacción sobre los mismos” (Jordana de Pozas, 1949).

2. Fomento. Actuación que la doctrina denomina también de “estímulo o persuasión”, y que pretende precisamente contribuir a animar la actividad privada en determinada dirección, sin usar la coacción, para que sea ésta la que satisfaga intereses generales. Por las características de las incubadoras, la actuación pública se encuadraría dentro de este apartado de la clasificación.

García de Entrerría (García de Entrerría, 2014) define el fomento como “la actividad jurídica de la Administración que comporta el otorgamiento de auxilios directos o indirectos para servicios o actividades que complementen o suplan los atribuidos al ente público”.

De manera más amplia, según Jordana de Pozas (Jordana de Pozas, 1949), también se puede definir como “la actividad ejercida por la Administración para proteger o promover aquellas actividades o establecimientos de los particulares que satisfacen necesidades públicas o se estiman de utilidad general, sin crear servicios públicos ni usar la coacción”.

Del análisis de estos dos conceptos podríamos extraer las siguientes características:

- Se trata de una actuación propia de la Administración Pública.
- La finalidad es promover servicios, actividades, etc., de carácter público.
- Los destinatarios (cabe distinguirlos de los beneficiarios) son personas físicas o jurídicas que satisfacen las necesidades públicas promovidas por la Administración y atendiendo a los criterios y objetivos determinados por ésta.

Como medios de fomento, Jordana de Pozas (Jordana de Pozas, 1949) distingue las siguientes modalidades:

1. Por la forma de actuación de la Administración:

- Medios positivos. A través de la concesión de ventajas a favor de los sujetos fomentados o de bienes (subvenciones, préstamos, uso de un bien de dominio público, etc.). En este caso podríamos encuadrar la figura de las incubadoras empresariales.
- Medios negativos. Imponiendo obstáculos o cargas sobre determinadas actividades a los sujetos (imposición de gravámenes con fines disuasorios y no con fines fiscales, prohibiciones, etc.).

2. Por el tipo de ventajas que concede la Administración:

- Medios honoríficos. Entre éstos, títulos honoríficos, condecoraciones y menciones especiales.
- Medios económicos. Éstos, a su vez, pueden clasificarse:
 - o De carácter real. El uso o aprovechamiento de un bien de dominio público o patrimonial de la Administración.
 - o De carácter financiero. Estos auxilios pueden ser directos e indirectos, entre los primeros:
 - Anticipos. Concesión de préstamos a intereses o tipos inferiores a los del mercado.
 - Premios y primas. Auxilios no periódicos accesibles si se cumplen determinados requisitos.
 - Subsidios. Se diferencian de los anteriores en que son de percepción periódica.
 - Subvenciones¹⁰. En la actualidad constituyen el medio de fomento más extendido, siendo definidas ya por el Art. 24 del Reglamento de

¹⁰ Obsérvese que la definición dada engloba dentro del concepto de subvención otros medios de fomento de tipo económico-financiero: becas, primas, premios y demás gasto de ayuda personal.

De ahí que, con mayor precisión, el art. 2 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, y más recientemente también el art. 2 de la Ley de Cantabria 10/2006, de 17 de julio, definen positiva y negativamente las subvenciones, entendiendo positivamente por subvención “toda disposición dineraria realizada por cualesquiera de los sujetos contemplados en el Art. 3 de esta ley, a favor de personas públicas o privadas, y que cumpla los siguientes requisitos:

- a) Que la entrega se realice sin contraprestación directa de los beneficiarios.
- b) Que la entrega esté sujeta al cumplimiento de un determinado objetivo, la ejecución de un proyecto, la realización de una actividad, la adopción de un comportamiento singular, ya realizados o por desarrollar, o la concurrencia de una situación, debiendo el beneficiario cumplir las obligaciones materiales y formales que se hubieran establecido.
- c) Que el proyecto, la acción, conducta o situación financiada tenga por objeto el fomento de una actividad de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública”.

Servicios de las Corporaciones Locales como “cualquier auxilio directo o indirecto, valorable económicamente, a expensas de las Entidades Locales, que otorguen las Corporaciones, y, entre ellos, las becas, primas, premios y demás gastos de ayuda personal”.

- Medios jurídicos. Consistentes en la concesión de dispensas frente a normas prohibitivas.

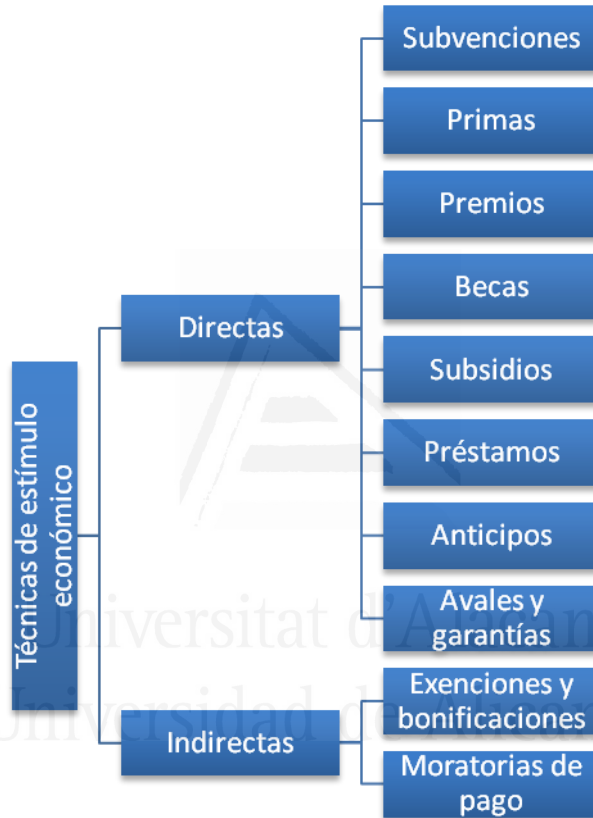


Ilustración 13. Esquema de las técnicas de estímulo económico
Fuente: Elaboración propia

3. Servicio Público. Identificado también como lo que se podría considerar de “prestación”. Tiene como finalidad satisfacer de manera directa las necesidades generales o ser de utilidad pública, bien con exclusión de los particulares, bien en concurrencia con éstos.

Desde un punto de vista legal, el Art. 85.1 LRBRL define los servicios públicos como “los que prestan las Entidades Locales en el ámbito de sus competencias”.

Garrido Falla (Garrido Falla, 1951) y el estudio realizado por Barroso y Castro (Barroso y Castro, 2011) distinguen tres etapas evolutivas en la prestación de servicios por las Administraciones:

1. Conocido por autores como el “Periodo de experimentación del Estado del Bienestar”, en la que la Administración gestionó de manera directa los servicios de carácter asistencial y social, como son la sanidad, la enseñanza o la llamada en su momento beneficencia. Esta atribución, en régimen de concurrencia y no en régimen de monopolio, se debió a que durante el siglo XIX fuerzas sociales como la Iglesia y las estructuras familiares que con anterioridad habían prestado estos servicios comienzan a perder capacidad económica y ha de ser la Administración quien las deba asumir. Se empieza a hablar desde ese momento de los servicios públicos.
2. Segunda etapa, denominada “Periodo de consolidación del Estado del Bienestar”, atribuida al periodo desde el final de la I Guerra Mundial hasta la segunda mitad de los años 40, momento en el cual la Administración pasa a ser titular monopolístico de servicios no tanto sociales o asistenciales, sino realmente de interés general. Se incorpora una variación respecto al periodo anterior, puesto que la prestación de éstos no es directa por la Administración sino indirecta por los particulares mediante concesión administrativa, a los que la entidad asigna una serie de funciones, pero con una clara delimitación de la forma de su cumplimiento.
3. Finalmente, en una tercera y última etapa, el “Periodo de consolidación del Estado del bienestar”, establecido a partir de la finalización de la II Guerra Mundial. Durante el mismo, la Administración comienza a gestionar directamente servicios públicos y también empresas que operan de forma directa en la economía, bien con la argumentación de que esos sectores estratégicos carecían de la suficiente cobertura, bien por el interés general, o también con el argumento de estimular la economía.

Los servicios públicos se vienen clasificando en atención a diversos criterios de la siguiente manera:

- En función de su titularidad: servicios públicos estatales, autonómicos y locales (esencialmente provinciales y municipales).
- Por su importancia:
 - o Esenciales. Que determinan la existencia del Ente Público titular del servicio (ej. defensa, justicia).
 - o Secundarios. No condicionan la existencia del Ente Público titular (ej. enseñanza, sanidad).
- Por la necesidad en su prestación:
 - o Obligatorios. La Administración está obligada a prestarlos (ej. para los Municipios, por razón de su población, los establecidos en el Art. 26 LRBRL).
 - o Facultativos. La Administración no debe prestarlos obligatoriamente (ej. para los Municipios, por razón de su población, aquellos que excedan de los establecidos en el Art. 26 LRBRL).
- Por los beneficiarios de los servicios:
 - o Universales. Benefician a toda la colectividad (ej. la enseñanza o la sanidad).
 - o Singulares. Benefician más directamente a unos ciudadanos que a otros (ej. servicios sociales a favor de las personas mayores).
- Por su relación con la actividad de los particulares y la consecuencia obligatoriedad para los ciudadanos:
 - o Monopolio/obligatorios. Servicios que solo pueden ser de titularidad pública y, por ende, los particulares solo pueden utilizar el servicio público y no un eventual servicio privado análogo.
 - o Libre concurrencia/facultativos. El mismo tipo de servicio puede ser de titularidad pública o privada y, por tanto, los ciudadanos pueden optar por utilizar el servicio público o el mismo servicio prestado por el sector privado (ej. servicio de biblioteca, instalaciones deportivas).

- Por el contenido del servicio: social (este sería el caso de sanidad, servicios sociales) o económico (ej. suministros, transportes).

A los efectos de la presente tesis doctoral, resulta de especial interés identificar, a partir del Art. 85.2 LRBRL, en redacción dada por la LMMGL, dos formas de gestión, la gestión directa o la indirecta:

1. Gestión directa. Es la propia Administración, sin particular interpuesto y, por tanto, asumiendo el riesgo económico de la explotación, la que asume la gestión del servicio que se quiere llevar a cabo. La gestión directa admite cuatro alternativas.

a) Gestión por la propia entidad local. Ésta, a su vez, puede ser una gestión:

Indiferenciada sin órgano especial. Es la conocida como burocracia administrativa, en que la prestación del servicio corresponde utilizando los propios órganos y personal de la correspondiente Administración titular del servicio. Esta modalidad suele comprender servicios de carácter asistencial o social y servicios administrativos.

Diferenciada mediante organización especializada. La prestación del servicio se efectúa por órganos creados al efecto, sin personalidad jurídica ni patrimonio propio, lo que les diferencia de los organismos autónomos locales. Al igual que la gestión directa de servicios públicos de forma indiferenciada, esta fórmula está también especialmente prevista para servicios sociales y asistenciales.

A continuación, se configura la llamada Administración Institucional, integrada por los llamados Entes Instrumentales creados a modo de “huida del derecho administrativo”¹¹ y que bajo el nombre genérico de ‘organismos públicos’ adoptan dos variantes:

b) Organismo autónomo local. Se rigen por el régimen jurídico público, por tanto, les son de aplicación, entre otras, la LRJ-PAC, el TRLCAP y la legislación presupuestaria. Los Organismos

¹¹Se pusieron de moda a principios de siglo como una alternativa para sortear la rigidez burocrática de las entidades matrices, pero su efectividad se ha visto cuestionada porque los ahorros que se pretendían eran limitados y las ventajas operativas, cuando las había, no compensaban el esfuerzo económico y de gestión que implicaban. En la actualidad se encuentran limitadas y en franco retroceso.

Autónomos están dotados de personalidad jurídica y patrimonio propio, si bien son dependientes de la Entidad Local que los crea. Tradicionalmente la LGP clasificaba a los Organismos Autónomos según el servicio público que prestaban en: Organismos Autónomos de carácter administrativo u Organismos Autónomos de carácter financiero, económico, industrial o mercantil (comerciales); sin duda una clasificación un tanto confusa que ha quedado olvidada. Ejemplos de organismos autonómicos locales serían un Instituto Municipal de Deportes, la Gerencia Municipal de Urbanismo, una Agencia de Desarrollo Local, etc.

c) Entidad pública empresarial local. A diferencia de los anteriores, éstas se rigen con carácter general por el derecho Privado, salvo:

- En la formación de la voluntad de sus órganos.
- En el ejercicio de las potestades administrativas que tengan atribuidas
- Y en otros aspectos concretos referidos en sus estatutos y en la legislación sobre haciendas locales.

En todo caso, estas Entidades deben ser diferenciadas de otras formas de personificación privada, como son las Sociedades Mercantiles participadas por Entes Públicos, que son consideradas como sector público desde un punto de vista económico, pero rigiéndose jurídicamente por el derecho privado, salvo en materia presupuestaria, contable, de control financiero, de control de eficacia y de contratación.

d) Sociedad mercantil local. En el caso en que el capital social pertenezca íntegramente a la entidad local o a un ente público de la misma.

Hace referencia a aquellas empresas constituidas con capital público de una entidad local, que se constituye a través de una forma mercantil. Se encuentra separada de la entidad matriz, que forma parte de la misma de manera accionarial, conservando, normalmente, la mayoría de la propiedad, lo que le da derecho a la validación de las decisiones que se tomen en su Consejo de Administración.

2. Gestión indirecta. Mediante las distintas formas previstas para el contrato de gestión de servicios públicos en el Art. 156 del Texto Refundido de la Ley de Contratos de las

Administraciones Públicas¹², que establece las siguientes formas de gestión que, no obstante, cierto sector doctrinal clasifica, a su vez, en:

- Gestión Indirecta *stricto sensu*. Caracterizada por la asunción del riesgo económico derivado de la explotación del servicio por parte de la persona que presta el servicio. Como posibles formas de gestión, nos encontramos:
 - Concesión. Propio de la prestación de servicios públicos de carácter económico, consiste en la prestación del servicio por un tercero (concesionario), que asume el riesgo y ventura, y se atiene a las condiciones fijadas en el contrato concesional con la Administración.
 - Concierto. Se caracteriza porque la Entidad Local, para la prestación del servicio, se vale de las instalaciones o establecimientos pertenecientes a otras personas o entidades, a cambio de la correspondiente compensación económica, y sin crear una nueva persona jurídica (ej. servicios sanitarios).
- Gestión mixta. A diferencia de la gestión indirecta *stricto sensu*, la gestión mixta viene caracterizada por una distribución de resultados entre la Administración y el particular prestador del servicio, derivados de la explotación del mismo. Son formas de gestión mixta:
 - Gestión interesada. La Administración y el particular participan en los resultados en la proporción que se establezca en el contrato, sin que se cree una nueva persona jurídica.
 - Sociedad de economía mixta. En la que la Administración participa (salvo que la ley autorice otra cosa, con participación mayoritaria) por sí o por medio de una entidad pública, en concurrencia con personas naturales o jurídicas. Supone la creación de una nueva persona jurídica.

¹²Aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, hoy entendido Art. 253 de la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público, vigente desde el 30 de abril de 2008.

Como veremos a lo largo del desarrollo de este proyecto de tesis doctoral, la forma jurídica y de gestión debería presentar un abanico no demasiado amplio de opciones a adoptar por parte de las entidades locales. De esta forma, bien la gestión directa o la realizada por un organismo autónomo deberían ser las formas más habituales, salvo que la entidad local ya cuente, previamente, con modelos más sofisticados, caso de una sociedad mercantil, a la que pudiera atribuirse la gestión del VE. En el caso de las universidades y cámaras de comercio, la figura habitual sería la gestión directa con personal propio, al igual que en el caso de los CEEIS y sus incubadoras, al constituirse en la forma de gestión que le es propia por sus propias características.

6.3.3. Marco jurídico de intervención de las políticas de fomento

El marco jurídico en el que se desarrolla el ámbito de actuación de las entidades locales, universidades y cámaras de comercio, objetivo de este trabajo en torno a los VE, principales promotoras de las incubadoras en nuestro territorio, viene recogido básicamente en la siguiente legislación:

En el ámbito autonómico y de legislación estatal que la afecta destacamos:

1. Constitución Española de 1978.
2. Estatuto de autonomía de la Comunidad Valenciana, de Ley Orgánica 5/1982, de 1 de julio, modificado por Ley Orgánica 1/2006 de 10 de abril.

En lo correspondiente a la normativa de ámbito local.

1. Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración local. BOE 30-12-2013.
2. Real Decreto 427/2005, de 15 de abril, por el que se regula la composición, las funciones y el funcionamiento de la Comisión Nacional de Administración local. BOE 02-05-2005.
3. Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de medidas para la modernización del gobierno local. BOE 17-12-2003.
4. Real Decreto 2568/1986, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales. BOE 22-12-

1986.

5. Real Decreto Legislativo 781/1986, de 18 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de las disposiciones legales vigentes en materia de Régimen Local. BOE 22 y 23-04-1986.
6. Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local. BOE 03-04-1985.
7. Decreto de 17 de junio de 1955, por el que se aprueba el Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales. BOE 15-07-1955.

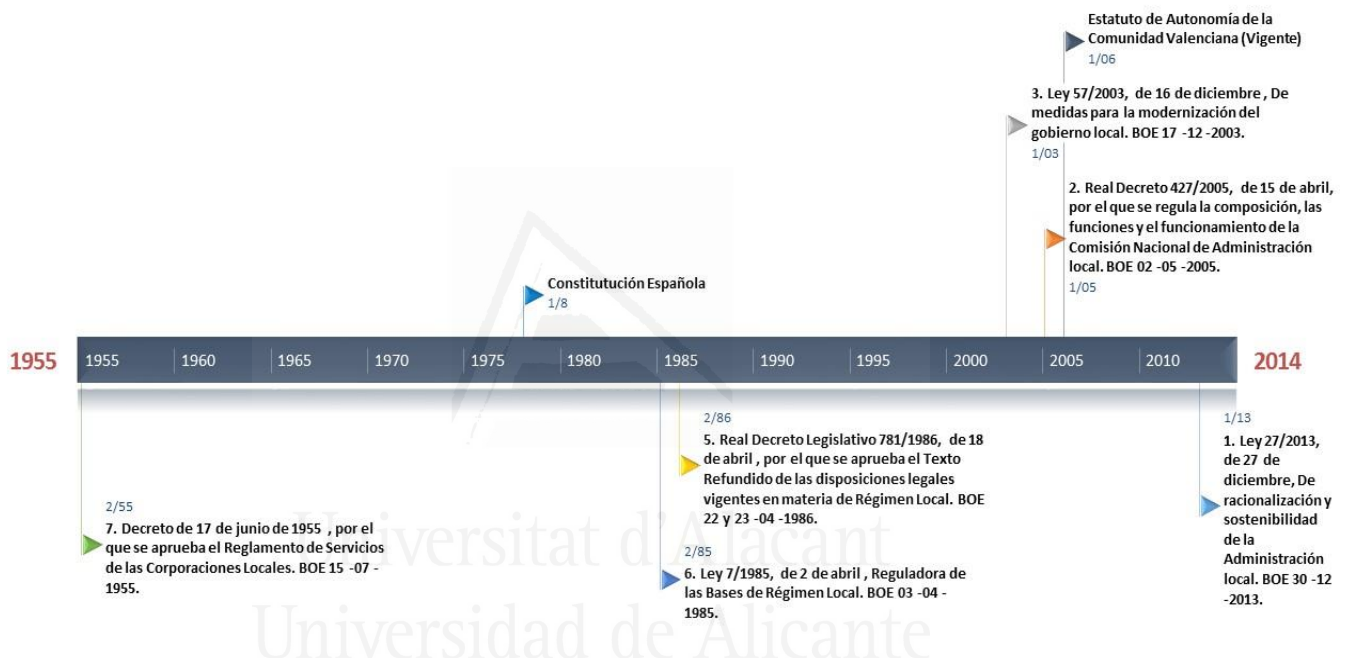


Ilustración 14. Línea de tiempo de normativa general y específica que afecta a las entidades locales que gestionan VE

Fuente: Elaboración propia

De efectos para las cámaras de comercio de nuestro ámbito de actuación, en la Comunidad Valenciana:

1. Ley 4/2014 de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, industria y navegación. BOE 02-04-2012.
2. Ley 3/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, de las Cámaras Oficiales de Comercio, Servicios, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana. DOGV 7500 de 08-04-2015.

6. Estado de la cuestión

6.3. Incentivos públicos para empresas



Ilustración 15. Línea de tiempo de normativa que afecta a las Cámaras de Comercio en su gestión de Viveros de empresas.

Fuente: Elaboración propia

En lo que corresponde a las universidades del territorio de nuestro ámbito de estudio:

1. Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades BOE 24-12-2001.
2. Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre de Universidades BOE 13-04-2007.
3. Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la calidad educativa. BOE 10-12-2013.
4. Resolución de 17 de mayo de 2012, que publica el Acuerdo de convalidación del Real Decreto-Ley 14/2012, de Medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo. BOE 25-05-2012.
5. Real Decreto-Ley 14/2012, de 20 de abril, de Medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo. BOE 21-04-2012.

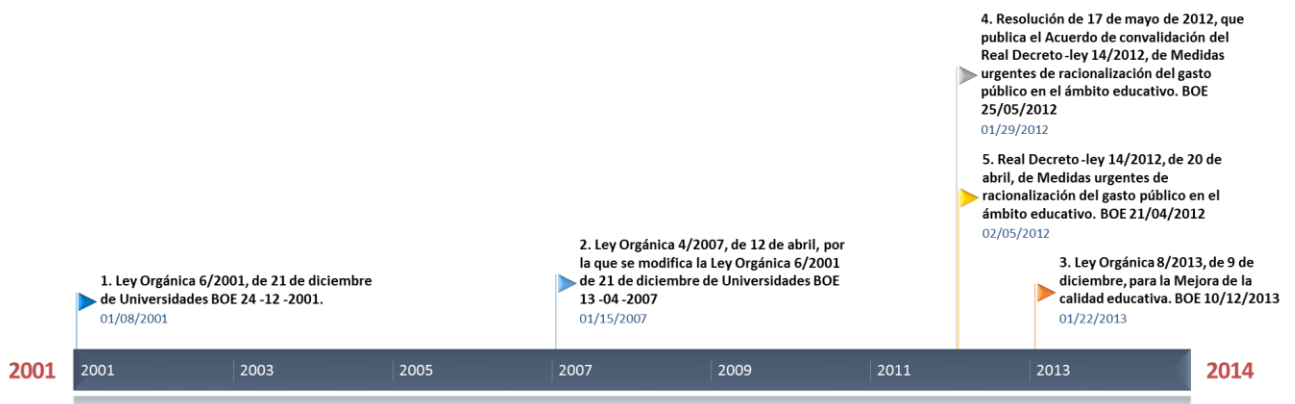


Ilustración 16. Línea de tiempo de la normativa principal que afecta a las universidades que gestionan incubadoras de empresas
Fuente: Elaboración propia

Habilitado el marco general de intervención, plasmados los rasgos generales de la actuación pública en la promoción empresarial y explicitado el marco jurídico en el que participan las entidades promotoras en nuestro ámbito de estudio, vamos a proceder a incorporar la materia tocante a la participación del sector público en el ámbito de los VE. No podemos olvidar que la actividad de las incubadoras de empresas tiene rasgos que lindan de forma muy estrecha con otras acciones que podrían parecer similares (la inmobiliaria, por caso), por lo que será necesario deslindar ambos sectores, clarificando y motivando el porqué de la participación pública en la dura tarea de la promoción empresarial.

Hay que destacar que en el caso de este estudio, nos referimos de manera exclusiva a aquellas incubadoras de empresas promovidas y gestionadas por las entidades del sector público, puesto que el sector privado no ofrece este tipo de servicios ya que o bien se trata de una mera actividad inmobiliaria o bien, a partir de una actuación inmobiliaria, han adicionado una serie de servicios, a modo de apéndice de su actividad principal, pero sin exigir una limitación ni de estancia ni de requisitos previos a las empresas, como sí debe ocurrir en el caso de los VE.

En el siguiente apartado nos centraremos en la problemática de la actuación pública, orientada de manera fundamental en lo recogido para el sector público, entendiendo por ello incluidas, en su parte conceptual, las entidades locales, las cámaras de comercio y las universidades, puesto que su naturaleza de servicios públicos homogeneíza la motivación de las mismas. Ciertamente, no son iguales los objetivos de los ayuntamientos y las cámaras, pero, como se podrá comprobar en los siguientes párrafos, su acción en pro del servicio a los intereses generales confluye en la misma dirección.

6.4. Las políticas de promoción de ámbito estatal¹³

Si algo ha caracterizado la actuación de la Administración en sus intentos de promover las empresas innovadoras ha sido la profusión en el uso de distintas herramientas para tratar de conseguir distintas finalidades. De entre ellas, las subvenciones e incentivos bajo diversas modalidades, en una variante de lo que se denominan acciones de fomento (véase página 87), ha estado presente en el elenco de intervenciones de los organismos encargados de gestionarlas. Siendo habitual que las competencias en materias de grandes políticas empresariales recaigan en las administraciones centrales, es normal que encontremos estudios de referencia en esta esfera en los que se aborda el impacto de programas de ayudas como elemento dinamizador del empleo en *start-ups* (Román, Congregado y Millán, 2013), en el que los autores analizan el efecto de dichos incentivos de manera paralela a la correlación con otros elementos como la flexibilidad de la legislación laboral o la situación económica del país, que en su opinión pueden tener un efecto compensador importante.

Otros trabajos han planteado la efectividad de los incentivos para impulsar la innovación encontrándose efectos positivos en la creación de nuevos puestos de trabajo (Harrison, Jaumandreu, Mairesse y Peters, 2014). Moretti y Wilson (Moretti y Wilson, 2014) se centran específicamente en los empleos cualificados del sector de la biotecnología, encontrando relaciones igualmente positivas entre las ayudas y la creación de puestos de trabajo cualificados.

En España, también son numerosos los estudios que han tratado de explicar el impacto de las intervenciones de la Administración estatal sobre el empleo y la creación de empresas innovadoras (X. González, Jaumandreu, y Pazó 1999; Benito *et al.*, 2006), con resultados

¹³Se ha obviado lo referente a las políticas de promoción de ámbito de la Unión Europea, puesto que la mayor parte de las mismas se articulan a través de los estados miembros. Es cierto que recientemente se han incorporado nuevas vías para que las empresas intervengan y soliciten ayudas directamente a la UE, pero estos programas no se encontraban operativos en el periodo de valoración del proyecto, 2004-2014. También se ha considerado la necesidad de no incorporar información que podría ser redundante en términos de aportación de valor, pero con un importante impacto en el volumen final de este trabajo.

contrapuestos. De esta forma, mientras para F. Benito (F. Benito, 2009) no se puede hablar de que se pueda constatar que la situación en los municipios que han recibido financiación para proyectos de empresas haya contribuido a una mejora económica de estos, resultados que achacan al deficiente diseño de la Ley y a una ejecución mejorable, en el caso de González, Jaumandreu y Pazo sí se constatan correlaciones positivas entre las aportaciones del sector público sobre las empresas innovadoras.

6.5. Las iniciativas de carácter autonómico y local

Las administraciones públicas locales, a raíz del desarrollo de las distintas normativas que les han ido confiriendo mayores competencias de gestión y regulación, se han erigido en los principales abanderados del desarrollo local. La creación de empleo, junto a la orientación de sus actuaciones tendentes a lograr mejora de la calidad de vida son dos de los factores que han merecido la mayor atención por parte de los ayuntamientos (Clemente Hernández, 2005; Generalitat Valenciana, 2001; Soriano Hernández, 2005). Para lograr el progreso en sus municipios, la implantación de empresas en los territorios de su jurisdicción es una de las posibilidades que a medio y largo plazo parecen contribuir con mayores garantías al logro de este objetivo (Ondátegui, 2001).

La captación de empresas para su asentamiento en un territorio próximo repercute de manera positiva en el entorno sobre el que estas sociedades operan. Impactos sobre generación de empleo, dinamización de su sector y de otros con los que se relaciona, mayores ingresos para las arcas municipales y, en definitiva, la creación de riqueza son sólo algunos de estos beneficios antes aludidos (Ponce Herrero, 2001). Es cometido de dichas administraciones, pues, el establecimiento de condiciones que incentiven el acomodo de las empresas en las proximidades de sus poblaciones. Apoyar la implantación de estas sociedades mediante el fomento de las condiciones que favorezcan este asentamiento será la principal función del legislador circunscrito al ámbito local.

Es por ello por lo que la actividad administrativa de fomento se define por la Administración Pública con el objetivo de modular la actividad de los particulares, incentivando

la toma de decisiones por parte de éstos en la dirección que las entidades públicas entienden más favorecedora para el conjunto de la sociedad. De hecho, la propia palabra 'fomento' implica la existencia de un elemento de carácter positivo y que alude a la necesidad de producir algún tipo de beneficio para la sociedad hacia la que se dirigen este tipo de acciones (Such y Belso Martínez, 1998).

6.5.1. Distribución competencial del ámbito de la promoción económica como marco de la puesta en marcha de los viveros de empresas

La actuación del Estado y de las diferentes administraciones siempre ha estado presente y ha influido en la actividad privada de los ciudadanos. Esta interferencia de lo público en la esfera privada ha experimentado diferentes modulaciones en las que el grado de intervención ha sido mayor o menor según la época. Así, durante las monarquías absolutistas, el grado de intervención administrativa en la actividad privada limitaba la libertad individual al máximo, a favor de los intereses colectivos. Por su parte, las estructuras administrativas de los estados liberales se han abstenido de toda intervención excepto para el mantenimiento del orden público.

Siguiendo el concienzudo análisis que del Art. 103 de la Constitución realiza el profesor García Trevijano (García Trevijano, 2003), se concluye que el mencionado precepto constitucional “La Administración Pública sirve con objetividad los intereses generales” resulta el eje sobre el que debe orbitar la actuación de la Administración. El principio del interés general se instaure de esta manera como un principio constitucionalizado, que debe estar presente y guiar cualquier actuación de la Administración, independientemente de cuál sea su naturaleza (García Trevijano, 2003). Este precepto, incardinado con el Art. 40.1, que indica que “los poderes públicos promoverán las condiciones favorables para el progreso social y económico y para una distribución de la renta regional y personal más equitativa, en el marco de una política de estabilidad económica. De manera especial realizarán una política orientada al pleno empleo”, delimita el marco de actuación de las administraciones públicas, para las que luego la correspondiente funcional. Según Aranda Álvarez (Aranda Álvarez, 2003), el Art. 40 de la CE es uno de los preceptos que mejor justifican la denominación de “Principios rectores de la política

social y económica” recogidos en el Capítulo III del Título I de la Constitución. Con el Art. 40 se están recogiendo contenidos con un rango que le confieren la característica de norma programática que contribuye también a aquilatar la consecución de un fin de interés general “pero sin poner los medios y las condiciones para su realización”. Tal como se deduce de la lectura de este Art. 40, los fines de interés general que se persiguen son: la redistribución de la riqueza, como un exhorto que se aplicará tanto al ámbito personal (véase el criterio de progresividad en el impuesto sobre la renta de las personas físicas –IRFP–) pero también en el específico territorial (como es el caso del Fondo de Compensación Interterritorial instaurado precisamente para corregir los desequilibrios económicos entre las distintas regiones españolas); el pleno empleo (actualmente un apartado que daría mucho que hablar por la lejanía de este objetivo); y la mejora de las condiciones laborales para los trabajadores, que ejerce de bisagra en el marco de las interrelaciones entre la empresa y los trabajadores por cuenta ajena.

La consecuencia del Art. 103 es que la Administración no goza de autonomía de alcance similar al que es propio de los sujetos de derecho privado, sino que se encuentra limitada por la obligación de contribuir al interés general, que se constituye en su guía inequívoca de actuación. No ocurre igual con el sector privado, para quien su principal finalidad es maximizar su beneficio. En este caso, la Administración detrae (de forma impositiva, por ejemplo) parte de este beneficio para contribuir igualmente al ‘bien común’, en lo que Adam Smith llamaba los efectos de la ‘mano invisible’ (Smith, 1759). La actuación de la Administración deberá estar orientada hacia la búsqueda y prosecución del interés público que le corresponda en función de sus atribuciones, por lo que el cumplimiento del Art. 103.1 de la Constitución le impedirá apartarse de este fin.

La manera en la que la Administración plantea alcanzar este objetivo de servicio objetivo de los intereses generales se formula a partir de una doble perspectiva: la primera, en la que establece los preceptos con los que pretende articular sus intenciones; otra, instrumentando contenedores legales que confinen de manera más expeditiva la finalidad que se pretende. De esta forma, el ordenamiento jurídico ha establecido figuras y mecanismos tendentes a evitar desviaciones de la Administración respecto de lo que deba considerarse como interés público a alcanzar, en cada momento, y en función de las circunstancias. De acuerdo con el articulado anteriormente referenciado, las entidades locales, las cámaras de comercio y las universidades tienen sus propios fines, pero constreñidos por la obligación de contribuir a los intereses

generales. Cosa distinta, no siempre suficientemente nítida, es el alcance de la redacción de los articulados abiertos, genéricos, con un constructo literario que pretende dejar una puerta abierta a través de la incorporación de literatura del tipo “cualesquiera otras acciones que, en el ámbito de sus fines, contribuyan a mejorar el impacto de sus intervenciones”. A controlar este tipo de posibles desviaciones se dedican diferentes normas como la Ley 6/1998 de conductas penales tipificadas (por ejemplo, la prevaricación) o ilícitos administrativos como la desviación de poder (Arts. 63.1 de la Ley 30/1992 y 70.1 de la Ley 29/1998), que encuentran su fundamento en el contenido del Art. 103.1 de la Constitución, al que de manera reiterada referencio.

Pero que las figuras a través de las que opera la Administración deban ser garantes de la consecución del interés general o público no significa que dicha meta pueda alcanzarse a cualquier precio. En este sentido, es necesario llevar a cabo una reflexión en la que se impone distinguir entre medios y fines. En cuanto a los fines, resulta claro de la lectura del Art. 103 CE que el interés público general se erige en el norte a alcanzar por la Administración. Sin embargo, ni el Art. 103 ni el Art. 40 ni ningún otro precepto de la Constitución ofrecen una definición taxativa de lo que deba considerarse como tal interés público. Apartarse del recto entendimiento de tal concepto jurídico (interés público), puede hacer quebrar la estructura sobre la que se asienta la actuación de una Administración en un Estado de derecho. No es extraño encontrarse en la práctica con posturas administrativas encontradas en las que el incumplimiento de las obligaciones de la Administración con un interesado se justifica con que con ello se generará beneficio para la comunidad, aunque se perjudique injustamente al administrado (García Trevijano, 2003). Obviamente, esta forma de entender el interés público no se corresponde con lo que el manido Art. 103.1 de la Constitución pretende garantizar. Y ello precisamente enlaza con los medios (y límites) que podrá utilizar la Administración para alcanzar el interés público en su interpretación más pura.

El Art. 103.1 de la Constitución impone explícitamente a las diferentes administraciones que sirvan al interés público, pero que lo hagan con “objetividad” y con “sometimiento pleno a la ley y al derecho”. Estos dos límites, junto con otros no explícitamente citados en el precepto constitucional, garantizan la interdicción de la búsqueda del fin sin atender a los medios, de tal forma que se hace corresponder con un principio de proporcionalidad al vincular unos y otros. La objetividad en el actuar de la Administración excluye la utilización de medios discriminatorios

o justificados en razones meramente subjetivas. De igual manera, aunque con una formulación más amplia, esa prosecución del interés público sólo podrá materializarse dentro de la legalidad, es decir, con sometimiento pleno a la ley y al derecho (García Costa, 2011). Esto implica que toda extensión de la Administración deberá estar sometida al imperio de la ley y, por tanto, gestionada a partir de una regulación que habrá de precisar la motivación, alcance y propósitos de la actuación que las justifica. Para el proponente de esta tesis doctoral resulta de especial interés, máxime para el ámbito en el que desarrollamos la intervención, el de la promoción económica, el contenido del Art. 54 de la LRJPAC, que con relación a los requisitos de los actos administrativos establece que “serán motivados, con sucinta referencia de hechos y fundamentos de derecho”, enunciando una serie de supuestos de obligatoria motivación. No entiende García de Entrerría (García de Entrerría, 2014), idea que comparto con él, que tal motivación quede restringida a estos preceptos, indicando este autor que “motivar un acto administrativo es reconducir la decisión que en el mismo se contiene a una regla de derecho que autoriza tal decisión o de cuya aplicación surge. Por ello, motivar un acto obliga a fijar, en primer término, los hechos de cuya consideración se parten y a incluir tales hechos en el supuesto de una norma jurídica; y en segundo lugar, a razonar cómo tal norma jurídica impone la resolución que se adopta en la parte dispositiva del acto”.

En el mismo sentido, Fernández Vázquez (Fernández Vázquez, 1981) sostuvo que la motivación, la justificación del acto, positivo o restrictivo, es la legalidad del acto administrativo, pues justifica el cumplimiento de los elementos normativos (aspectos reglados del acto) y de los valores de apreciación sobre el mérito y la razonabilidad (aspectos discrecionales del acto) agregando que “la motivación no sólo tiene por finalidad conocer con mayor certeza y exactitud la voluntad que se manifiesta en el acto administrativo, sino hacer posible su control o fiscalización, estableciendo la necesaria relación de causalidad entre los antecedentes de hecho, el derecho aplicable y la decisión adoptada”. Es evidente que el día a día de la Administración exige esta extensión de la interpretación que del Art. 103 de la CE realizan ambos autores y que no tiene otra finalidad que garantizar que, aun en el caso de que en ámbitos como el del desarrollo local exista la propia iniciativa de la Administración como es el caso de las iniciativas de promoción económica, ésta quede restringida y sujeta al cumplimiento de determinados fines que deben constar como parte de su fundamentación.

En tal sentido, ha señalado Marienhoff (Marienhoff, 1983) que “mientras mayor sea la potestad atribuida a una autoridad, mayor debe ser el celo de ésta para demostrar que en el ejercicio de su poder legal obró correctamente, y que el acto emitido se adecua a los respectivos antecedentes de hecho y de derecho”. García de Entrerría y Ramón Fernández (García de Entrerría y Ramón Fernández, 2011), apuntan que “particularmente importante es la exigencia de motivación de los actos discrecionales, etc. por estimar que la expresión de los motivos, en cuya virtud la Administración ha optado por una concreta solución entre las muchas posibles, es sencillamente fundamental a efectos del control jurisdiccional”. A partir de las directrices emanadas del Derecho Positivo, el Art. 21 del Decreto 30/003 (“Normas de Conducta de la Función Pública”) establece que bajo el apartado de “Motivación de la decisión” queda determinado el hecho de que “tratándose de actos discrecionales, se requerirá la identificación clara de los motivos en que se funda la opción, en consideración al interés público”, con lo que existe una norma concreta que recoge esta concepción sobre la mayor relevancia de la motivación en el ejercicio de potestades discrecionales.

El Art. 103.1 alude en singular a la Administración Pública, lo que de ninguna manera significa que las afirmaciones que se contienen en dicho apartado sean exclusivamente referibles a la Administración del Estado. El Art. 103.1 dispersa su campo de actuación a cualquier Administración pública, de manera que las garantías y exigencias que del mismo se desprenden beneficiarán o restringirán la actuación de cualquier Administración Pública y, por ende, afectarán en lo que corresponda a cualquier ciudadano en sus relaciones con las diferentes administraciones públicas. Dicho esto, es obvio que los “intereses públicos” a los que alude el Art. 103.1 deben ponerse en correlación con cada una de las competencias de las administraciones existentes, lo que puede llevar en ocasiones –y así ocurre a veces en la práctica– a un conflicto de intereses públicos: dos o más administraciones, en cumplimiento de su obligación de servir a los intereses públicos que les corresponden, adoptan medidas –cada una de ella dentro de su ámbito competencial– contradictorias o que entran diferente derivada, no siempre conexas, o lo que han tratado de corregir con sendas normativas, ha generado la colusión o duplicidad de actuaciones. Caso paradigmático ha sido el del empleo, supuestamente en tierra de la Administración autonómica, aunque *de facto*, con una importante carga por parte de las entidades locales.

Por otra parte, esta argumentación anterior respecto al precepto constitucional se refuerza en normativas de rango inferior. Así, la Ley 30/1992 LRJPAC recoge literalmente en su Art. 3.1 el contenido del Art. 103.1 de la Constitución, modificando exclusivamente la referencia a las Administraciones Públicas en plural. A los citados principios, añade el mandato legal que las Administraciones deberán respetar en su actuación los principios de buena fe y confianza legítima. En sus relaciones con otras Administraciones Públicas se regirán por el principio de cooperación y colaboración; en sus relaciones con los ciudadanos, bajo los principios de transparencia y participación y siempre actuando con criterios de eficiencia y servicio a los ciudadanos (De la Torre Díaz, 2000).

El principio de jerarquía, que en el contexto de las políticas de empleo y promoción económica resultará clave a la hora de determinar el ámbito competencial de cada uno de los niveles de la Administración (autonómica y local, en el caso que nos ocupa¹⁴), previsto en el Art. 103.1 de la Constitución hay que ponerlo en conexión con la estructura interna de cada Administración Pública como principio general de organización administrativa, precisamente por considerarse que la jerarquía constituye un instrumento útil para alcanzar una mayor eficacia en la actuación administrativa al sobre ponderarse los intereses de la Administración superior sobre la inferior. A él se alude como principio general en el Art. 3.1 de la Ley 30/1992, así como en otros preceptos del mismo texto legal (García Trevijano, 2003). Al crearse un órgano administrativo, será preciso determinar su integración en la estructura administrativa y, en consecuencia, su dependencia jerárquica y las limitaciones legales que el órgano superior impone al inferior (caso de la normativa estatal, que subyuga a la autonómica y ésta, a su vez, a la local, con las correspondientes ramificaciones que atañen tanto a las universidades como a las cámaras de comercio, entre otras). Este sería el caso de los organismos autónomos, tanto en lo que corresponde a las entidades locales, como a la Administración autonómica (en la actualidad y para el ámbito de la política de promoción empresarial e industrial, reside su actuación en el

¹⁴ Consideramos incluidas tanto las universidades como las cámaras de comercio, a efectos de este estudio.

IVACE), que deben ser constituidos e integrados en la propia estructura de la Administración que las acoge.

Sin necesidad de examinar las diferencias entre los principios de descentralización y desconcentración, únicamente conviene resaltar que la descentralización se da entre entidades públicas (Administraciones Públicas) con una personalidad jurídica diferenciada, siendo así que la Constitución establece un sistema descentralizado.

La desconcentración (en contraposición a la descentralización¹⁵ –que se da entre entidades públicas con personalidad jurídica diferenciada–) se produce en el seno de una misma Administración Pública y responde a la idea de trasladar competencias de arriba hacia las entidades subordinadas en el orden jerárquico. En cuanto al principio de desconcentración, aunque también aludido en el Art. 3.1 de la Ley 30/1992 LRJPAC, sin embargo, ni la Constitución ni la Ley 30/1992 establecen o ni siquiera marcan el grado de desconcentración que se puede permitir. A mayor abundamiento, el Art. 12.2 de la Ley 30/1992 señala que la titularidad y el ejercicio de las competencias atribuidas a los órganos administrativos podrán ser desconcentrados en otros jerárquicamente dependientes de aquéllos en los términos y con los requisitos que prevean las propias normas de atribución de competencias. Por tanto, ni el Art. 103.1 ni ningún otro precepto de la Constitución determina, con una mayor o menor aproximación, el grado de desconcentración que deba alcanzarse. Ello se traduce en que cabe un amplio abanico de posibilidades en el marco de la Constitución, aunque siempre desde el punto de vista de que la desconcentración, como principio, debe estar presente al estructurar cada Administración Pública. A excepción de la profusión de normativa que desde el año 2012 comenzó a generar la maquinaria estatal (pongamos por caso la Resolución de 17 de mayo de 2012, que publica el Acuerdo de convalidación del Real Decreto-Ley 14/2012, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo, de BOE 25-05-2012; o la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración local,

¹⁵ En este sentido, resulta de interés el artículo de Mas Verdú y Ribeiro Soriano (Mas Verdú y Ribeiro Soriano, 2008) en el que plantean que se está produciendo una creciente descentralización dirigida a emprendedores que se pretenden adaptar a las características de cada territorio.

publicada en el BOE de fecha 30-12-2013, entre otras), nada se había hecho hasta el momento para deslindar el ámbito competencial, necesidad legislativa acallada por la abundancia de fondos que a todas las administraciones satisfacían.

Finalmente, el principio de coordinación se presenta como un elemento clásico en la necesidad que tiene el sector público para lograr una actuación eficaz por parte de las Administraciones Públicas, máxime si se tiene en cuenta la superposición que en numerosas ocasiones se produce, con un mayor o menor alcance, entre competencias de distintas entidades públicas. No en vano el Tribunal Constitucional ha recordado reiteradamente la necesidad de que las Administraciones se coordinen, lo que, entre otras cosas, evitaría un gran número de conflictos de competencias. A tal fin, por ejemplo, en los Arts. 5 y ss. de la Ley 30/1992 se regulan las Conferencias Sectoriales y otros órganos de cooperación, los convenios de colaboración que pueden suscribirse entre Administraciones Públicas, así como los planes y programas conjuntos.

6.5.2. Instituciones autonómicas de referencia en la puesta en marcha y tutela de los viveros de empresas en la Comunidad Valenciana

En este caso, y directamente implicadas con la puesta en marcha de los VE, existen dos figuras fundamentales en la estructura autonómica:

El Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) es una entidad de derecho público de la Generalitat Valenciana adscrita a la Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo¹⁶. El anterior Instituto de la Pequeña y Mediana Industria de la Generalitat Valenciana (IMPIVA) pasó a denominarse Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) a raíz del D/L 7/2012 de 19 de octubre del Consell, de Medidas de Reestructuración y Racionalización del Sector Público Empresarial y Fundacional de la Generalitat. Los fines del Instituto son la gestión de la política industrial de la Generalitat y el apoyo a las empresas en materia de

¹⁶ Utilizamos la denominación vigente durante el periodo de estudio. En la actualidad se denomina Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo.

innovación, emprendimiento, internacionalización y captación de inversiones, así como la promoción de enclaves tecnológicos, la seguridad industrial de productos e instalaciones industriales, la metrología, vehículos y empresas y el fomento del ahorro, la eficiencia energética y las fuentes de energías renovables, y la gestión de la política energética de la Generalitat.

Los Centros Europeos de Empresas Innovadoras (CEEI) de la Comunidad Valenciana tienen por finalidad apoyar y dar facilidades a la creación de nuevas empresas o líneas diversificadoras de empresas ya existentes que aportan una actividad innovadora en la zona donde están instaladas.

Los CEEI están configurados como asociaciones sin ánimo de lucro, con participación de organismos de la Administración autonómica y local y también de varias entidades económicas, financieras, empresariales y sociales.

Los ejes principales sobre los cuales se vertebra la actividad de los CEEI de la Comunidad Valenciana son dinamizar los recursos locales para estimular y favorecer la creación y el desarrollo de empresas innovadoras, y promover la innovación como factor estratégico con el objetivo de contribuir a la modernización del tejido empresarial valenciano.

La red de CEEI de la Comunidad Valenciana está integrada por cuatro CEEI ubicados en las localidades de Alcoy, Castellón de la Plana, Elche y Valencia, los cuales a su vez están asociados a la red española ANCES (Asociación Nacional de CEEI Españoles) y a la red europea EBN (European Business and Innovation Centras Network).

Como podemos comprobar, la jerarquía entre órganos administrativos incidirá también para la delimitación de competencias cuando no estén atribuidas específicamente a un órgano determinado o para resolver conflictos de competencia, positivos o negativos, caso específico de la actividad de promoción de los viveros de empresa. Igualmente, permitirá la utilización de técnicas como la avocación (recogida en el Art. 14 de la Ley 30/1992, técnica del derecho administrativo utilizada para regular la organización de la Administración pública para la traslación del ejercicio de la competencia para resolver un asunto concreto) y delegación de competencias (Art. 13 del mismo texto legal, indicativo de la traslación de un ente u órgano superior a otro de nivel inferior del ejercicio de una competencia, reteniendo el delegante la titularidad de la misma), aunque en este último caso se permite –frente a lo que había sido

tradicional– que la delegación del ejercicio de competencias pueda producirse en favor de órganos no jerárquicamente dependientes. Entre ambas encontraríamos la encomienda de gestión (Art. 15) que se diferencia de la delegación de competencias en que ésta se realiza por algo temporal, no definitivo, y sólo por razones de eficacia o cuando el que encomienda no tiene los medios necesarios para realizar una tarea y se solicita a otra que lo haga.

Lo cierto es que, en el caso de las incubadoras de empresas, y con seguridad abonado por la abundancia de los tiempos de riqueza descontrolada, ninguna Administración reparó (o quiso reparar) en que desde diferentes estadios de lo público se estaban generando instrumentos similares (VE) que incluso en determinadas ocasiones podían estar entrando en competencia entre sí.

6.5.3. Promoción de las incubadoras de empresas por parte de las universidades valencianas

En lo que corresponde a la promoción de las incubadoras de empresas impulsadas por las universidades, la justificación legal la encontramos en la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, y concretamente en el Art. 41, “Fomento de la investigación, del desarrollo científico y de la innovación tecnológica en la universidad”. Explicita en el apartado segundo que “el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico corresponderá en el ámbito universitario a la Administración General del Estado y a las comunidades autónomas, de acuerdo con la legislación aplicable, sin perjuicio del desarrollo de programas propios de las universidades y con la finalidad, entre otros objetivos, de asegurar: g) la vinculación entre la investigación universitaria del sistema productivo, como vía para articular la transferencia de los conocimientos generados y la presencia de la universidad en el proceso de innovación del sistema productivo y de las empresas. Dicha vinculación podrá, en su caso, llevarse a cabo a través de la creación de empresas de base tecnológica a partir de la actividad universitaria, en cuyas actividades podrá participar el personal docente e investigadora de las universidades conforme al régimen previsto en el Art. 83”. Por lo tanto, la propia norma que regula el funcionamiento de las universidades ya indicaba de forma nítida que las propias universidades deberían generar procesos que incentivaran la creación de empresas a partir de

sus propios desarrollos científicos que generan tecnología que pudiera ser vendida en el mercado.

6.5.4. Promoción de los viveros de empresas por parte de las cámaras de comercio

Al igual que ocurre con las universidades, el fundamento de la participación de las Cámaras de Comercio en la puesta en marcha de VE debe rastrearse en sus propias normas constituyentes. En este sentido, la Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, en su preámbulo establece que “las cámaras oficiales de comercio, industria, servicios y navegación son corporaciones de derecho público que realizan funciones de carácter consultivo y de colaboración con las administraciones públicas en todo aquello que tenga relación con la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria, la navegación y los servicios”. Es en su Art. 3 donde se establecen sus fines al indicar que “las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación tienen como finalidad la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria, los servicios y la navegación, así como la prestación de servicios a las empresas que ejerzan las indicadas actividades. Asimismo, ejercerán las competencias de carácter público que les atribuye esta Ley y las que les puedan ser asignadas por las Administraciones Públicas con arreglo a los instrumentos que establece el ordenamiento jurídico. Las actividades a desarrollar por las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, para el logro de sus fines, se llevarán a cabo sin perjuicio de la libertad sindical y de asociación empresarial, de las facultades de representación de los intereses de los empresarios que asuman este tipo de asociaciones y de las actuaciones de otras organizaciones sociales que legalmente se constituyan”. Habremos de convenir que ni del apartado declarativo del preámbulo ni de la lectura de los fines se puede colegir que las cámaras tengan encomendada la misión de la puesta en marcha de VE, salvo que nos acogamos a la cláusula abierta por la que pueden ejercer competencias asignadas por las administraciones públicas.

Nos encontramos ya en el Art. 5, en el que se desglosan sus funciones y entre los preceptos que podrían validar la iniciativa de las incubadoras podríamos encontrar los siguientes:

“f) Tramitar, en los casos en que así sean requeridas por la Administración General del Estado, los programas públicos de ayudas a las empresas en los términos en que se establezcan en cada caso, así como gestionar los servicios públicos relacionados con las mismas cuando su gestión le corresponda a la Administración del Estado.

»j) Impulsar actuaciones dirigidas al incremento de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, y fomentar la innovación y transferencia tecnológicas a las empresas.

»l) En caso de que la autoridad de gestión de los Fondos de la Unión Europea lo considere procedente, las cámaras podrán participar en la gestión de Fondos de la Unión Europea dirigidos a la mejora de la competitividad en las empresas.

»...

»2. También corresponderá a las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación desarrollar las funciones público-administrativas que se enumeran a continuación, en la forma y con la extensión que se determine, en su caso, por las Comunidades Autónomas.

»b) Colaborar en la elaboración, desarrollo, ejecución y seguimiento de los planes que se diseñen para el incremento de la competitividad del comercio, la industria, los servicios y la navegación.

»c) Colaborar con las Administraciones Públicas como órganos de apoyo y asesoramiento para la creación de empresas.

»3. Las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación podrán llevar a cabo otras actividades, que tendrán carácter privado y se prestarán en régimen de libre competencia, que contribuyan a la defensa, apoyo o fomento del comercio, la industria, los servicios y la navegación, o que sean de utilidad para el desarrollo de las indicadas finalidades y, en especial, establecer servicios de información y asesoramiento empresarial. Asimismo, podrán difundir e impartir formación en relación con la organización y gestión de la empresa; prestar servicios de certificación y homologación de las empresas y crear, gestionar y administrar bolsas de franquicia, de subproductos, de subcontratación y de residuos, así como lonjas de contratación, cumpliendo los requisitos exigidos en la normativa sectorial vigente para el ejercicio de estas actividades”.

Nada indica el reciente Real Decreto 669/2015, de 17 de julio, por el que se desarrolla la Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, al referirse a aspectos organizativos, electorales, de régimen jurídico, económico y del alcance de la tutela de la Administración.

La Ley 3/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Comunidad Valenciana (DOCV núm. 7500 de 08-04-2015), desarrolló la Ley 4/2014, Básica de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación en el ámbito de la Comunidad Valenciana, y afecta por tanto a las actuales cinco cámaras de nuestro territorio: las cámaras de Alcoy, Alicante, Castellón, Orihuela y Valencia, además de a su Consejo de Cámaras, constituido ya en 1978 por acuerdo de todas las cámaras, y formalmente como órgano consultivo y de colaboración con la Generalitat mediante el Decreto 81/1996 de 16 de abril, del Gobierno Valenciano, por el que se crea el Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana. Pues bien, en ésta, prácticamente se realiza una transposición de la norma estatal en lo que a los temas funcionales y operativos se refiere.

Por lo tanto, vemos, a la vista de la normativa que las regula, cómo la implicación en la creación de VE de las cámaras de comercio no emana de una asignación funcional directa, sino a partir de iniciativas colaterales que las han habilitado para la creación, puesta en marcha y gestión de las incubadoras.

6.5.5. Promoción de los viveros de empresas desde las entidades locales

Los VE son un ente complejo que transita en el sector público. Dependiendo de las funciones que se realicen en él, podrá ser una actividad de fomento (cesión de espacios a un precio menor al de mercado, asimilable a la subvención o al beneficio fiscal si supone una reducción de precio respecto de otros espacios municipales), o un servicio público si en el mismo se realizan otras actividades de intermediación con el mercado, de formación, apoyo, agilización administrativa, etc.

Con especial referencia a lo tocante a las entidades locales, el Art. 25 de la remozada Ley 7/85 establece en su apartado 2.º que “el municipio ejercerá en todo caso como competencias propias, en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas en las siguientes materias: d) infraestructuras viarias y otros equipamientos de su titularidad”.

Obviamente la entrada en vigor de la ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración local ha venido a matizar el alcance de la norma de base. Esta norma ha redefinido el sistema de competencias locales con la finalidad de evitar las duplicidades: “una Administración, una competencia”. De igual manera, pretendía racionalizar la estructura organizativa, garantizar un control financiero y presupuestario más riguroso, sobre todo en aquellas entidades, ya es problemas económicos, y, por otro lado, favorecer la iniciativa económica privada.

En lo que afecta al servicio de los VE habremos de reseñar que la redefinición del sistema de las competencias locales que pretende dar la ley 27/2003 tiene dos elementos fundamentales: uno por la nueva redacción dada al Art. 7 de la Ley 7/85, en el que se definen las competencias propias, las competencias por delegación y las competencias distintas a las propias, de tal forma que esta distribución no ponga en riesgo la sostenibilidad financiera de la hacienda municipal, se evite la ejecución simultánea y se incorpore la necesidad de realizar informes preceptivos y vinculantes para cada una de ellas. En este mismo sentido, la nueva redacción dada a los Arts. 26, 27 y 28 de la Ley 7/85 plantea, desde los servicios obligatorios, la modificación de latentes diputaciones, explícita las competencias delegadas, así como el contenido del acuerdo de delegación añadiendo para este último sus alternativas de financiación. Se elimina de igual manera el epígrafe destinado a actividades complementarias.

Por otro lado, se encuentra la redacción nueva del Art. 25 de la ley 7/85 en el que se regulan las competencias propias, se modula la cláusula general de intervención en los ámbitos competenciales y se presenta un nuevo listado de materias para la atribución de competencias propias.

Hay que destacar que el Art. 25 de la Ley 7/85 no contiene un listado de competencias municipales, sino un listado de materias en que las leyes (estatales y autonómicas) deben atribuir necesariamente competencias a los municipios. De esta forma, es precisamente este Art. 25 el que actúa como garantía (principalmente frente al legislador autonómico) de la autonomía local.

Observamos que no atribuye competencias, función reservada a la legislación sectorial, sino que reserva y garantiza un ámbito material de competencias mínimo. El Estado puede identificar las materias donde está presente el interés local, pero no puede sustituir a las CC. AA. atribuyendo competencias municipales en ámbitos sectoriales de titularidad autonómica.

En lo que corresponde a la puesta en marcha de VE por parte de las entidades locales, la nueva redacción dada al Art. 7, que incorpora un apartado 4.º sobre las competencias distintas de las propias, indica que “las entidades locales sólo podrán ejercer competencias distintas de las propias y de las atribuidas por delegación cuando no se ponga en riesgo la sostenibilidad financiera del conjunto de la hacienda municipal”. Esta matización se dirige directamente a aquellas entidades que se encuentran en situación de déficit financiero, caso de muchas entidades locales y otras entidades públicas, de tal forma que se les impide arrogarse funciones para las cuales no disponen de financiación suficiente. No se impide en ningún caso que aquellas entidades que presenten el informe de suficiencia financiera puedan prestar funciones que se encuentren recogidas en el Art. 25 de la mencionada ley y de conformidad con lo recogido en la norma reguladora.

6.6. Estudio sobre el análisis de políticas públicas de apoyo a la creación de empresas

Una vez hemos identificado el marco legislativo de la promoción empresarial, habiendo analizado especialmente la idiosincrasia institucional concerniente a la Comunidad Valenciana, ámbito geográfico en el que se localizan los VE en los que vamos a realizar nuestro trabajo de investigación, parece pertinente formalizar la indagación no tanto a nivel de estructura reguladora, sino de los fundamentos intelectuales para la elaboración de las estrategias que desde el punto de vista público, en sus diferentes escalas, se utilizan para promover la creación de empresas. Para ello, proponemos realizar un análisis de las experiencias y literatura existente al respecto, tratando de plantear de manera ordenada los diferentes conceptos objeto de estudio. Es por ello que en este capítulo trataremos de ofrecer una visión de las principales

tendencias científicas en nuestro ámbito de intervención, no sólo buscando referencias de políticas a favor de la creación de empresas, sino el origen y motivación de dichas iniciativas.

Para atacar este apartado, procederemos a un análisis preliminar de la conceptualización teórica de las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas, para ir acotando en sucesivos pasos el análisis de la aportación de los autores más relevantes sobre las intervenciones dirigidas a la creación de empresas y de manera más específica hacia aquellas intervenciones articuladas a través de las incubadoras y su evaluación. Todo ello lo realizaremos desde un prisma no tanto de recopilación de información acerca de estudios generales realizados al respecto, sino enfocándolo hacia la incorporación de contenidos que nos permitan integrar la valoración y evaluación de la actividad de los VE, objetivo de este trabajo de tesis doctoral.

Las políticas públicas son definidas por Mény y Thoeny (Mény y Thoeny, 1989) como “el producto de la actividad de una autoridad investida de poder público y de legitimidad gubernamental”. Esta concepción de la naturaleza de las actuaciones del sector público no hace más que recoger los aspectos clave que en muchos textos constitucionalistas se utilizan para marcar la preeminencia de la actuación de los poderes públicos atribuyéndoles tanto la capacidad legal como la potestad incluso coercitiva para llevarlas a cabo (Colomer, 1993; Pérez Guerrero, 2005). En este sentido y como indica Villanueva y Porrúa (Villanueva y Porrúa, 1992), la decisión de la política “es institucionalmente perfecta, puesto que es adoptada por titulares legalmente competentes y conforme a procesos legalmente establecidos”.

Para Mény y Thoeny (Mény y Thoeny, 1989) el análisis de políticas públicas consistirá en “el estudio de la acción de los poderes públicos en el seno de la sociedad”, definición que trata de abarcar cualquier actuación que emana desde lo público, y que se encuentra alineada con otros autores como es el caso de Wildavsky (Wildavsky, 1979), que complementa lo anterior al indicar que no es posible identificar de manera precisa sus contenidos al igual que hacen otras disciplinas científicas, sino que argumenta que deberán ser las características del problema a resolver las que determinen los instrumentos que será necesario utilizar para su valoración. Wildavsky (Wildavsky, 1979) introduce la problemática de la valoración de las políticas públicas, partiendo de un enfoque global, en el que la resolución de un problema requiere abordarlo de forma general, frente a alternativas reduccionistas (Quintana, 2000), en las que si bien en un primer momento se trata de acercarse y comprender la realidad objeto de estudio, al final, se

trocea la naturaleza del hecho observable, para, en pos de la efectividad, emitir un juicio que pasa por un ejercicio de confluencia de una serie de análisis independientes.

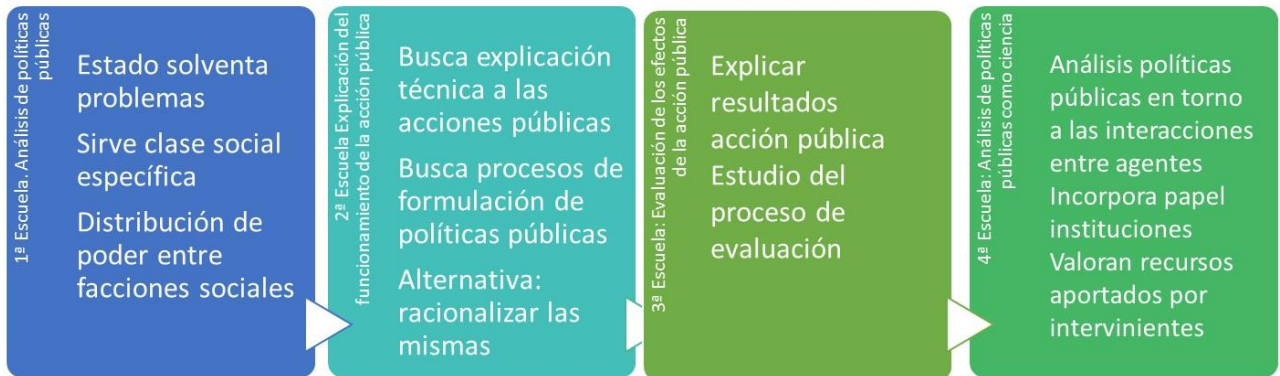


Ilustración 17. Resumen de conceptos básicos de Escuelas políticas públicas
Fuente: Elaboración propia

Siguiendo las aportaciones que realiza Subirats (Subirats et al., 2008), que plasman un interesante compendio general del estado de las políticas públicas, para a partir de esta reflexión proponer su propio modelo de análisis, que denomina “ciencia de la acción”, podemos determinar la existencia de diferentes corrientes en la investigación de las políticas públicas:

1.ª escuela: análisis de políticas públicas y teorías del estado

Los teóricos que respaldan esta perspectiva del análisis de las políticas públicas interpretan que es una forma de explicación de lo esencial de la acción pública, asociando su análisis a la filosofía política y a la teoría del estado. Se trata de una línea de trabajo que propugna identificar los fundamentos más íntimos de la acción política. Se establecen tres tipologías de modelos:

- Concepción del Estado como una herramienta de resolución de la problemática que demande la sociedad, cuya respuesta debería estar optimizada desde la lógica colectiva. El enfoque de esta línea de pensamiento referiría la Administración como un ente reactivo ante las demandas sociales, que sin embargo deja fuera del modelo a cuestiones que el Estado debe resolver “de oficio”, sin esperar a que exista un

colectivo determinado que lo demande, como podrían ser temas de seguridad, sanitarios, etc.

- Un segundo modelo enfoca el concepto de Estado como un instrumento que debe servir a una clase social o grupos específicos. A partir de esta acepción el análisis de la acción de los poderes públicos permite contrastar la autonomía del Estado frente a intereses de grupos de presión.
- En tercer lugar, existe una alternativa que pone el punto de referencia del modelo en la comprensión de la distribución de parcelas de poder entre los actores y la forma en la que interactúan, con especial relevancia de la representatividad de cada interviniente y de las reglas establecidas para regular los acuerdos. Para esta línea de pensamiento, los servicios públicos se encuentran en un círculo de interacciones con los grupos de interés con los que a su juicio mantienen una fuerte interrelación, lo que deriva en último caso a que se observen determinadas inercias que tienden a favorecer a los actores que participan en las mismas.

2.ª escuela: explicación del funcionamiento de la acción pública

Para esta corriente de pensamiento analizar las políticas públicas debe servir para explicar el funcionamiento de la acción pública, a partir de la detección de evidencias o reglas de actividad identificadas para cada intervención. Se busca entender el funcionamiento del Estado y de los ámbitos de convivencia colectiva, tratando de descomponer los procesos de decisión pública en diferentes variables, todo ello con la finalidad de comprender la complejidad de los procesos de decisión pública (Brugué y Gomá, 1999). No existe unicidad entre los autores que proclaman su pertenencia a esta segunda escuela, sino que, tras su aparición a comienzos de los años se encuentra, esta línea de pensamiento se escindió en dos vertientes: la primera buscaba desarrollar un conocimiento más amplio de los procesos de formulación y ejecución de las políticas públicas, mientras que la segunda se encaminó al desarrollo de un sistema que se pudiera utilizar para la generación de los procesos de formación y ejecución de las políticas públicas. Mény y Thoeny (Mény y Thoeny, 1989) lo interpretan como una forma complementaria de entender una misma realidad, ya que por un lado se analiza la forma más básica, el motivo de

la generación de las ideas, y en el otro caso se busca la racionalización en la aplicación de las mismas.

3.ª escuela: evaluación de los efectos de la acción pública

Se centra en tratar de explicar los resultados de la acción pública y sus efectos en la sociedad, basándose en el análisis de sus objetivos y de sus resultados. Esta tendencia se encuentra más próxima que las dos tendencias anteriores a lo que se entiende como una evaluación. Esta escuela se preocupa por determinar una metodología con herramientas que permitan esa labor de evaluación. Destacan las aportaciones de diversos estudios orientados al tratamiento estadístico de datos, análisis multivariante, el análisis coste beneficio, etc., todo ello conducente a entender el funcionamiento del sector público. Por otro lado, hay toda una rama de estudiosos que se han centrado de manera especial en determinar las características que debe tener el proceso de evaluación, de tal manera que la información recogida se pueda trasladar a la mejora de la gestión pública. La profesionalización de los analistas de la acción pública ya es un hecho en países como Francia, Suiza e incluso comienza a normalizarse en España¹⁷.

4.ª escuela: el análisis de políticas públicas como ‘ciencia de la acción’

Esta propuesta es elaborada por Subirats (Subirats et al., 2008) a modo de compendio de las anteriores, recogiendo los elementos que los autores consideran más significativos, con la finalidad de establecer un diagnóstico que revele cuáles son los factores que pueden llegar a explicar el buen o mal funcionamiento de las políticas públicas desde el punto de vista de su capacidad de producción y valorando la eficacia de sus políticas. Pero no sólo pretende explicar el funcionamiento del sistema político administrativo, sino también identificar cómo funcionan sus interacciones con los agentes no gubernamentales. Tratan de comprender las inercias que

¹⁷ En Suiza existe desde hace años la entidad pública, dependiente del Parlamento, Organe Parlementaire de Controle de l'Administration, pero también en el gobierno, a partir del Service d'Evaluation du Conseil Federal. En el caso francés, este interés por introducir mejoras en los servicios de la Administración se tangibiliza a través de la Office Parlementaire des Choix Scientifiques et Techniques o de la Office Parlementaire d'Evaluation des Politiques Publiques. En nuestro país la Sociedad Española de Evaluación extiende ya sus colaboraciones con buena parte de los países de Sudamérica.

subyacen a la acción pública mediante la identificación de sus motivaciones de base a través del análisis de problemas que tienen características comunes.

Las principales características de esta línea de pensamiento son las siguientes:

- Enfoca el análisis de las políticas públicas en el entorno en el que transcurren las interacciones entre los distintos agentes que intervienen en el proceso de creación del proceso de políticas institucionales.
- Incorpora el papel de las instituciones (tanto públicas como privadas) como factor que influye en el comportamiento de los actores.
- Estiman e incorporan también el valor de los recursos que los diferentes agentes que intervienen en el proceso utilizan para verse favorecidos por el resultado de la acción pública.

En el caso de Subirats (Subirats et al., 2008), su aportación parte de estudios previos realizados en Europa, de tal forma que los condicionantes exógenos del territorio de alguna manera están incorporados a su planteamiento. Resulta de especial interés el acento aportado que incentiva la investigación de las relaciones existentes entre las diferentes instituciones y cómo operan éstas a la hora de poner en juego su intervención en el mercado. El autor de esta tesis entiende que en lo que corresponde al análisis de políticas públicas, cuya formulación viene impregnada tanto por una cultura como por los condicionantes territoriales, se deben realizar desde la perspectiva más próxima a ellas y será de especial interés determinar los diferentes efectos que los promotores de los VE puedan tener en la puesta en marcha y gestión de las incubadoras. Siendo el objetivo de este trabajo el análisis de la eficacia de las incubadoras de empresas, como parte de una política de promoción económica territorial, resulta de interés entender los parámetros con los que se han de evaluar dichas intervenciones desde una perspectiva coherente con la realidad socioeconómica que los rodea.

6.6.1. Una aproximación a las políticas públicas a partir de la teoría institucional de North

Para enfocar adecuadamente el marco teórico en el que se ha de realizar nuestro trabajo, atenderemos a aquellos estudios previos que han analizado las mejores teorías cuya aproximación a nuestro ámbito de actuación, como es el caso de los VE, tiene un mejor encaje metodológico y explicativo. A esto dedica su estudio Cerdán Chiscano (Cerdán Chiscano, 2010), para quien el ámbito de investigación de la creación empresarial abarca diferentes disciplinas, coincidentes con las que operan en nuestro trabajo de tesis doctoral. Incorpora un conjunto de variables que acercan a la figura del emprendedor, la creación de empresas, las políticas públicas del desarrollo económico local, así como a cuestiones relativas a la promoción de la innovación. Elige como elemento conductor de su desarrollo la teoría económica institucional de North.

Entre otros autores que justifican la selección del trabajo de North como hilo conductor de los trabajos de investigación relativos a la creación de empresas se encuentra J. M. Veciana (J.M. Veciana, 1995), que lleva a cabo un estudio según el cual la teoría institucional es la que proporciona un marco conceptual apropiado para el estudio de la influencia del entorno en la creación de empresas. A este respecto, refuerza esta aproximación el informe elaborado por el Observatorio europeo de la pequeña y mediana empresa (Observatorio europeo de la pequeña y mediana empresa, 1999) de la Comisión Europea, en el que se incide en la identificación de instituciones formales e informales como elementos condicionantes de la creación empresarial.

Los trabajos de Douglas North, autor de la llamada “Teoría económica institucional”, como marco explicativo para el análisis de la creación de empresas, proponen este enfoque para el caso concreto del análisis de los factores del entorno como condicionantes de la creación empresarial. Para este premio nobel (1993), concedido por considerársele un renovador de la investigación al aplicar la teoría económica y los métodos de análisis cuantitativo a la explicación del cambio económico e institucional a lo largo del tiempo, el principal papel de las instituciones debe ser reducir la incertidumbre, estableciendo una estructura estable en un entorno en el que las reglas estén claras, ya que, para North, negociar resulta costoso en términos de eficiencia (North, 1966). Es en esta obra donde expone el marco analítico para explicar las formas en que las instituciones y los cambios institucionales afectan a la economía. Y es que precisamente este

autor describe su planteamiento partiendo de una teoría de la conducta humana y combinándola con una conjetura sobre los costes de negociación y en esta actuación conjunta, North, encuentra la explicación de por qué existen las instituciones y de su papel en el funcionamiento de la sociedad. El modelo que desarrolla el autor no fue estático, y con posterioridad agregó una teoría de la producción para deducir de forma más precisa las funciones que las instituciones desempeñan en las economías (North, 1995). Las instituciones existen debido a la existencia de la incertidumbre que implican las relaciones humanas. Sin embargo, algunas organizaciones estimulan el crecimiento mientras que otras provocan el estancamiento económico. Pero lo que este autor entiende por 'instituciones' es un concepto muy amplio que comprende las reglas de juego en una sociedad, las limitaciones establecidas para gestionar de modo ordenado la interacción humana. Partiendo de esta idea, las instituciones serían el conjunto de reglas que articulan y organizan las interacciones económicas, sociales y políticas entre los individuos y los grupos sociales, con efectos, entre otras cuestiones, en la gestación y cantidad de tejido empresarial.

North acuña, de esta manera, un nuevo significado para 'instituciones' como las reglas de juego en la sociedad, las limitaciones acordadas por los miembros de la comunidad que permiten que exista la interacción humana. A su vez distingue entre:

- Instituciones formales: incluyen las leyes, los reglamentos, los procedimientos administrativos, etc.
- Instituciones no formales: se refieren a las ideas, la cultura, las creencias, las actitudes y los valores de las personas.

Resulta de especial interés el trabajo que Gala (Gala, 2003) realiza para sintetizar el pensamiento de North, concentrándose en lo que denomina 'matriz institucional', en la que se reúnen una explicación sobre el conjunto de las reglas que rigen las transacciones entre los individuos y cómo estas generan resultados que cumplen determinados parámetros de funcionamiento.

Álvarez y Urbano (Álvarez y Urbano, 2009) realizan un excelente compendio de aplicación de la teoría económica institucional de North, analizando la influencia que tienen tanto las instituciones formales (agrupadas bajo los aspectos de procedimientos en creación de

empresas, formación en gestión y administración, acceso al crédito bancario) como las informales (estabilidad política, limitaciones de la corrupción y modelos eficientes de gestión) sobre la creación de empresas, llegando a la conclusión de que la formación en gestión de empresas, el control de la corrupción y contar con modelos de referencia incrementan la actividad emprendedora, mientras que la estabilidad política, el nivel de PIB y el paro tienen una relación negativa con la puesta en marcha de empresas.

De forma más concreta Cerdán Chiscano (Cerdán Chiscano, 2010) aporta un interesante resumen sobre la literatura existente acerca de estudios sobre el impacto de los programas de creación de empresas que toman la teoría institucional como un referente para enmarcar su estructura de análisis.

Literatura de análisis de políticas de creación de empresas a partir del enfoque institucional

Autor (año)	Objetivos de la investigación	Unidad de análisis	Factores institucionales formales	País
Anna, A. L. / Chandler, G. N. / Jansen, E. / Mero, N. P. (1999)	Factores que condicionan la creación de empresas por mujeres	Mujeres empresarias	Medidas de apoyo globales	USA
Aponte, M.(2002)	Servicios de apoyo a la creación de empresa	Instituciones y nuevos empresarios	Medidas de apoyo globales	Puerto Rico
Birley, et al. (1994)	Factores que condicionan la creación de empresas	Propietarios de la empresa	Políticas gubernamentales y medidas de apoyo a la creación de empresa	Irlanda y Gran Bretaña
Boter, H. / Lundström, A.(2001)	Servicios de apoyo a la creación de empresa	Instituciones y nuevos empresarios	Medidas de apoyo globales	Suecia
Chrisman, J. Jetal (1987)	Impacto del SBDC (Small Business Development Center) sobre la creación de empresas	Empresas que han contactado con instituciones de apoyo	Apoyo a la creación de empresas SBDC	USA

Autor (año)	Objetivos de la investigación	Unidad de análisis	Factores institucionales formales	País
Cooper, A. C. (1985)	Rol de las incubadoras en la creación de empresas	Organizaciones de incubadoras	Organizaciones de incubadoras	USA
Cromie, S. / Birley, S. (1994)	Eficiencia de las instituciones en el apoyo a la de creación empresas	Representantes de instituciones	Institución de apoyo a la creación de empresa	Irlanda
Dennis, D. (2001)	Políticas y servicios de apoyo para la creación de empresa	Políticas y servicios de apoyo a la creación de empresa	Políticas gubernamentales y medidas de apoyo empresa	Europa
Gartner, W. B. (1985)	Factores del entorno que afectan a la CE	Medidas de apoyo globales	Factores del entorno que afectan a la CE	USA
Gibb, A. A. (1993)	Diseño de políticas y medidas de apoyo a la CE	Diseño de servicios de apoyo a la CE	Diseño de políticas y medidas de apoyo a la CE	Europa
Gnyawali, D. R.; Fogel, D. S. (1994)	Factores del entorno que condicionan la CE	Medidas de apoyo globales	Factores del entorno que condicionan la CE	USA
Haskins, GyGibb. A.(1987)	Marco institucional de creación de empresas en Europa	Tipos de apoyo para la creación de empresas	Oferta de medidas de creación de empresa	Europa
Klofsten, M. /Schärberg, C. (1998)	Oferta/demandaen apoyo de la PYME	Instituciones de apoyo a la PYME	Medidas de apoyo globales	Suecia
Martínez, A. / Urbina, O. (1998)	Características de los empresarios	Empresa de alta tecnología	Medidas de apoyo globales	España
Monsted, M. (1993)	Redes para la CE y apoyo de la CE	Redes de apoyo a la CE	Redes para la CE y apoyo a la CE	USA
Salas, V. (1990)	Instrumentos de financiación de nuevas empresas	Financiación de la CE	Instrumentos de financiación de nuevas empresas	Europa
Shapero. A.; Sokol, L. (1982)	Factores del entorno (socio-culturales) que afectan a la CE	Medidas de apoyo globales	Factores del entorno (socio-culturales) que afectan a la CE	Europa
Smith, F. W. (1994)	Capital de riesgo	Capital de riesgo	Capital de riesgo	USA
Veciana, J. M. (1988)	Factores en general que afectan la CE	Medidas de apoyo globales	Factores en general que afectan la CE	España

Tabla 3. Literatura de análisis de políticas de creación de empresas a partir del enfoque institucional
Fuente: Adaptado de Cerdán Chiscano (Cerdán Chiscano, 2010; Genescá, 2003)

Tal como se puede comprobar, existe un cuerpo literario de suficiente magnitud para albergar pocas dudas acerca de la consistencia del planteamiento que se propone a la hora de aplicar un enfoque teórico a nuestra propuesta ya que, a la consistencia del modelo, se le une la pertinencia puesto que, además de los casos estudiados y explicitados y que resultan aplicables a nuestro estudio, en nuestro trabajo de tesis abordamos, de manera indubitable, un enfoque que resulta plenamente compatible al aunar diferentes instituciones, marcos legales complementarios y la presencia firme de un factor cultural en torno al concepto de emprendimiento que encaja con fineza con la propuesta de North al conjugar información simbólica (cultural) e intencionalidad institucional en pos de un resultado que no es otro sino la creación de empresas.

Aplicando los planteamientos de North, los estudios de Genescá (Genescá, 2003) y Urbano (Urbano, 2006a) para el caso de la creación de empresas en Cataluña identifican una serie de factores que se clasificarían institucionalmente de la siguiente forma:

Clasificación institucional de elementos que inciden en la creación de empresas

	Instituciones formales	Instituciones informales
(Genescá, 2003)	Políticas de fomento Instituciones que ofrecen algún tipo de asistencia Medidas de apoyo	Cultura y enfoque social sobre la creación de empresas
(Urbano, 2006a)	Organismos y medidas de apoyo a la creación de empresas	Actitudes de la sociedad hacia la creación de empresas

Tabla 4. Clasificación institucional de elementos que inciden en la creación de empresas

Fuente: Elaboración propia a partir de Genescá (Genescá, 2003; Urbano, 2006a) para el caso de Cataluña

En una aportación más cercana a la praxis de nuestro trabajo de investigación, avanzamos hacia una mayor aproximación de la vertiente de ámbito emprendedor y territorial, encontrando documentos de gran interés como es el caso de Pérez Guerrero (Pérez Guerrero, 2005), que centra su análisis del enfoque institucional en el caso de las entidades locales de la

provincia de Alicante. Para el caso de las políticas públicas de desarrollo local y sus elementos de seguimiento, el autor llama la atención sobre el hecho de que ni siquiera en los trabajos previos a la Constitución Española de 1978 en los que las entidades locales participaban con un papel muy secundario, ni en los debates parlamentarios previos a la ley reguladora de bases de régimen local de 1985, se aludía a las escalas de intervención de la Administración local, centrándose de manera exclusiva en el reparto competencial entre la Administración estatal y autonómica, con las consiguientes atribuciones de control legales que se les asignaban en aras al cumplimiento de su función y que implicaban ciertas formas administrativas de seguimiento y evaluación, siquiera a través de las vías de gestión presupuestaria. El avance competencial acontecido en los últimos años ha sido relevante, a la vista de la pluralidad de entidades que han centrado sus esfuerzos en la puesta en marcha y gestión de las incubadoras de empresas.

Sólo con la llegada de la Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de medidas para la modernización del gobierno local, se introduce el concepto de desarrollo local y son diversos autores los que empiezan a reclamar no sólo la capacidad de las entidades locales (regionales) de intervenir en su ámbito territorial, sino también animan a la incorporación de elementos de evaluación y valoración de sus propias políticas (Alburquerque, 2004a; Gómez Gras, Mira Solves, Galiana Lapera y Martínez Mateo, 2005; Rocha Sánchez, 2003; Soriano Hernández, 2005). Esta incorporación formal de las entidades locales se prevé a través de su participación en los consejos económicos y sociales en los municipios de gran población, además de conferir a las diputaciones provinciales un papel promotor del desarrollo local en los pequeños municipios. En el ámbito de la Unión Europea el impulso al desarrollo local se vio especialmente favorecido a partir del análisis que esta institución realiza para mejorar la efectividad de las políticas macroeconómicas a las que tratan de incorporar intervenciones a nivel microeconómico y que plasmó en su Libro Blanco de *Crecimiento, competitividad y el Empleo* (Comisión Europea, 1993).

Destaca Pérez Guerrero, y entendemos que con razón, a la vista de la prolijidad de la sucesión de acontecimientos políticos sucedidos hasta la fecha, que el devenir político de los últimos 30 años ha centrado todo el interés institucional en el ámbito autonómico, postergando a las entidades locales, que además han sufrido dificultades financieras que han desvirtuado su papel real en las intervenciones de desarrollo local, quedando su participación limitada a un papel meramente virtual.

6.6.2. Modelos de políticas de apoyo a emprendedores desde el ámbito público

La problemática del impulso de políticas que favorezcan la creación de empresas y empleo ha sido una prioridad en todos los países desarrollados. Este conjunto de intervenciones ha ido evolucionando a lo largo del tiempo tanto en anchura (tipología de las políticas a llevar, ámbito y alcance de las propuestas, etc.) como en profundidad (intensidad de los recursos aplicados), dedicándose cada vez más esfuerzos a las mismas, aunque con efectividades que han sido cuestionadas (Bruce y Deskins, 2012). La mayor parte de los países de la OCDE tienen programas de estímulo al impulso emprendedor, así como favorecedores de la consolidación y crecimiento empresarial. La obtención de recursos financieros, la introducción de la innovación, la formación, la creación de redes sectoriales, ventajas fiscales, etc., son algunos de los formatos que podemos encontrar como medios de aplicación de estas políticas (OCDE, 1998).

Llegados a este punto es necesario incidir en el hecho de que existe cierta confusión entre lo que se conoce como políticas de fomento del emprendimiento y políticas generales de apoyo a las PYME, ya que aun entendiendo que ambas están relacionadas su justificación y objetivos son muy diferentes (Lundström y Stevenson, 2005). En opinión de Lundström y Stevenson, el objetivo de las actuaciones dirigidas a favorecer a las PYME es tratar de fortalecer el entramado productivo consolidando empresas de cierto tamaño que les permitan dar un salto cuantitativo y cualitativo que las disponga en condiciones de competir con empresas mayores o en sectores específicos. Las justifican en base a la existencia de fallos en el mercado que requieren de la intervención pública para corregirlos (Calvo-Flores Segura, García Pérez de Lema y Madrid Guijarro, 2004; Santamaría y Rialp, 2004). Alternativamente en lo que corresponde a las políticas de impulso a emprendedores, estas iniciativas se encaminarían hacia la promoción de nuevas empresas, intervención que la justifica refiriéndose a factores culturales, siguiendo una línea de trabajo similar a la que plantean Albuquerque (Albuquerque, 1994), y Noelia Rodríguez Hernández (Rodríguez Hernández, N., 2013) y a la necesidad de introducir elementos correctores desde el origen de las empresas que induzcan la actividad en determinados sectores.

Es conocido que todas las administraciones, desde las dependientes de la Unión Europea hasta las administraciones locales, han tenido entre sus prioridades el fomento de la creación de empresas y empleo (Andrea et al., 2005; X. González et al., 1999). Esto es así debido a la creencia

de que un mayor número de personas con puesto de trabajo, bien por cuenta propia, bien por cuenta ajena, era un generador de bienestar en la sociedad (Audretsch, 1995). Por este motivo, y cada una en la medida legal y presupuestaria para la que estaba capacitada, ha tratado de desarrollar diversas iniciativas que contribuyeran a la dinamización de la economía precisamente promoviendo un mayor nivel de ocupación bien al ocupar un puesto de trabajo en una empresa o, por otro lado, fomentando el emprendimiento como una forma de empleo autónomo. Tanto la crisis del año 92 como la más reciente con su epicentro en el año 2007 han avivado la necesidad de introducir actuaciones alternativas complementarias a las políticas macroeconómicas, que contribuyeron a este proceso que tenía como finalidad facilitar actuaciones de generación del suficiente número de puestos de trabajo para ocupar a una parte razonablemente amplia de la población.

En el ámbito de la promoción económica de apoyo a la creación de empresas podemos constatar la existencia de numerosas clasificaciones que han tratado de propiciar un marco lo suficientemente amplio como para poder acoger la pluralidad de iniciativas que se pueden desarrollar.

Abordando esta problemática desde una perspectiva que confluye con elementos de mayor sencillez, existe una división de dos tipos de medidas para el fomento de las nuevas actividades empresariales (Such y Belso Martínez, 1998) promovidas por parte de las administraciones públicas:

- Actuaciones directas: se ejecutan a través de medidas específicas. Entre este tipo de intervenciones podríamos nombrar los servicios de asesoramiento, las ayudas a la obtención de capital, los premios, etc.
- Actuaciones indirectas: se ponen en marcha a través de medidas genéricas. Un ejemplo es el tipo de medidas que encontraríamos en intervenciones administrativas para fomentar la competencia, la legislación reguladora del mercado de trabajo, las políticas monetarias para el control de la inflación.

Una segunda aproximación, más específica del ámbito emprendedor, es la que proponen Lundström y Stevenson (Lundström y Stevenson, 2005), para quienes existen tres formas de entender las políticas de apoyo a los emprendedores:

- Como una extensión de las políticas generales dirigidas a PYME. A partir de las propuestas que se elaboran para las empresas consolidadas se observa la existencia de una tendencia orientada sobre todo a favorecer la creación de puestos de trabajo en las nuevas empresas. En este ámbito podríamos encuadrar todas las actuaciones que en España se llevan a cabo como parte de las políticas activas de empleo (Portillo, 2002).
- Una segunda aproximación entiende estas intervenciones como actuaciones que buscan promover el autoempleo y la creación de pequeñas empresas como una forma de vida para determinados colectivos, principalmente colectivos desfavorecidos. Interpretación derivada de la anterior, entienden los autores que acogería a aquellas acciones que tienen como fin estimular la aparición de empresas tecnológicas, dirigiéndose a perfiles de población cualificados o muy especializados. Se utilizan para ello instrumentos como ayudas y subvenciones o restricciones a la libre competencia, para el primer grupo de actuaciones, y la puesta en marcha de VE e incentivos a I+D o la puesta a disposición de las empresas de fondos de capital semilla, para el segundo caso.
- Una tercera, derivada de la tipología de políticas públicas encaminadas a favorecer el emprendimiento, haría referencia a todas aquellas propuestas que no se dirigen directamente al sujeto activo que ha de poner en marcha la actividad, sino a generar las condiciones favorables en su entorno, principalmente a través de propuestas que no esperan un resultado a corto plazo, sino que se configuran en torno a la convicción de que es necesario generar una cultura favorable al emprendimiento desde edades tempranas y en diversos ámbitos sociales. En estas actuaciones encontraríamos la formación emprendedora en la escuela, la motivación a los profesores para que incorporen de manera transversal las cualidades emprendedoras en sus materias o la promoción de valores empresariales en la sociedad.

Son diversos los analistas como Audretsch y Thurik (Audretsch y Thurik, 2002) que consideran sólo a este último tipo de acción institucional como verdadera política promotora del emprendimiento, ya que procura generar las condiciones ambientales más favorables para que prenda la iniciativa emprendedora, siendo en ese momento cuando entran en acción las políticas de apoyo a las pequeñas empresas.

Cabe indicar que las actuaciones anteriores pueden ser ejecutadas por diferentes corpúsculos de la Administración: desde la Unión Europea, los estados nacionales en cualquiera de sus manifestaciones, empresas públicas, las regiones o comunidades autónomas, las universidades, colectivos empresariales, diputaciones y, por último, las entidades locales. Esta pluralidad de actores ha generado en algunas ocasiones duplicidades que han tenido que ser controladas a través de una regulación cada vez más exigente, lo que en muchas ocasiones ha generado procesos tan complejos que han disuadido a los interesados de concurrir a los mismos (Comisión Europea, 2002b).

Por otro lado, hemos identificado que existen aproximaciones que tratan de modelar las alternativas que las entidades regionales y locales tienen para promover el emprendimiento. Clarke y Gaile (Clarke y Gaile, 1989), a partir del estudio particular de la problemática americana, consideran que las entidades públicas que no forman parte de la Administración estatal tienen tres alternativas para favorecer el desarrollo económico: confiar que la evolución general de la economía permitirá el suficiente dinamismo que facilite evolucionar las empresas de su región; adherirse a alguna de las iniciativas que a nivel nacional se proponen para el desarrollo de empresas o, en última acción, utilizar las políticas fiscales y regulaciones legales de su competencia, así como las opciones de gasto que tengan para promover la actividad. Todo lo anterior debía ser puesto en conjunción con las teorías de localización óptima, tal como propone Hormigo Ventura (Hormigo Ventura, 2006), para quien la renovación de los servicios urbanos y la mejora de la gestión supone una ventaja tan importante como lo podría ser la creación de infraestructuras para favorecer la localización empresarial.

Las primeras manifestaciones de políticas públicas tendentes a favorecer a determinados sectores empresariales son situadas por diversos autores a finales del siglo XIX, con las leyes *anti-trust* estadounidenses (Sierra Caballero, 1997), con las que se pretendía proteger al pequeño negocio de la posición preeminente de las grandes empresas (Ingham, 2003). Un conjunto relevante de medidas es identificado como tales hacia los años 50, cuando países como Estados Unidos, Canadá y Holanda introdujeron medidas de estímulo con la finalidad de facilitar la financiación a las PYME.

En el caso de Burmeister (Burmeister, 1997), propone un correlato que describe la evolución de los instrumentos empleados en Estados Unidos a finales del siglo XX para promover la creación de empresas, identificando las siguientes intervenciones:

- Incentivos fiscales: detecta dos tipologías, que se corresponderían con las exenciones (para el caso de la promoción de la investigación y desarrollo y adquisición de maquinaria, etc.) y, por otro lado, con las deducciones y simplificación de procedimientos para las empresas.
- Programas de ayuda financiera: préstamos para promover la construcción, adquisición de equipamiento y maquinaria.
- Recursos humanos: programas de formación con ayudas para la formación profesional.
- Tecnología e innovación: financiación de centros de I+D, becas de investigación, programas de impulso de la innovación en las pequeñas y medianas empresas, etc.
- Exportación y *marketing* internacional: incentivos para la localización de mercados extranjeros, programas de exportación, análisis de mercado, captación de socios, etc.
- Sistema fiscal y reglamentos: simplificación de procedimientos para la puesta en marcha de empresas, exenciones para pequeñas empresas.

William J. Dennis (William J. Dennis, 2005), por su parte, desarrolla y detalla un marco de actuación pública compuesto por cuatro tipologías de ayuda a las empresas, explicando y analizando los diferentes tipos de impacto que determinadas actuaciones tienen en las nuevas, pequeñas y medianas empresas. La identificación de estas tipologías comprende: elementos institucionales y culturales; actuaciones de mejora de la competitividad; servicios de ayuda y control del mercado y determinadas políticas dirigidas a objetivos concretos.

No es este el caso de la autora Minniti (Minniti, 2008), quien considera el emprendimiento como un elemento fundamental del crecimiento, por lo que valora las políticas públicas que generan las condiciones favorables para la creación de empresas. Llega a la conclusión de que no hay ninguna política de emprendimiento óptima para favorecer el crecimiento, pero que distintos tipos de actuaciones son adecuados para cada país dependiendo de su nivel de PIB. Destaca, no obstante, que existe cierto consenso en el hecho de considerar que el emprendimiento sí influye en el crecimiento cuando existe innovación en las nuevas empresas, y que, para ello, quienes están encargados de elaborar las políticas públicas deben

entender que el crecimiento depende del progreso tecnológico, que éste requiere una gran aportación de recursos para ser generado (partiendo de un elemento científico, que después pasará a ser técnico y que habrá de ser involucrado en un proceso empresarial para tener efectos a nivel global), y que esta incorporación de la innovación resulta mucho más sencilla en empresas de nueva creación o que son más sensibles a la incorporación de nuevas técnicas y procedimientos.

Existen estudios que propugnan un enfoque diferente para la promoción de empresas en la nueva economía. Eliasson (Eliasson, 2009) entiende que la globalización mundial y de introducción de las nuevas tecnologías ha intensificado la competitividad y ha promovido una especialización del trabajo. En este entorno es necesario contribuir a la generación de redes de individuos que colaboran con grandes empresas, pero evitando que se produzcan situaciones de desequilibrio entre ellos. Para ello propone mejorar las habilidades emprendedoras a través de lo que llama la “educación efectiva”, promover la creación de nuevas empresas, así como reducir los riesgos de las personas que deciden poner en marcha su propia actividad. De hecho, la importancia de la educación emprendedora es tratada de manera detallada por Von Graevenitz, Harhoff y Weber (Von Graevenitz, Harhoff y Weber, 2010), que describen el impacto que sobre las actitudes y motivaciones emprendedoras tiene el hecho de contar con un sustrato cultural adecuado y orientado hacia las actitudes emprendedoras.

En el caso de Meek, Pacheco y York (Meek, Pacheco y York, 2010), estos, a partir de un análisis de las instituciones, de factores sociológicos y de actitudes emprendedoras, proponen un modelo en el que se vincula a las administraciones que denominan centralizadas con las descentralizadas, lo que en nuestro ámbito jurídico serían la Administración central y la periférica. Estos autores entienden que ambos niveles administrativos son importantes y llegan a la conclusión de que la eficacia de que los programas de incentivos estatales depende en buena medida del entorno próximo en el que se han de desarrollar las empresas, lo que implica cuestiones tanto culturales como sociales y de entorno que implican de forma más directa a las administraciones cercanas a los ciudadanos. Este planteamiento apoyaría de manera eficiente la descentralización de políticas públicas hacia las entidades más próximas a los ciudadanos, como es el caso de las actuaciones articuladas en base a los VE.

El enfoque que Y. Liu y He (Y. Liu y He, 2010) aportan a la literatura de análisis de apoyo de las políticas públicas a la creación de empresas es global. Tras diferenciar entre los conceptos de emprendimiento personal y emprendimiento social, acuñan el término “emprendimiento gubernamental” y le asignan el cometido de promover no sólo la creación de empresas de manera directa, incidiendo sobre las personas que han de poner en marcha las actividades, sino también la generación de un entorno favorable para la creación de esas empresas.

Un análisis más especializado de las políticas públicas de apoyo al emprendimiento es el que realiza Wonglimpiyarat (Wonglimpiyarat, 2013) sobre las políticas de apoyo a la innovación en Singapur y Taiwán, países representativos de las nuevas economías industrializadas de Asia. El estudio se orienta en determinar la efectividad de las políticas que han promovido la financiación de la innovación a través de capital de riesgo y los mercados de capitales, concluyendo que la intervención gubernamental ha tenido resultados positivos debido en buena medida a que han creado entidades especializadas en llevar a cabo esta labor. Podríamos estar hablando de que, en cierta medida, se está apostando por una desconcentración estatal a favor de entes especializados, lo que reforzaría, en nuestro caso, el papel de las administraciones autonómicas y locales en la promoción de las incubadoras de empresas.

No obstante lo anterior, y recogiendo tanto las tesis de North (North, 1995) como las sucesivas aproximaciones que realiza Subirats (Subirats et al., 2008), desde diferentes prismas, que se han comentado con anterioridad, es necesario colegir que la cultura del entorno de los emprendedores es un hecho relevante que imbrica una problemática específica dependiendo del territorio en el que se lleva a cabo la política económica en cuestión. Es por ello necesario realizar una aproximación al ámbito europeo, como el que encontramos de la mano de Sternberg (Sternberg, 2012), quien realiza un análisis comparativo del impacto de las políticas regionales a favor del emprendimiento comparando Alemania y España. Llega este autor a la conclusión de que hay una relación directa entre el incremento de la actividad emprendedora y las políticas llevadas a cabo por la Unión Europea en este sentido, pero que otros factores como las variables de género, la cultura emprendedora y, sobre todo, la coordinación con las políticas regionales es efectiva. De este modo, se inclina el autor por un modelo en el que tendría sentido la asunción por parte de la Administración regional y sus apéndices municipales de funciones que tuvieran como finalidad impulsar la creación de empresas.

Un acercamiento a los elementos clave que pueden contribuir a delimitar cada tipo de política se encuentra en el trabajo realizado por Audretsch y Thurik (Audretsch y Thurik, 2002), en el que identifican cinco aspectos definitorios:

1. **Orientación:** se produce una evolución entre el tipo de políticas que se venían acometiendo hasta los años 90 y que tenían por finalidad impulsar a las grandes empresas, con la creencia de que son estas las que mejor dinamizan la economía e impulsan el empleo y la innovación, incentivándose para ello la creación de empresas públicas, la introducción de medidas reguladoras de mercado y una legislación que regula el marco de competencia en el que se tenían que desarrollar las actividades. Derivado de un reciente proceso de la socialización tecnológica e innovadora, ha ido creciendo una tendencia que requiere atención no sólo ya para las grandes empresas sino también para los nuevos proyectos empresariales (donde tiene más importancia el conocimiento que el capital, activo más propio de las grandes corporaciones) que se han mostrado capacitados para reaccionar y ser competitivos en entornos inestables como el actual. Los procesos de simplificación administrativa o las normativas para promover la competitividad y la transparencia son prácticas novedosas respecto a lo que se venía haciendo hasta el momento.
2. **Destinatarios:** las antiguas políticas se centraban en determinados sectores o empresas considerados estratégicos por su capacidad de arrastre y cuyo crecimiento generaba un impacto global en su entorno. La apuesta de las políticas públicas se centraba en favorecer la producción o conseguir mayores rendimientos alentando a las empresas a aumentar su tamaño. Las iniciativas más recientes apuestan no ya por mejorar las estructuras productivas sino por favorecer la generación y aplicación del conocimiento, lo que ha generado nuevas propuestas tendentes a mejorar el entorno empresarial y sobre todo a promover y a formar personas capaces de poner en marcha sus actividades.
3. **Contenido:** las primeras normas que tuvieron por finalidad introducir elementos facilitadores de la actividad empresarial se orientaron a proteger a las pequeñas empresas de las grandes corporaciones, con un carácter limitativo. El cambio se produce cuando partir de los años 90 la Administración empieza a tomar un papel proactivo planteando programas de formación y asesoramiento, la promoción de I+D o la puesta

en marcha de incubadoras de empresas. También es el comienzo de una nueva visión del proceso emprendedor, ya que se incorporan iniciativas como la formación del emprendimiento en la escuela o la simplificación administrativa.

4. **Motivación:** la justificación que la Administración presentaba como motivadora de su intervención tenía un carácter social o político (Audretsch y Thurik, 2002), interpretando (considérese el contexto post bélico tras la Segunda Guerra Mundial) que las pequeñas empresas necesitaban protección frente a las grandes corporaciones y que eran necesarias para mantener el suministro de determinados productos o servicios, que tenían capacidad para absorber empleo en actividades que crecían de forma rápida y generaban pequeña rentas para las familias que no tenían cabida en el sector industrial o en los grandes prestadores de servicios (William J. Dennis, 2005). Tras la crisis de los años 80 y la pérdida de relevancia de la grandes empresas, junto a la aparición de los primeros estudios sobre la aportación de las PYME a las economías y su capacidad de introducción de la innovación y de interesantes elementos de competitividad, se presta ayuda, se impulsa y se valora la pequeña y mediana empresa como colectivo de verdadero interés para los estados (Ingham, 2003).
5. **Nivel administrativo responsable:** Audretsch y Thurik entienden (Audretsch y Thurik, 2002) que se produce un proceso de descentralización desde las entidades nacionales a favor de las regionales y locales, favorecido por el mayor conocimiento que las entidades más próximas al ciudadano tienen del entorno y por tanto de sus necesidades, y porque el nivel de competitividad es lo suficientemente grande como para que las grandes empresas tengan solo un efecto parcial en el mercado.

Desde el ámbito institucional, la Unión Europea ha desarrollado un amplio elenco de herramientas para promover el emprendimiento y el apoyo a la creación de empresas e incluso promueve la participación de los organismos nacionales en unos premios que pretenden visibilizar las mejores iniciativas que se llevan a cabo en este ámbito. Del análisis de las bases de estos premios (Dirección general de política de la pequeña y mediana empresa., 2010) y de sus requisitos, podemos extraer una serie de conclusiones acerca de las características óptimas que han de tener las políticas de impulso a la creación de empresas y al emprendimiento:

- El tipo de actuación preponderante fundamentalmente es la económica y la tecnológica,

a fin de impulsar medidas tendentes a favorecer la creación de empresas de base tecnológica.

- Las actuaciones de carácter global parecen más adecuadas a efectos de favorecer el emprendimiento que las de carácter individual.
- Las iniciativas más efectivas son aquellas que optan por una financiación directa, pero manteniendo el organismo proponente el control de los recursos financieros, controlando la ejecución del proyecto.
- Cualquier iniciativa que se proponga es mucho más efectiva si está incluida dentro de un plan estratégico.
- Propuestas de intervención de fijar objetivos cuantificables que permitan evaluar la eficacia de la actuación.
- Se propone que las iniciativas sean evaluables por los beneficiarios al efecto de poder introducir mejoras en las mismas.

Siendo cierto que, en base a nuestras propias afirmaciones, no se puede obviar la singularidad del hecho territorial, no es menos cierto que los anteriores factores delimitan amplios espacios donde la capacidad de la entidad promotora de las intervenciones dispone de amplias capacidades para adaptar las exigencias de sus políticas a los objetivos y naturaleza del hecho emprendedor (Aragón Medina, Rocha Sánchez y Fernández García, 2002; Comité Económico y Social, 2004; Flynn, Cresson y Bjerregard, 2008).

Como último paso de aproximación a la literatura sobre políticas públicas, y una vez hemos acotado el proscenio literario en el que se va a desarrollar nuestro trabajo, procede aplicar el foco de nuestra investigación hacia aquellos trabajos que de manera específica han planteado propuestas concretas sobre políticas públicas de apoyo a la creación de empresas articuladas a través de la puesta en marcha y gestión de VE en nuestro territorio. De esta forma habremos conseguido nuestro objetivo de ir explicando de manera progresiva cada uno de los entornos, desde lo más amplio a lo más conciso, sobre los que hemos trabajado.

6.6.3. El modelo presentado por Ferreiro Seoane de 'Balanza Fiscal'

Uno de los trabajos recientes más relevantes en lo que corresponde al estudio de los VE es el realizado por Ferreiro Seoane (Ferreiro Seoane, 2013), quien, a partir de su análisis de las incubadoras de empresas de Galicia, desarrolla una metodología específica para evaluar este tipo de servicios públicos. Tras realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de las características de los VE de esta comunidad autónoma del autor se inclina por lo que denomina "método de la balanza fiscal" como instrumento que utiliza para medir la rentabilidad económica social los viveros. Ferreiro Seoane explica que el método de la balanza fiscal se puede utilizar para medir tanto la rentabilidad económica como la rentabilidad social de los VE. Para ello analiza la rentabilidad de los recursos públicos invertidos para promover la actividad económica en Galicia, para a continuación comparar las inversiones públicas realizadas y compararlas con los ingresos fiscales y cotizaciones de la seguridad social a través de la seguridad social y de la creación de empleo generada desde los VE. Se fundamenta para ello en la guía que para el análisis del coste-beneficio de proyectos de inversión para polígonos industriales y parques tecnológicos propone la Unión Europea, pero adoptándolo al caso de los viveros de empresa (Unión Europea, 2003). El organismo continental propone realizar un análisis en base a los siguientes pasos:

1. Identificación del proyecto
 - a. Será necesario delimitar la zona geográfica de influencia, las características y dimensiones de las empresas a que se dirige el proyecto (PYME, industriales, otro tipo de empresas) o los elementos productivos en los que operan.
 - b. Se deberán conseguir los datos básicos de las empresas tales como el número, tamaño, tipología, servicios que prestan, presencia o no de elementos innovadores, etc.
 - c. Para cada una de las empresas es necesario recabar información acerca de su dimensión, superficie que ocupan, número de trabajadores, sector en el que operan, características de su capitalización, conexión con el sistema económico local, etc.
 - d. En el caso de los VE, se deberá incorporar información relativa a su superficie total, número de empresas alojadas, servicios de los que dispone, la inversión

realizada, condiciones de estancia, capacidad total, características de las prestaciones que ofrece a las empresas, etc.

2. Análisis de viabilidad de las diversas alternativas

- a. Estimar el número de empresas que pretenden instalarse en la incubadora, así como la tasa de creación de nuevas empresas, utilización de los servicios, y aspectos y consideraciones de carácter medioambiental. También se ha de tener en cuenta la necesidad de incorporar al estudio cualesquiera otras actividades e incentivos que contribuyan a mejorar la finalidad de las incubadoras como pudiera ser una mejora en la oferta de financiación para las empresas que se instalan en las mismas, que podría hacer referencia a ayudas para la adquisición de equipos, contratación de personal, por ejemplo.

3. Análisis financiero de la operación

El estudio plantea que en lo que corresponde a los ingresos del servicio se deben computar:

- a. Ingresos financieros: se incluye aquí las ganancias generadas por los arrendamientos o cesión de terrenos de almacenes, así como los generados por la venta de los servicios básicos (agua, luz, internet, limpieza, etc.), así como cualesquiera otros servicios externalizados que impliquen un pago a un tercero.
- b. Costes financieros: se refiere a todos los costes de los bienes y servicios que son necesarios para el funcionamiento de la infraestructura y la prestación de los servicios a las empresas.

4. Análisis económico

- a. Beneficios sociales: plantea evaluar la mejora en el posicionamiento en el mercado de las empresas, el nivel de difusión de los conocimientos entre las empresas beneficiarias del VE, la evaluación de la calidad del reciclaje del personal, su impacto sobre la creación de empleo y el nivel de renta, la valoración de la creación de nuevas empresas de producción y suministradoras de servicios, etc.
- b. Cuantificación de los beneficios sociales: para ello propone subdividir las empresas beneficiarias potenciales de incubadora de empresas por tamaño,

sector y actividad. Plantea calcular el beneficio para cada categoría en referencia, por ejemplo, al incremento del valor añadido derivado de su estancia en el VE frente a las firmas que no se encuentran ubicadas en el mismo (menor coste en los servicios básicos, acceso a nuevos mercados, disposición de servicios de los que antes no disponían, ventajas tecnológicas, mejora en la cualificación del personal gracias a la formación específica, etc.

- c. Valoración de la inversión realizada: plantea que la valoración del coste económico de los espacios y servicios asignados a los viveros de empresa debe hacerse en términos de coste de oportunidad, es decir, debe ser evaluado en función de la pérdida que supone no emplearlos en un uso alternativo, recomendando que este mismo método se utilice también para los recursos de personal.
- d. De igual manera deberán cuantificarse los costes derivados del impacto medioambiental de la intervención que, si bien es cierto que en el caso de un VE pueden no ser cuantiosos ni tener efectos directos, sí pueden ser determinados en cuanto a la calidad del impacto medioambiental en términos de reciclaje, recogida de residuos, ahorro energético, optimización de recursos, etc.

De igual manera y previamente, la entidad apunta la necesidad de realizar un análisis de riesgos que aúne de forma conjunta factores como el costo de la inversión, la demanda de ocupación del vivero, los costes necesarios para la puesta en marcha no vinculados a las infraestructuras (dedicación al personal, gastos de puesta en marcha y funcionamiento, etc.), debiendo contar para ello con referencias sobre la tasas de creación y mortalidad empresas, de tal forma que sean comparables con los resultados de la incubadora. Establece unas ratios de rentabilidad orientativos (para infraestructuras de polígonos industriales y parques tecnológicos), así como un plano de proyección temporal de 20 años para la evaluación completa del proyecto.

Ferreiro Seoane (Ferreiro Seoane, 2013) plantea que la rentabilidad de los VE no se puede medir a través de las ratios financieras habituales, como podría ser la cuenta de resultados, *cash flow*, los beneficios, etc.; sino que se ha de plantear a través de la balanza fiscal como alternativa válida para medir estos resultados.

Por el lado de los ingresos, Ferreiro los estima desde las subvenciones recibidas por las entidades promotoras de los VE necesarias para la puesta en marcha y gestión de la actividad, excluyendo las que reciben directamente los emprendedores. A continuación, las compara con los ingresos generados tanto por la vía de la imposición directa (Impuesto de sociedades, impuesto de IRPF para el caso de los autónomos, así como el pago de las cuotas de la Seguridad Social) como de la indirecta (IVA principalmente), matizando la exclusión de este último al entender que se trata de un coste que asumen los consumidores. El resultado que obtiene Ferreiro sobre la rentabilidad de las incubadoras de empresas es positivo tanto en su análisis estático como dinámico (a cinco años vista), al concluir que la generación de ingresos derivados de la actividad propiciada en los VE gallegos ha contribuido positivamente a las arcas públicas.

En referencia al estudio de este autor, pretendemos apuntar el hecho de que sería necesario un mayor análisis respecto a las generalizaciones que hace en cuanto a los sujetos objeto de evaluación económica, puesto que otorga naturaleza de homogeneidad a toda la muestra, considerando que todos los actores participantes generan una cantidad de ingresos públicos iguales, cuando quizá no sea siempre así (véase el caso de los becarios en las empresas innovadoras, que no se encuentran vinculados mediante contrato ordinario, sino, en algunas ocasiones, a través de un contrato en prácticas universitarias que no computa a efectos fiscales igual que un contrato ordinario).

De igual manera parece cuestionable el hecho de que no se incorporen los costes de amortización de las infraestructuras al modelo de cálculo, siendo precisamente estos uno de los factores más relevantes, dado que es precisamente el factor inmovilizado material el que soporta buena parte del servicio y lo que supone uno de los ahorros para los usuarios. Siendo cierto que para la Administración pública existe cierta flexibilidad a la hora de su valoración, tampoco es menos cierto que si pretendemos comparar el modelo desde la perspectiva empresarial privada, esta ha de hacerse en condiciones de igualdad de criterio respecto a las empresas.

6.6.4. El modelo ROI de Ortega Cachón

Siguiendo los planteamientos de Ortega Cachón (Ortega Cachón, 2012), el autor identifica que ha existido una evolución de la política de apoyo a emprendedores, en la que se

parte de un sistema troncal en el que se entremezclaban las acciones dirigidas a la promoción empresarial con las de emprendedores, no siendo hasta los años 80 cuando empiezan a deslindarse unas actuaciones de otras.

El trabajo elaborado por Ortega procede, en su parte general, de manera análoga al estudio que antes hemos comentado. El autor establece un marco conceptual sobre el concepto de emprendedor que también comprende el de *Entrepreneurship*. Tras realizar un análisis sobre el impacto emprendedor en distintos aspectos de la economía, plantea diversos enfoques sobre tipologías de políticas públicas a favor de los emprendedores. De esta manera identifica tres modelos:

- Modelo GEM: que tiene su origen en el global *Entrepreneurship monitor*, estudio de escala internacional que tiene como misión identificar la evolución del emprendimiento estableciendo sus rasgos más importantes. Según este modelo, la evolución económica surge de la combinación de un flujo permanente entre la actuación de las empresas consolidadas y las nuevas empresas. Su propuesta de políticas emplaza a los dirigentes a disgregar de manera clara aquellas actuaciones dirigidas a las empresas consolidadas respecto a las nuevas empresas.
- Modelo ecléctico: según esta escuela las políticas de fomento deben estructurarse de forma global, transversal, y no dirigiendo las intervenciones hacia sectores o colectivos concretos. El enfoque que plantea es general para toda la sociedad, para la que se propugna un vuelco cultural hacia factores y elementos emprendedores. Por ello, entiende que el ámbito en el que se debe desarrollar ha de ser pluridisciplinar y afecta a factores no solamente económicos sino geográficos, psicológicos, sociológicos, etc. La intervención de las políticas públicas para este modelo ecléctico debe darse de manera especial cuando se detectan desequilibrios en el mercado y fallan sus mecanismos de autorregulación. Plantea trabajar tanto desde el lado de la demanda (número, diversidad, accesibilidad de oportunidades para los emprendedores, subvenciones para promover el desarrollo tecnológico, deducciones fiscales...) como de la oferta (promover el número de emprendedores potenciales y futuros, incluyendo políticas migratorias, políticas de desarrollo regional, etc.).
- Modelo holístico: se centra de manera especial en generar los aspectos ambientales que

favorecen la creación de empresas. Se identifican tres elementos fundamentales para promover el espíritu emprendedor en el individuo: la motivación, las destrezas y el marco regulatorio y las medidas que facilitan la puesta en marcha de los proyectos empresariales. De esta forma las políticas públicas en este modelo deben incidir precisamente en facilitar la dinamización de estos tres factores (motivación, destrezas y oportunidades).

Tras realizar un recorrido por diversas tipologías de políticas de apoyo a la creación de empresas incipientes, procede a centrarse en un caso que es el de las incubadoras de empresas, aunque introduce diferencias relevantes a la hora de los cálculos respecto a Seoane. Ortega plantea su análisis sobre incubadoras empresariales y su rentabilidad, como un ejemplo concreto de políticas públicas de apoyo a emprendedores, para lo que previamente ha realizado todo un análisis sobre la figura del emprendedor, sobre el concepto de *Entrepreneurship*, así como sobre el impacto de los emprendedores en la economía en aspectos como el empleo, el crecimiento económico, la productividad, la innovación, la cohesión social, finalizando con una aproximación a las externalidades negativas de la actividad emprendedora. A diferencia del autor anterior, su ámbito no es una región, sino que se circunscribe a la ciudad de Madrid, abordando en lugar de cinco años un periodo de diez años, siguiendo las recomendaciones de Low y MacMillan (Low y MacMillan, 1988), al igual que hacemos nosotros en nuestro trabajo y que especificamos en el apartado correspondiente.

El elemento identificador clave de la rentabilidad de un VE es lo que Iñaki Ortega identifica como el ROI (*Return on Investment*), como factor valorativo de la rentabilidad al gasto público. Para ello plantea evaluar como ingresos fiscales aquellos que generan las empresas que las incubadoras ayudan a crear, y en contraposición valora como gastos aquellos costes públicos asociados a los programas de incubadoras. En caso de que el saldo sea positivo, el autor validará la intervención de los VE como herramienta útil, al menos desde el punto de vista económico, como así sucede.

A diferencia del caso anterior, el autor evalúa de manera exclusiva los ingresos generados por las empresas acogidas en los viveros en virtud del pago por los servicios recibidos, no incluyendo los ingresos por la carga fiscal que la actividad emprendedora generada a través de las incubadoras incorpora al erario público a través de impuestos. Cachón lo justifica con la

finalidad de conseguir un cálculo homogéneo del impacto de los ingresos en hacienda pública, a la vez que da por suficientemente explicadas las externalidades positivas generadas por la actividad emprendedora, en consonancia con la mayoría de VE, o con AVIE¹⁸ o INCYDE¹⁹, que tampoco utilizan la medición del retorno de términos fiscales de la inversión pública. En aras de la homogeneidad de la información se consigue un resultado tipificado, pero se obvian impactos colaterales que en nuestro caso consideramos relevantes.

Para el caso de nuestro estudio, adoptaremos un amplio elenco de todas las anotaciones recogidas en este capítulo, optando por un modelo mixto que entendemos perfecciona los desarrollados por Seoane y Ortega. Respecto a estos, introducimos las siguientes matizaciones:

- El ámbito de actuación en el que se desarrollan estos estudios de ámbito territorial, nos deben permitir entender las particularidades de cada una de las zonas geográficas que se incluyen en nuestro trabajo.
- De alguna manera han de incorporarse elementos que avalen la rentabilidad social de las intervenciones y no solo en lo que corresponde al marco económico. Para ello definiremos aquellas cuestiones que den soporte a este ámbito y así tendremos información que nos permita responder acerca de la idoneidad de las políticas articuladas a través de las incubadoras de empresas para cumplir con objetivos sociales.
- Atenderemos a la diversidad institucional que se deriva de la actuación global de la política económica de los VE, para lo cual será necesario deslindar cada uno de los tipos de actividades y entidades promotoras implicadas en el ámbito de la Comunidad Valenciana en la puesta en marcha y gestión de incubadoras de empresas.

A continuación, realizaremos una pequeña aproximación a los factores que se consideran más importantes a la hora de la puesta en marcha de una empresa, puesto que esos deberán ser los elementos en los que se centre la acción de las incubadoras.

¹⁸ AVIE: Asociación española de Viveros e Incubadoras de Empresas.

¹⁹ INCYDE: Instituto cameral para la Creación y Desarrollo de Empresas. Comprende a más de 80 viveros de toda España.

6.7. Elementos clave en la creación y éxito de las empresas

Tras haber realizado una revisión de los antecedentes de la literatura en lo que corresponde a los instrumentos de promoción empresarial y de las políticas públicas de apoyo a la creación de nuevos negocios, hemos visto en el capítulo anterior diferentes metodologías a través de las cuales la Administración ha tratado de enfocar la problemática de la creación de empresas, habiendo valorado de manera singular el enfoque institucional de North (North, 1966), en el que se valora de manera holística el conjunto del sistema entendiéndose como un diálogo entre instituciones formales e informales (Díaz et al., 2005).

Resulta procedente ahora, descender en mayor detalle y acometer la identificación de aquellos componentes que animan al proceso de creación de una empresa, objetivo último de los viveros. Realizaremos un enfoque y aproximación centrándonos en aquellos elementos clave para el éxito de las empresas en su etapa de incubación, manteniendo la coherencia con el proyecto de tesis y con el objetivo que nos proponemos, que es el de determinar la influencia de las incubadoras de empresas en el éxito de las firmas que se alojan en ellas y el impacto añadido, en su caso, que estas tienen en el entorno frente a aquellas que no lo son, todo ello en el ámbito de la Comunidad Valenciana. Serán referencias de investigadores próximos a nuestro entorno las que justifiquen de manera preeminente los elementos clave que se determinen como más pertinentes para la creación de empresas, con la finalidad de tener en cuenta el contexto cultural en el que se realizan nuestras afirmaciones, radicalmente diferente al americano, de donde nos nutrimos para buena parte de nuestras fuentes bibliográficas.

Es muy amplio el catálogo de documentos que tratan sobre el mundo de los emprendedores, tanto en soporte físico como, y sobre todo, digital, y que acometen diferentes análisis, con mayor o menor rigor científico, de los factores que contribuyen a la creación de empresas. Partiendo de la multiplicidad de orígenes de la información, nos podemos encontrar con muy diferentes conceptualizaciones (tal como ocurre, por ejemplo, con el concepto de PYME), lo que nos pueden llevar a un bucle casi infinito de elementos que se consideran relevantes para este propósito y que derivaría en un documento inabarcable, tanto por su extensión como por la incapacidad de interpretar intelectualmente la pluralidad de opiniones que a este respecto se presentarían.

Vamos a tratar de realizar un sucinto análisis de cuáles son los factores de éxito de las PYME en general, pero centrándonos en los elementos más importantes para las empresas que se establezcan en un VE y que, transcurrido su periodo de incubación, salgan con las mejores opciones de supervivencia y crecimiento. Esta acotación del perfil de empresa al que nos dirigimos nos conducirá a referenciar pautas de trabajo enfocadas de manera exclusiva hacia empresas de pequeño tamaño, en concordancia con la tipología en la dimensión que se asume para las empresas de nueva creación y que buscan sus primeros pasos en un vivero empresarial.

Partiremos de una reflexión previa y es el apunte de que, en un país como el nuestro, la preeminencia de las PYME, muy superior en cuanto a número al de las medianas y grandes empresas, no ha conseguido resolver la problemática del entorno empresarial, mucho más proclive a estas últimas (posibilidades de acceso a la financiación, condiciones de contratación, preferencia a la hora de acceder a contratos públicos, etc.) que a favorecer una mayor actividad de aquellas. También es cierto que en muchos casos, las PYME no han aprovechado sus ventajas competitivas (flexibilidad, rapidez, etc.) (Camisón, C., 1999).

Adoptamos en este apartado la necesidad de acotar al ámbito económico lo que se entiende por el éxito empresarial. En nuestro caso adoptaremos la propuesta que realizan Rubio y Arangón (Rubio y Arangón, 2002), para quienes una empresa que alcance el éxito competitivo será “aquella que consiga una posición competitiva favorable, que mantenga su posición en el mercado y obtenga unos resultados superiores sin necesidad de recurrir a una remuneración anormalmente baja de sus factores productivos”.

Como punto de inicio de nuestro análisis, vamos a tomar como referencia los criterios de investigación del proyecto GEM²⁰. Partimos para iniciar el desarrollo de este apartado con el cuadro elaborado a partir de la información del GEM 2013 (ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**), donde se recoge una serie de elementos en los que la actividad de las incubadoras de empresas no tiene, en principio, incidencia de manera directa, pero que forman parte del entorno afectándolas en mayor o menor medida. Nos ha parecido oportuno, con la

²⁰ El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un reputado estudio que pretende evaluar y hacer un seguimiento del grado de emprendimiento por países.

finalidad de deslindar los elementos que serán posteriormente objeto de análisis, presentar la Tabla 5, en la que se identifican los factores en los que las incubadoras de empresas sí tienen, *a priori*, la posibilidad de incidir de manera más o menos directa. El resumen de los impactos viene determinado en la siguiente tabla:

Factores determinantes de la creación de empresas que son afectados o no por los VE

Factores objeto de análisis para determinar el 'hecho emprendedor'	Los viveros de empresas	
	Sí tienen incidencia en el factor	No tiene incidencia ni impacto directo en el factor
Requerimientos básicos		
Instituciones		X
Infraestructura		X
Estabilidad macroeconómica		X
Salud y educación primaria		X
Promotores de la eficiencia		
Educación y formación superior		X
Eficiencia del mercado de bienes		X
Eficiencia del mercado laboral		X
Sofisticación del mercado financiero		X
Rapidez de adaptación tecnológica		X
Tamaño del mercado		X
Innovación y emprendimiento		
Financiación para emprendedores	X	
Políticas gubernamentales		X
Programas gubernamentales	X	
Educación y formación emprendedoras	X	
Transferencia de I+D	X	
Infraestructura comercial y legal		X
Apertura del mercado interno		X
Infraestructura física	X	
Normas sociales y culturales	X	
Carácter emprendedor		

Factores objeto de análisis para determinar el 'hecho emprendedor'	Los viveros de empresas	
	Sí tienen incidencia en el factor	No tiene incidencia ni impacto directo en el factor
Iniciativa emprendedora autónoma	X	

Tabla 5. Factores determinantes de la creación de empresas que son afectados o no por los viveros de empresas

Fuente: Elaboración propia a partir de Gómez Gras (Gómez Gras et al., 2013)

Evidentemente, no todas las incubadoras van a poder incidir de igual manera en todos los factores. Reconocemos la capacidad de los VE de Barcelona con Lladós-Masllorens (Lladós-Masllorens (coord) et al., 2007), quienes muestran cómo a través de la potencia de todo el conglomerado de servicios que compone Barcelona Activa se puede generar un marco de inspiración de cultura emprendedora que se da en muy pocas ciudades de Europa y que impregna a buena parte de quienes se dedican a la puesta en marcha de empresas. De hecho, Barcelona Activa es uno de los principales referentes en cuanto a políticas a favor del emprendimiento en entornos metropolitanos. El análisis que de esta entidad realizan los autores arriba reseñados viene a reforzar la idea de la necesidad de potenciar los servicios de las incubadoras, así como la de favorecer la interconexión entre todos los agentes que forman parte del ecosistema de emprendedores, en este caso de una ciudad.

Otros estudios analizan los factores que inciden en la creación de empresas desde otra perspectiva. García Ramos, Martínez Campillo y Fernández Gago (García Ramos, Martínez Campillo y Fernández Gago, 2007) apuestan por considerar dos tipos de factores a partir de los cuales se puede inferir la proclividad o no para poner en marcha una empresa en determinado ámbito. De esta manera, identifican factores que denominan del entorno y, por otro lado, lo que consideran factores personales, que harían referencia a los rasgos propios de la persona que ha de poner en marcha su actividad.

El resumen que estos autores hacen de los elementos críticos para la puesta en marcha de una empresa viene determinado en la *Tabla 6. Factores determinantes de la creación de empresas.*

Factores determinantes de la creación de empresas

FACTORES DEL ENTORNO	
Las economías de localización	La cultura emprendedora
Las economías de urbanización	La capacidad innovadora e investigadora
El entorno financiero	La estructura sectorial de la actividad económica
La intervención y la regulación económica	Los movimientos de población e inmigración
La coyuntura económica	La estructura empresarial por tamaño de las empresas
El capital social	
FACTORES PERSONALES	
La necesidad de conseguir logros	La seguridad personal
El control interno	La formación
La tolerancia a la ambigüedad y la capacidad para asumir riesgos	El entorno familiar y social
La capacidad para detectar oportunidades	La experiencia en determinado sector
La capacidad de liderazgo e implicación en el proyecto	La edad
La insatisfacción con el trabajo por cuenta ajena	La configuración del equipo directivo
La necesidad de generar ingresos por cuenta propia	El temor al fracaso y al fracaso empresarial
	La capacidad de financiación

Tabla 6. Factores determinantes de la creación de empresas.
Fuente: García Ramos (García Ramos et al., 2007)

Nuestra propuesta de análisis expone también esta propuesta por lo que entendemos se trata de una metodología amplia en lo conceptual (véanse, por ejemplo, las dificultades para la medición del control interno), pero a la vez rigurosa, para tratar de abarcar el marco conceptual del que tratamos en este punto y que muy bien podría encajar para ambas aproximaciones.

Para las autoras de esta propuesta, que se ciñen al entorno de Castilla y León, sus resultados indican que los factores más importantes para la creación de empresas en aquella región son estar en posesión de los conocimientos y las habilidades necesarias para emprender,

que se interprete la existencia de buenas oportunidades para poner en marcha la empresa, así como la adecuada formación para identificar de manera adecuada las posibilidades de fracaso (García Ramos et al., 2007).

6.7.1. Factores estratégicos de éxito empresarial

No existe un consenso generalizado a la hora de determinar dónde radica el éxito empresarial. Independientemente de que podrá haber casos que fortuitamente lleven al éxito, la gran mayoría de empresas que sean consideradas como exitosas deberían presentar una serie de rasgos comunes. Dependiendo de los autores, cada uno otorga una preeminencia a unos elementos (sector, producto, calidad del servicio, calidad de los recursos humanos, capacidad de financiación, etc.) frente a otros, admitiéndose diversas combinaciones de los mismos que al final resultan ser los adecuados para que en cada sector, tras una trayectoria no exenta en muchos casos de suerte (Diputación de Barcelona, 2012), una empresa pueda obtener éxito.

La excelencia

Pero si hay un elemento que define de manera unánime una característica propia de aquellas firmas punteras y que concita la aprobación más o menos entusiasta de los analistas es que todas ellas persiguen excelencia (Kadocsa, 2006; Peters y Waterman, 1992). Esta excelencia es entendida en un sentido amplio y forma parte de la cultura de la empresa en todos sus ámbitos. Se determina que la excelencia no es un rasgo identificativo de manera individual, sino que es una actitud que impregna de manera transversal a todas las áreas de negocio (Comisión Europea, 2003). Cuando esta excelencia forma parte de la cultura empresarial desde su edad más temprana, la propia gestión pasa a ser excelente como parte de su propia operativa; siempre fue así.

La excelencia no implica complejidad, sino construirse sobre estructuras simples y conocidas por toda la empresa. Con una serie de valores bien definidos e interpretados adecuadamente por todos los actores que conforman el proyecto empresarial es relativamente sencillo disponer de los elementos estratégicos para competir en el mercado, puesto que la proactividad que implica la búsqueda continua de la excelencia (Alemany et al., 2011) ya está

facilitando los recursos, el entrenamiento y las herramientas al equipo para hacer frente a los problemas que con toda seguridad habrán de afrontar. Y es precisamente la necesidad de generar actitudes en las empresas para que estén preparadas y ya habituadas al cambio una de las líneas de trabajo de las incubadoras de empresas, que deben ser capaces de imbuir este concepto a las firmas alojadas. La actitud positiva (Consejería de innovación, 2004; Noelia Rodríguez Hernández, 2013; Urbano, 2006b) ante el cambio debe formar parte de la cultura empresarial, de tal forma que tanto el estilo de dirección, la organización de los recursos humanos, así como sus funciones y competencias deben responder a las exigencias del mercado, manteniendo una serie de parámetros básicos constantes como serían la flexibilidad y la versatilidad, componentes de la excelencia.

La innovación

Superadas distintas fases en las que las empresas han debido ir adaptándose a sucesivas tendencias (en los años 50 se trataba de producir al menor coste posible, en los 60 la finalidad era vender el máximo de producción, mientras que en los 80 se hacía especial incidencia en las estrategias de *marketing*), en la actualidad las empresas se orientan hacia la venta y el servicio al cliente. Pero, aun así, esta tendencia también ha sufrido diversas evoluciones, entrando en juego un factor relevante como es el de la innovación.

Innovación: entenderemos por innovación cualquier nueva aplicación de conocimientos que mejoren cualquiera de las áreas de la empresa, y todo ello desde un punto de vista general. Desde la perspectiva de la innovación, se constata la existencia de una serie de prácticas que contribuyan a alcanzar la excelencia empresarial, por lo que la innovación se ha convertido en un elemento clave en el desarrollo del ciclo de vida de las empresas y, por añadidura, en sus posibilidades de supervivencia (Chittithaworn, 2011; Comisión Europea, 2010; Lesáková, 2012).

Las empresas excelentes se valen de la innovación para mantener su posición competitiva frente a sus rivales en el mercado. La existencia (y consciencia por parte de las PYME) de que existen diferentes tipologías de innovación (de producto, de servicio, de mercado, organizativas, etc.) abre un abanico de posibilidades en las que la pequeña empresa puede competir con otras firmas más grandes, haciendo valer su flexibilidad para enfatizar la tipología de innovación que debe afrontar en función del sector económico y de la propia evolución de la empresa.

El factor innovación se ha ido vinculando de manera cada vez más estrecha con la acción emprendedora (González-Pernía y Peña-Legazkue, 2002). A diferencia de los años 60 y 70, en los que la innovación era simplemente un departamento en el que unos científicos recluidos realizaban labores ajenas al conjunto de la organización empresarial, en la actualidad la innovación impregna todos los servicios, procesos y personal de la empresa. La innovación ha pasado de ser exclusiva del producto o servicio de referencia de la empresa a aplicarse en todas y cada una de las áreas de la misma (Bowman-Upton et al., 1989). De esta manera, se aplican procesos de invención, no sólo ya a los productos o servicios, sino a la forma de gestionar, la forma de vincularse con los clientes, la forma de comunicar, la manera en la que se recogen las reclamaciones, la forma en la que se prestan servicios de atención al cliente, etc. Por lo tanto, la innovación ha pasado a formar parte también de las empresas excelentes, que la aplican a ámbitos como la anticipación sobre la competencia o a diseñar sus propios cambios para ser más eficientes.

Adaptación al cambio

Un elemento que forma parte crucial en la capacidad de pervivencia de las empresas es su aceptación del cambio y su adaptación al mismo (González-Pernía y Peña-Legazkue, 2002; Rodríguez Navia, 2012), ante el que son capaces de adaptarse y responder de manera adecuada. Estos cambios pueden provenir tanto del mercado (clientes, proveedores, servicios complementarios, aparición de innovación, etc.), como deberse a necesidades internas del producto o de su crecimiento o simplemente de la evolución empresarial (estructura organizativa, crecimientos departamentales, etc.). Las empresas capaces de cambiar y de adaptar su *management* para seguir siendo competitivas, a diferencia de las empresas que se dejan llevar por la inercia, tienen recursos para sobreponerse a los cambios.

La excelencia, entendida como un concepto del que participan todos los miembros de la empresa y que traspasa la barrera de lo personal para trasladarse a todo el proceso empresarial, debe materializarse y, de esta forma transferirse, a los clientes. Esto se logra consiguiendo un alto grado de calidad, que en su punto máximo supone asumir el reto de que la organización ha de cuidar todos y cada uno de los detalles que la componen, con especial cuidado hacia los productos o servicios que presta a sus clientes (tanto internos como externos). La incorporación del concepto de calidad a la forma de hacer de la empresa no sólo se traslada a través del

producto o servicio vendido, sino que tiene una importante referencia en los servicios intangibles que se prestan a los clientes (Diputación de Alicante, 1999). De hecho, las tendencias del sector del comercio son una apuesta hacia los servicios de valor añadido y de percepción que tiene el cliente, que exige cada vez más un trato realmente personalizado.

Existencia de una cultura de empresa

Los conceptos anteriores no pueden formar sólo parte de los objetivos o planteamientos de los directivos o gerentes de las empresas, sino que deben formar parte de la cultura de todos los trabajadores. En las empresas que normalmente se alojan en los viveros, su dimensión y su estructura jerárquica, normalmente, muy plana, facilita que todos los trabajadores conozcan de primera mano, e incluso participen en su definición y elaboración, los criterios que busca la empresa para lograr ser excelente.

Si buscamos ejemplos en los que el componente de creación de empleo tiene importancia más allá de la mera creación de empresa, encontramos casos como el referenciado por Marín Mateos y Vaca Acosta (Marín Mateos y Vaca Acosta, 2002), quienes, tras realizar un estudio sobre sociedades cooperativas de trabajo asociado, vinculan la existencia de la excelencia empresarial al de la cultura empresarial, entendida como un conjunto de normas, valores, actitudes y creencias que son compartidos por los miembros de la organización.

Esta opinión también viene sustentada por diversos estudios, que encuentran en aquellas empresas que poseen una fuerte cultura de funcionamiento muchos casos de éxito. Peters y Waterman (Peters y Waterman, 1992) interpretan el concepto de cultura empresarial como un conjunto de valores compartidos por todos los miembros de la empresa y que se materializa por medios simbólicos (historias, lemas, pasajes compartidos, etc.).

La competitividad

La competitividad se puede definir como la capacidad de la empresa para optimizar el aprovechamiento de sus recursos productivos, posicionándose en el mercado de manera efectiva y asegurando su presencia futura en el sector en el que desarrolla su actividad (Diputación de Alicante, 1999). Ser competitivos exige aceptar una dinámica de cambio continuo, cada vez más acelerado, y con mayores exigencias por parte de los clientes, que exigen un trato cada vez más personalizado, lo que obliga a las empresas a ser cada vez más competitivas,

viéndose obligadas a ofrecer más y mejores productos y servicios para mantenerse en el mercado (FUNDECYT, 2007).

Tomando como punto de partida la teoría de la ventaja competitiva de Porter (Porter, 1990), podemos interpretar el principio por el cual una empresa para ser competitiva debe ser capaz de producir bienes y servicios de superior calidad y a menor coste que sus competidores.

Porter identificar dos tipos de ventajas: ventaja en costes y ventaja en diferenciación. Para empresas que se establecen en un VE, ambos componentes requieren una amplia reflexión: la estancia en un VE, que normalmente suele tener precios de alojamiento inferiores a los del mercado, así como contar con servicios compartidos y cuyo coste se reparte entre todos los usuarios del vivero, facilita que los precios de sus productos o servicios puedan ser realmente competitivos desde el principio. La propia naturaleza innovadora de la empresa alojada en el vivero debería favorecer a medio y largo plazo que el segundo factor, el de la diferenciación, fuese sustituyendo de manera progresiva al elemento estratégico de costes, de tal forma que cuando la empresa salga de la incubadora sea plenamente competitiva por tener un producto o servicio bien posicionado y que no dependa exclusivamente del precio de venta.

Algunas de las críticas que se hacen al modelo de Porter (Indacochea, 2006) le reprochan su extremada sencillez y simplicidad, y que no es aplicable a grandes corporaciones, así como que carece de un sustrato técnico suficientemente riguroso para ofrecer una explicación acerca de cómo influyen los nuevos mercados emergentes en las posiciones de cada uno de los competidores. En el caso de las empresas incubadas, el modelo de Porter permite de manera simplificada identificar cuál debe ser el posicionamiento de valor de las empresas. Modernas herramientas como el modelo CANVAS²¹ también posibilitan realizar la planificación de la empresa teniendo en cuenta una pluralidad de factores que permiten identificar las áreas donde la empresa es más competitiva y aquellas en las que ha de contar con recursos externos que la ayuden a subsanar esta problemática.

²¹ Véase <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>.

Hay que destacar una ventaja estratégica fundamental en las empresas alojadas en una incubadora como es la capacitación y cualificación de sus recursos humanos, ya que no olvidemos que los viveros pretenden (al menos en una fase primigenia) alojar empresas de carácter innovador. Esto implica contar con equipos humanos cualificados, coordinados y motivados que sean capaces de transferir esa innovación a una actividad empresarial. Podemos observar por tanto que la competitividad de una empresa alojada en el vivero tendrá tres componentes principales: la gestión de sus recursos humanos, su posicionamiento en un sector innovador y su competitividad en costes.

6.7.2. Factores externos a la actuación de las incubadoras de empresas que inciden en el fenómeno de la creación de empresas

La forma en la que interactúan el entorno económico y el impacto en la creación de empresas ha sido objeto de detenido análisis por parte de los investigadores. En el caso de Belso Martínez (Belso Martínez, 2002), dedica buena parte de sus trabajos a analizar el ecosistema que rodea la empresa en el momento de su puesta en marcha. Para este autor, el entorno en el que se desarrolla la actividad empresarial no influye sólo en el hecho de que ésta pueda llegar a tener éxito o fracaso, sino que también puede incidir de manera determinante en su mera gestación, al constituirse en un factor que anime al individuo a poner en marcha una empresa, apuntando a que hasta el 70% de la variación en las tasas de nacimiento de empresas podría explicarse a través de la evolución y características de las regiones. Belso Martínez (Belso Martínez, 2002) explica la existencia de dos factores de localización preferentes:

- Existe una inercia que favorece la concentración espacial en determinadas ubicaciones sobre todo en el caso de las actividades industriales.
- Hay una tendencia territorial dentro del ámbito geográfico a especializarse en un número determinado de actividades, donde la mano de obra ha ganado en habilidad frente a otros sectores, favoreciendo su competitividad.

Belso Martínez plantea que las variaciones de las tasas de creación de empresas en un ámbito lo suficientemente amplio no van a ser homogéneas, ya que se ven afectadas por el

entorno, y habla de acotar los análisis a un entorno local, en el que se desarrollan las empresas, bajo unos parámetros generales similares. Para este autor, se pueden identificar hasta doce factores que afectan al entorno empresarial y cuya presencia efectiva anima a la puesta en marcha de nuevas actividades:

1. Existencia de sociedades de capital de riesgo.
2. Presencia de empresarios experimentados.
3. Mano de obra cualificada en términos técnicos.
4. Accesibilidad de proveedores.
5. Accesibilidad a los clientes y nuevos mercados.
6. Políticas públicas de apoyo.
7. Proximidad de universidades.
8. Disponibilidad de suelo o instalaciones.
9. Fácil acceso a medios de transporte.
10. Población receptiva y consideración social del emprendedor.
11. Oferta de servicios de asesoría, consultoría y auxiliares en general.
12. Condiciones de vida atractivas.

Diversos análisis corroboran la idea de que existe interés en los nuevos emprendedores por ubicarse donde ya existen otras empresas, a modo de efecto reclamo (Ortega Cachón, 2012). Por otro lado, también se tiene en cuenta que habrá un mayor interés por asentarse en aquellos espacios en los que exista una mayor densidad de población con capacidad o interés en la compra del producto o servicio que se quiere ofrecer (Reynolds, 1987).

Las investigaciones de Lundström y Stevenson (Lundström y Stevenson, 2005) llegan a la conclusión de que entre los factores que pueden influir en la actividad emprendedora destacan la identificación positiva de oportunidades, la motivación y la habilidad y las capacidades para desarrollar una iniciativa emprendedora.

Con el paso del tiempo los economistas han incorporado nuevos factores determinantes de la creación de empresas, como es el caso de las redes sociales²², con las que cuentan las personas emprendedoras que quieren poner en marcha su actividad. (Valencia, García y Moreno, 2007) y que confirman la existencia de un vínculo positivo entre valores culturales, una amplitud relativa de las redes sociales y contactos con los que cuenta el empresario y que forman parte de su acervo cultural, y la existencia de ayudas públicas no financieras, en formato de ‘ventanilla única empresarial’.

A partir de los trabajos anteriores, proponemos una ordenación de los factores del entorno que pueden favorecer en mayor o menor medida la creación de empresas.

I. Factores de carácter económico:

- Evolución de la demanda: la existencia de un mercado, que requiera de los productos o servicios del futuro negocio que habrá de ser alumbrado, es de los primeros elementos que un emprendedor considera para poner en marcha su actividad. A partir de aquí, existe una serie de indicadores que pueden ayudar a identificar la existencia de una demanda o no del producto o servicio: el crecimiento de la población y el incremento de la renta personal, partiendo de la base de que a mayor disponibilidad de recursos es presumible que la propensión a consumir será mayor (Lesáková, 2012; Reynolds, 1987).
- Características de la estructura productiva: la especialización territorial favorece la aparición de nuevas empresas, ya que se constata la existencia de territorios que agrupan un gran número de empresas que pertenecen a un sector, generándose sinergias de todo tipo entre ellas. Se identifica, por tanto, un componente acumulativo que favorece la aparición de nuevas actividades (Clemente Hernández, 2005; Gascó Gascó, 1994; Gobierno Vasco, 2011).
- Nivel de paro: el autoempleo como una forma de integrarse en el mercado de trabajo es una alternativa cada vez más considerada por aquellas personas que pierden un puesto de trabajo o que bien, intentando acceder a un empleo, no consiguen hacerlo

²² No nos referimos al término relacionado con los intercambios de información a través de mensajería instantánea y plataformas de comunicación social.

por cuenta ajena. Pero no sólo eso, es cada vez más frecuente la circunstancia de que, en casos de que se esté ocupando un puesto de trabajo en el que no se den las condiciones que el trabajador espera (retribución, horario, compatibilidad familiar, etc.), este busque una mejora de empleo, y una de las alternativas con las que cuenta es, sin duda, la puesta en marcha de su propia actividad. A mayor nivel de paro se reducen las posibilidades de encontrar un puesto de trabajo por cuenta ajena (Aragón Medina *et al.*, 2002; Consejería de innovación, 2004; Sindic de Greuges de la Comunitat Valenciana, 2010).

II. Factores socioculturales

Diversos estudios han tratado de analizar el impacto que el entorno cultural y personal de una persona tiene sobre su predisposición a poner en marcha una empresa (Agudo-Peregrina *et al.*, 2013; Albuquerque, 2004b; CEPAL, 2004), destacando la importancia de que de un entorno favorable a asumir la flexibilidad, la capacidad de análisis, la perseverancia o la curiosidad, entre otros, presenta características positivas a la hora de buscar una correlación entre el entorno de la persona y su disposición a crear una empresa (Nootboom, 2000). En el caso de Junquera Cimadevilla y Fernández Sánchez (Junquera Cimadevilla y Fernández Sánchez, 2001), analizan las características que definen la figura del empresario, tanto las relacionadas con los rasgos de su personalidad (las que denominan habilidades innatas), como aquellas otras adquiridas a través de la formación y la experiencia, para pasar a describir la influencia de diversos factores del entorno (infraestructuras, nivel tecnológico, estructura sectorial, etc.), otorgándoles rango de importancia similar que al resto de factores.

III. Entorno legal

Nos referimos aquí a toda la normativa que legisla la puesta en marcha de una empresa, así como a todas sus obligaciones asociadas: alta de trabajadores, gestión fiscal, régimen de contabilidad, limitaciones de la responsabilidad, etc. Es cierto que en los últimos años se ha avanzado mucho en cuanto a la simplificación administrativa (AEVAL, 2015) en lo que a la creación de empresas se refiere. Claro ejemplo de esto lo simboliza la puesta en marcha de las “ventanillas únicas empresariales”, en la que es posible dar de alta una empresa con todos sus

trámites en menos de 48 horas²³. De igual manera, hay que destacar que con la entrada en vigor de la Ley 12/2012, de liberalización de comercio, sanciones de tráfico y amnistía fiscal, se suprime la necesidad de la autorización previa municipal.

Así, para la apertura de establecimientos e inicio de actividades comerciales incluidas en el anexo de dicha ley, se han eliminado todos los trámites por los cuales se solicitaba la apertura. La persona interesada en abrir un negocio o comercio tenía antes que solicitarlo, aportar la documentación que se requería según ley y esperar a que se otorgara la licencia de apertura. Igualmente solicitaba licencia de obras para el acondicionamiento del local. Ahora, según la nueva ley y siempre que los locales no superen los 300 metros cuadrados, el ayuntamiento no exigirá previamente la obtención de licencia de apertura o de funcionamiento ni es necesario solicitar licencia de obras para la realización de las obras de acondicionamiento del local siempre que se traten de obras para las que no se exija, según ley, la redacción de un proyecto. Esta licencia previa de apertura o de obras fue sustituida en la ley por la presentación previa de una declaración responsable o comunicación en la que se indique que cumple con las previsiones legales que la ley establece en la normativa para esa actividad, que posee la documentación que lo acredita, así como el proyecto de instalación cuando se le requiera, y que ha abonado los tributos y tasas legales que le corresponden. De esta forma, ya no es la Administración la que paraliza o ralentiza los procedimientos, sino que es el propio interesado el que, proactivamente, puede avanzar, según lo considere, en la puesta en marcha de su actividad. El ayuntamiento en cuestión pasa a realizar una labor inspectora *a posteriori*.

Existe una amplia variedad de fórmulas jurídicas a disposición de las personas que quieren poner marcha su actividad (véase *Tabla 16. Resumen de formas jurídicas*). Sin embargo, en el caso de las empresas que acceden a un vivero, normalmente, es elegida la forma de sociedad limitada, autónomos o comunidad de bienes, por ser las más sencillas. Todas estas

²³ Para el tipo de empresas más habitual, autónomos y SL (dentro de las tipologías establecidas por ley), y que tratan de facilitar la puesta en marcha a las empresas que desarrollan su negocio en las áreas más habituales, exceptuando aquellas que por su dimensión, sector o complejidad exigen un asesoramiento más cualificado. Aunque inicialmente era un servicio que prestaban las cámaras de comercio (<http://www.ventanillaempresarial.org/>), se ha extendido a otras entidades públicas e incluso al sector privado.

fórmulas jurídicas pueden ser revocadas y transformadas en otras en función de las necesidades de la empresa. Los criterios a la hora de decidir la forma jurídica óptima vienen condicionados por elementos como el tipo de actividad, el capital social a desembolsar, la existencia de mayores o menores responsabilidades en función del volumen de negocio, la elección de la forma en la que se van a vincular los socios y trabajadores con la actividad, etc.

En lo que se refiere a la tramitación administrativa, se adjuntan una serie de cuadros resumen (Tabla 7, Tabla 8, Tabla 9 y Tabla 10) de los pasos a dar para legalizar una empresa, con la amplitud, mayor o menor, que requiera su caso:

Trámites de carácter general

Trámite	Descripción	Organismo
Alta en el Censo de empresarios, profesionales y emprendedores	Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad que han de presentar a efectos fiscales los empresarios individuales, los profesionales y las sociedades	Agencia Tributaria (AEAT)
Impuesto sobre actividades económicas	Es un tributo derivado del ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas	Agencia Tributaria (AEAT)
Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)	Régimen que regula la cotización a la Seguridad Social de los trabajadores autónomos (empresarios individuales), comuneros y los socios y administradores de algunas sociedades	Tesorería General de la Seguridad Social
Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social	El alta en el régimen de la Seguridad Social que corresponda en cada caso estará condicionado al tipo de sociedad y/o a la participación en el capital social	Tesorería General de la Seguridad Social
Obtención y legalización del libro de visitas	Libro de carácter obligatorio para las empresas en el que se anotan las diligencias que practican los inspectores de trabajo tras el resultado de las visitas realizadas a la empresa	Inspección Provincial de Trabajo
Legalización del libro de actas, del libro-registro de socios, del libro-registro de acciones nominativas y del	La legislación actual obliga a las sociedades mercantiles a llevar unos libros-registro (de actas, de socios o de acciones) y a realizar anualmente su presentación en el Registro Mercantil Provincial	Registro Provincial Mercantil

Trámite	Descripción	Organismo
libro-registro de contratos entre el socio único y la sociedad		
Legalización del libro-diario y del libro de inventarios y cuentas anuales	Todos los empresarios que lleven su contabilidad según las disposiciones del Código de Comercio deberán elaborar los siguientes documentos contables: un libro-diario y un libro de inventarios y cuentas anuales	Registro Mercantil Provincial
Obtención de un certificado electrónico	El certificado electrónico posibilita firmar documentos electrónicos e identificar inequívocamente al propietario de la firma	Autoridades de certificación

Tabla 7. Trámites de carácter general a realizar para la legalización de una empresa

Fuente: DGPYME

Trámites según la actividad

Trámite	Descripción	Organismo
Licencia de actividad	Licencias de instalaciones y obras, licencias de actividad y licencias de funcionamiento	Ayuntamientos
Inscripción en otros organismos oficiales y/o registros	En función de la actividad desarrollada se deberá comunicar con carácter obligatorio el inicio de la actividad a las administraciones, autoridades y/o registros	Otros organismos oficiales y/o registros
Registro de ficheros de carácter personal	Obligación de los responsables de gestionar datos de carácter personal para garantizar el derecho a la protección de dichos datos	Agencia Española de Protección de Datos

Tabla 8. Trámites de carácter en función de la actividad a realizar para la legalización de una empresa

Fuente: DGPYME

En caso de que se necesite contratar trabajadores

Trámite	Descripción	Organismo
Inscripción de la empresa	La inscripción es el acto administrativo por el que la Tesorería General de la Seguridad Social asigna al empresario un número para su identificación y control de sus obligaciones (código de cuenta de cotización)	Tesorería General de la

Trámite	Descripción	Organismo
		Seguridad Social
Afiliación de trabajadores	Acto administrativo por el que la Tesorería General de la Seguridad Social reconoce a las personas físicas su inclusión por primera vez en el Sistema de la Seguridad Social	Tesorería General de la Seguridad Social
Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social	Todo empresario que contrate a trabajadores deberá comunicar el alta en el Régimen de la Seguridad Social que corresponda	Tesorería General de la Seguridad Social
Alta de los contratos de trabajo	Este trámite consiste en realizar la legalización o alta de los contratos de trabajo de los trabajadores por cuenta ajena	Servicio Público de Empleo Estatal
Comunicación de apertura del centro de trabajo	Constituida la sociedad o decidida por el empresario la iniciación de su actividad, se deberá proceder a la comunicación de apertura del centro de trabajo, a efectos del control de las condiciones de Seguridad y Salud Laboral	Consejería de Trabajo de las CC. AA.
Obtención del calendario laboral	Las empresas deben exponer en cada centro de trabajo el calendario laboral, que deberá estar en lugar visible	Inspección Provincial de Trabajo

Tabla 9. Trámites a realizar en caso de que sea necesario contratar trabajadores para la legalización de una empresa

Fuente: DGPYME

Trámites complementarios

Trámite	Descripción	Organismo
Registro de signos distintivos	Los signos distintivos se utilizan en la industria y en el comercio para distinguir los productos o servicios de una empresa de las demás concurrentes en el mercado	Oficina Española de Patentes y Marcas

Tabla 10. Trámites de carácter complementario a realizar para la legalización de una empresa

Fuente: DGPYME

Todos los trámites anteriores, se realizan en una sola visita a las “ventanillas” que genera incluso la visita al notario, en caso de que sea necesario. Por otro lado, la totalidad de las

gestiones arriba reflejadas ya se pueden realizar de forma electrónica sin tener que desplazarse hasta el lugar de la entidad tramitadora.

IV. Factores políticos

Si ninguna duda, el factor político es uno de los elementos más apropiados a la hora de promover e incentivar la creación de empresas por el impacto de la toma de decisiones en el entorno (abunda la bibliografía al respecto: [Alós Moner, 1999](#); [Branscomb y Auerswald, 2002](#); [Eliasson, 2009](#); [Wonglimpiyarat, 2013](#)). Más allá de las clásicas políticas a favor de la creación de empresas (a través de la inversión en gasto público en un área determinada o por la asistencia directa a nuevas empresas) ([Belso Martínez, 2002](#)), y que tiene un efecto casi inmediato o a medio plazo en las zonas de interés, en los últimos años ha sido necesario pasar a desarrollar un nuevo tipo de políticas que va más allá de las actuaciones que pretenden promover de manera directa la creación de empresas. Nos estamos refiriendo a los programas de impulso a la motivación emprendedora en las escuelas ([Cámara de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia., 2007](#); [Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, 2010](#); [Fernández Martínez, Blanco Jiménez y Alonso Neira, 2011](#)). Se da la particularidad de que son intervenciones que no tienen efectos ni recorrido a corto plazo, sino a medio y largo (y por tanto sin rédito electoral directo), por lo que muchas veces son acciones que no son priorizadas por las administraciones, pese a que se ha detectado con claridad que el fomento del espíritu emprendedor ha de ser desde edades tempranas.

Los elementos que conforman al emprendedor del futuro han sido bien analizados por el Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya ([Departament de Treball. Generalitat de Catalunya, 2009](#)) y Ferreiro Seoane ([Ferreiro Seoane, 2008](#)), atribuyéndoles características de trabajo e incorporándolas a contenidos transversales. Hablamos de habilidades sociales, capacidad de sacrificio, empatía, decisión, iniciativa, respeto por el resto de personas, etc., aspectos muchos de ellos que son bien desarrollados por diferentes autores de países con una tradición reconocida en la implementación del emprendimiento en la escuela, como es el caso de Seikkula-Leino, Satuvuori, Ruskovaara y Hannula ([Seikkula-Leino, Satuvuori, Ruskovaara y Hannula, 2015](#)), que identifican el proceso de formación de los docentes en cuestiones emprendedoras. En este estudio ponen de manifiesto la importancia de la autoevaluación, así como la relevancia de que los docentes tuviesen experiencia previa en la creación de empresas.

Queremos llamar la atención sobre este punto ya que a lo largo del estudio hemos identificado el *know-how* de los asesores como uno de los factores más relevantes a la hora de evaluar la calidad de una incubadora.

V. Disponibilidad de recursos y otros factores

Ubicamos en este punto la facilidad de obtención de materias primas, la capacidad para acceder a redes de distribución, a proveedores de bienes y servicios, a redes eficientes de internet, a mano de obra cualificada, etc. (Unidad responsable de la evaluación de la DG Política Regional Comisión Europea 2003; Correa Rodríguez, 1999; Gómez Barahona, 1987; Santamaría y Rialp, 2004).

Diversos autores han destacado la existencia de diversos elementos, que contribuyen también a favorecer la creación de empresas y que incluirían la proximidad de materias primas y de proveedores, pero no sólo esto, sino también otros más sofisticados como podría ser la concentración de recursos avanzados (Moral, 2005) o incluso de parques tecnológicos (Vela Velásquez, 2011).

6.7.3. Elementos macroeconómicos y competitividad

La escasez de recursos iniciales, la escasa planificación, la dificultad para acceder a financiación, así como la debilidad de la demanda (Rodríguez, 2010) son algunos factores generales que afectan a toda las pequeñas empresas españolas en general. Si a todo lo anterior sumamos que las empresas que se establecen en un vivero suelen tener un componente tecnológico o innovador muy relevante, la incertidumbre sobre su futuro aumenta considerablemente, precisamente por la fragilidad de su factor de referencia. En este caso el fracaso de este tipo de empresas se puede producir no tanto por la falta de conocimientos técnicos para llevar a cabo el proyecto, sino más bien por una falta de capacidad para gestionarlo adecuadamente, la inexistencia de cohesión del grupo de trabajo, la falta de identificación con suficiencia del objetivo o el hecho de no haber tenido un plan de trabajo bien diseñado (Rodríguez Navia, 2012).

Atendiendo a la particularidad de las empresas alojadas en un vivero, como es su (deseable) enfoque hacia la innovación y el desarrollo de nuevos productos o servicios, resulta importante centrar la intervención de estas empresas en aquellos elementos que les generan ventajas competitivas (Porter, 2005), ya que serán estos factores diferenciadores los que facilitarán su supervivencia en el mercado. Este itinerario nos adentra en el complejo conjunto de investigaciones que han tratado de identificar el origen de la competitividad del mercado (Kaplan y Norton, 1996).

Han sido diversos los estudios que han realizado investigaciones para determinar las causas e impactos que se dan en la rentabilidad empresarial, elemento clave para la determinación de la puesta en marcha de una actividad (Claver, Molina y Quer, 1999; Cubbin y Geroski, 1987; E. González, 2000; McGahan y Porter, 1997; Rubio y Arangón, 2002; Rumelt, 1991), destacando la existencia de dos impactos principales, el 'efecto industria' y el 'efecto empresa', existiendo una tendencia que otorga mayor importancia al efecto empresa que al sectorial (Rubio y Arangón, 2002).

6.8. El concepto histórico de rentabilidad

6.8.1. Introducción

Abordamos en el presente epígrafe la identificación del concepto de rentabilidad ya que la puesta en marcha de una actuación como la que supone un VE debe estar motivada por la consecución de unos objetivos que, en su conjunto, deben aportar un bien superior o diferenciado de los recursos aportados. La mera idea de rentabilidad reúne la característica de ser absolutamente maleable dependiendo del entorno, ámbito de conocimiento, estrato, en la que se incluya. Hablamos de la idea de rentabilidad que, en efecto, ampara diferentes significados y que dependiendo de la materia adopta una posición y parámetros de referencia diferentes. Para proceder a su análisis, abordaremos de un lado una identificación general, para ir descendiendo a sus distintas acepciones en aproximación, acercándonos a su utilización concreta en el caso de los VE.

Un VE no se pone en marcha con la finalidad de generar ingresos para la entidad promotora. Al igual que otras infraestructuras promovidas por la Administración, tiene una función de mayor alcance que la meramente pecuniaria (Alonso *et al.*, 2004; Rus, 2009). La misión social de los VE hace que el análisis de la rentabilidad ligada a los costes de su puesta en marcha tenga un interés significativo, pero limitado, no sólo como justificación a la cuantía de los recursos destinados a financiarlos, sino también en lo que respecta al interés por valorar y cuantificar el cumplimiento de una misión social que adopta diversos formatos. En este sentido, su rentabilidad social no debería medirse sólo en cuanto a los resultados logrados por el número de empresas alojadas o los ingresos conseguidos, sino que también deberán estar valorados respecto a las acciones y medidas correctivas adoptadas para conseguir dichos resultados (Woller, 2007).

A diferencia de lo que ocurre en el sector privado, en el sector público (o semipúblico en el caso de las cámaras de comercio), las motivaciones y objetivos (aunque deberían, sobre todo a tenor de lo recogido en el Art. 54 de la LRJPAC y la doctrina emanada del mismo) no siempre están determinados (Belso Martínez, 2002; Cotec, 2001). Es por ello que nos encontramos con un problema añadido como es el de determinar, precisamente, las finalidades que se pretenden con la puesta en marcha de una incubadora de empresas. A los lógicos objetivos económicos (no se busca lucro, pero sí que se cubra un coste mínimo, en ocasiones impuesto por el Estado²⁴) se han de unir aquellos de rentabilidad netamente social, introducidos en las empresas en los últimos años a través de sus programas de “Responsabilidad social corporativa”, pero que, pese a contenerse implícitamente en la naturaleza pública de los entes regionales y locales, en muchas ocasiones se han descuidado tanto la planificación como la ejecución y desarrollo de las acciones en base a una serie de objetivos no siempre bien determinados.

Sin embargo, el primer problema que se plantea en este análisis es la conceptualización misma de la rentabilidad social. La rentabilidad es una acepción acotada desde el punto de vista

²⁴El Real Decreto Ley 17/2014, de medidas de sostenibilidad financiera de las comunidades autónomas y entidades locales, establece una serie de condiciones para las entidades que se acogieron al plan de pagos del Estado. Entre otras, les obligaba a financiar íntegramente el coste de los servicios públicos mediante la aplicación de tasas y precios públicos: el 50%, el primer año de aplicación; el 75%, el segundo año; y el 100%, el tercero.

económico, que, sin embargo, al añadir el adjetivo social se complica sobremanera. Exige especificar en qué medida aquella entidad, en este caso un ayuntamiento o entidad de carácter regional que articula una determinada política de intervención, para la cual se está valorando la rentabilidad social, tiene o no una misión social más allá de la creación de valor para sus grupos de interés o *stakeholders*, y, por consiguiente, si tiene por qué realizar un esfuerzo inversor, en este caso a través de la aplicación de recursos públicos en VE, para generar una utilidad a la sociedad en detrimento de otras actuaciones.

Para acometer este análisis, comenzaremos por situar el marco institucional y legal en el que se desarrollan las incubadoras de empresas y que deben marcar sus objetivos. A la vista de estos objetivos, estableceremos los conceptos que conforman la idea de rentabilidad y trataremos de identificar los impactos, tanto positivos como negativos, que pueda tener una incubadora de empresas, para realizar posteriormente la oportuna valoración de los mismos y determinar la rentabilidad de un vivero.

6.8.2. Las funciones del servicio de los viveros de empresas

6.8.2.1 Justificación administrativa de la puesta en marcha de las incubadoras

La función social del servicio de los VE precisa justificación, puesto que se encuentra en el límite de lo que podríamos considerar una intromisión en una actividad privada. Abordaremos para ello los argumentos habitualmente más empleados tanto desde la perspectiva jurídica – indispensable por tratarse de un servicio público–, como económica.

Para el derecho administrativo, como todo servicio público, los VE cumplen una función social y es precisamente su función social la que justifica su puesta en marcha al enfocarse hacia personas que quieren poner en marcha una actividad que cada entidad determina dentro de sus preferencias, pero que carecen de los recursos necesarios para ello. De hecho, un VE, tal como hemos visto a largo de este documento, no es un espacio en el que se ubican empresas. Se trata sin embargo de una serie de servicios dirigidos a empresas de nueva creación (bien a partir de proyectos novedosos o, por otra parte, resultantes de escisiones de otra serie de proyectos, pero a las que se les incorpora una línea de trabajo diferenciada) y caracterizados porque esta

prestación de servicios es temporal y no indefinida. En la correcta selección de los usuarios y beneficiarios del vivero, así como en la correcta valorización de los servicios que se prestan, se encuentra la clave que permite deslindar la actividad que presenta un VE de la que realiza una empresa inmobiliaria.

Los fundamentos jurídicos de la acción de la iniciativa de las entidades locales y regionales tienen sus antecedentes en el anteproyecto de la Constitución Española, presentado el 5 de enero de 1978. En el Título VII, bajo el epígrafe de “Economía y Hacienda”, en relación a las materias de política económica se hace mención al reconocimiento de la libre iniciativa económica privada (Art. 32) así como una amplia enumeración de principios rectores y derechos económicos y sociales (Arts. 35, 37 y 38). El texto del Art. 35 indica que “los poderes públicos asumen la obligación prioritaria de fomentar una política que asegure el pleno empleo y la formación”. De esta manera el sector público es presentado como el garante de todas aquellas iniciativas destinadas a la creación de empleo.

De igual manera, abunda en la materia económica el punto primero del Art. 118, en el que se proclama la subordinación de toda la riqueza del país a los intereses generales. En su punto segundo se establece la capacidad de intervenir las empresas por parte de la Administración pública. En este sentido hay que indicar que esta referencia al poder público abarca a todas las administraciones públicas en su conjunto, con lo que la Administración regional y local, así como los entes semipúblicos, estarían reconocidos en esta carta magna para llevar a cabo actuaciones de rango económico.

En el Art. 119 se reconoce la participación de los interesados en la actividad de los organismos públicos y en su punto segundo se hace referencia a la promoción de las cooperativas. El Art. 120 destaca la necesidad de mantener un equilibrio adecuado entre los distintos sectores económicos, mencionando de manera específica la agricultura, la ganadería y la pesca.

No es sino hasta el Art. 121 cuando se comienza a hablar de planificación, identificándola como un concepto con el que se trata de “armonizar el desarrollo regional y sectorial”. En este sentido se determinaba que dicha aplicación tendría en cuenta las previsiones que le fueran indicadas por los territorios autónomos, que serían de elaboración democrática y que para su

elaboración se contaría con el asesoramiento y colaboración de sindicatos y organizaciones profesionales y empresariales. Nótese el hecho de que no hay mención alguna para las entidades locales (Pérez Guerrero, 2005).

El reconocimiento de la autonomía local, incorporado en el Capítulo II del Título V, “Del Gobierno y de la Administración”, establece en su Art. 105 lo que en su momento pareció una oportunidad para que las administraciones locales asumieran una fuerte carga competencial, de entre la que parecía atisbarse alguna relativa a la política económica. No era así. De la lectura del Título VII se puede deducir que la posición de las entidades locales para la realización de manera autónoma de políticas económicas era prácticamente inexistente. Sin llegar a prohibir la posibilidad de llevar a cabo actuaciones en este ámbito, no se puede copiar que el Art. 121 la autoridad para la planificación da prioridad al Estado y en segundo lugar atribuye a los conocidos como territorios autónomos una tarea de información de alcance más o menos laxo (Pérez Guerrero, 2005). En realidad, lo que sucedía era que se mantenía la inercia de la estructura de política económica anterior, aunque permitiendo cierto grado de participación a los agentes sociales y a las administraciones periféricas. La Administración local y la necesidad de prestar una serie de servicios necesarios para el ciudadano creció de manera mucho más rápida que la evolución legal, por lo que siempre se ha encontrado constreñida por un marco administrativo en el que, a pesar de ser la entidad pública más cercana al ciudadano, siempre ha dependido de terceros para la ejecución de algunas actuaciones que podríamos llamar de política económica estratégica. No obstante, el principio de autonomía local le ha permitido, sobre todo en épocas de bonanza, ir cubriendo demandas de la ciudadanía, que, sin entender lo que significaba el marco competencial, encontraba en las entidades locales una primera instancia que cubría sus necesidades, ignorando muchas veces que era la Administración autonómica la que tendría que hacer frente a las mismas.

De esta manera, el Art. 138 establece como competencia exclusiva del Estado “la coordinación y la planificación general de la actividad económica o industrial”, atribuyendo de manera exclusiva a esta capa de la Administración cualquier intervención que tuviera que ver con la programación de actuaciones coordinadas, quedando las entidades inferiores sujetas a estos principios generales. Siendo esta lógica aceptable por la necesidad de mantener una coherencia entre todos los territorios, no es menos cierto que la evolución económica, alimentada por las

atribuciones dadas a las comunidades autónomas, ha generado un proceso de expansión de iniciativas a favor de las empresas y la creación de empleo que ha devenido en un solapamiento de actuaciones al que se ha debido de poner coto.

En lo que corresponde al ámbito competencial desarrollado en el propio Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana hay que hacer referencia al hecho de que los VE como tal se encuentran a mitad de camino entre lo que correspondería a políticas activas de empleo y lo que se corresponde a la promoción económica.

De esta manera, el Art. 52 del vigente Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana establece que:

“1. De acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general corresponde a La Generalitat, en los términos que disponen los Arts. 38, 131 y los números 11 y 13 del apartado 1) del Art. 149 de la Constitución Española, la competencia exclusiva de las siguientes materias:

1.ª Planificación de la actividad económica de la Comunitat Valenciana.

2.ª Industria, sin perjuicio de lo que determinan las normas del Estado por razones de seguridad, sanitarias o de interés general y las normas relacionadas con las industrias sujetas a la legislación de minas, hidrocarburos y energía nuclear.

3.ª El desarrollo y ejecución en su territorio de los planes establecidos por el Estado para la reestructuración de sectores industriales y económicos.

4.ª Sector público económico de La Generalitat, en cuanto no esté contemplado por otras normas del Estatuto.

3. La Generalitat, en el ejercicio de sus competencias, y sin perjuicio de la coordinación general que corresponde al Estado, fomentará el sistema valenciano de ciencia, tecnología y empresa promoviendo la articulación y cooperación entre las universidades, organismos públicos de investigación, red de institutos tecnológicos de la Comunitat Valenciana y otros agentes públicos y privados, con la finalidad estatutaria de I+D+I y con el fin de fomentar el desarrollo tecnológico y la innovación, con apoyo del progreso y la

competitividad empresarial de la Comunitat Valenciana. Se regulará mediante Ley de Les Corts.

1. La Generalitat participará asimismo en la gestión del sector público económico estatal, en los casos y actividades en los que proceda”.

Tal como podemos comprobar, no existe una referencia explícita a la actividad de los VE, pero a la vista de cuál ha sido su desarrollo a lo largo de los años y, sobre todo, de las entidades que los han gestionado (los CEEIs originariamente, dependientes del extinto IMPIVA –actual IVACE–, normalmente, dependientes de la Conselleria de Economía e Industria –bajo sus distintas acepciones–), nos permiten presumir que la Administración autonómica los consideraba instrumentos de su propia política económica. Por extensión los viveros han sido gestionado por ayuntamientos y cámaras de comercio, aunque, como podremos comprobar, en muchos casos financiados por fondos europeos, al igual que hiciera el IMPIVA en su época de mayor esplendor. A estos se le han sumado en última instancia las incubadoras de empresas.

El derecho al trabajo también está implícitamente reconocido por la norma institucional básica de la Comunitat Valenciana, el Estatuto de Autonomía, que fue aprobada por Ley Orgánica 5/1982, de 1 de julio, y modificada posteriormente por la Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril. De esta forma el Art. 8 dispone lo siguiente:

“Los valencianos y valencianas, en su condición de ciudadanos españoles y europeos, son titulares de los derechos, deberes y libertades reconocidos en la Constitución Española y en el ordenamiento de la Unión Europea y en los instrumentos internacionales de protección de los derechos humanos, individuales y colectivos, en particular, en la Declaración Universal de Derechos Humanos; en los Pactos Internacionales de Derechos Civiles y Políticos y de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, en la Convención Europea de Derechos del Hombre y Libertades Fundamentales, y en la Carta Social Europea.

Los poderes públicos valencianos están vinculados por estos derechos y libertades y velarán por su protección y respeto, así como por el cumplimiento de los deberes”.

De una manera más explícita también se reconoce en el Art. 19 del EACV el compromiso de la Generalitat Valenciana con la protección del derecho al trabajo en los siguientes términos:

“En el ámbito de sus competencias la Generalitat impulsará un modelo de desarrollo equitativo, territorialmente equilibrado y sostenible, basado en la incorporación de procesos de innovación, la plena integración en la sociedad de la información, la formación permanente, la producción abiertamente sostenible y una ocupación estable y de calidad en la que se garantice la seguridad y la salud en el trabajo (...).

Queda garantizado el derecho de acceso de los valencianos a las nuevas tecnologías y a que la Generalitat desarrolle políticas activas que impulsen la formación”.

Tal como podemos comprobar, vinculados a la formación y al empleo se incorporan términos como el de tecnología, modelo de desarrollo..., cuestiones estrechamente relacionadas con los VE.

La brillantez de la técnica que los VE utilizan para abordar la problemática del empleo y de la diversificación empresarial produjo una explosión de iniciativas por parte de entidades distintas a la autonómica para poner en marcha nuevas infraestructuras, lo que generó (no sólo los viveros, principalmente las cuestiones relacionadas con el empleo), en una esfera estatal, una duplicidad de intervenciones, que han sido acotadas, con mayor o menor acierto, por distintas normas de ámbito estatal y regional. En ello se emplea a fondo la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración local, validada para el ámbito de la Comunitat Valenciana, de manera especialmente (y sorprendentemente concisa para el calado y alcance de su impacto), con la Circular de 18 de junio de 2014, de la Dirección General de Administración local, sobre el nuevo régimen competencial contemplado en la LRSAL.

Como hemos podido comprobar, se constata que la actividad de las incubadoras de empresas se enmarca dentro del ámbito jurídico y legal de las administraciones públicas, que lo asumen dentro de la normativa que apela a los ámbitos del empleo y del desarrollo económico en general. En este sentido la asunción de su puesta en marcha y gestión indica, de manera implícita, que las entidades públicas que la promueven entienden y consideran que los VE son los instrumentos oportunos para llevar a cabo sus objetivos y que, por lo tanto, les resultan rentables frente a otras alternativas.

6.8.3. Colectivos afectados por la puesta en marcha y gestión de un vivero de empresas

Si se quiere poner en marcha un VE, además de una entidad promotora que se haga cargo del servicio, se habrá de tener en cuenta a la pluralidad de colectivos que de una manera u otra se pueden ver afectados por el mismo. Este entramado de actores se puede clasificar de la siguiente manera:

- 1) Entidad promotora: es encargada de la justificación y pertinencia de la puesta en marcha de la incubadora de empresas. Ello requiere que habrá de realizar el correspondiente estudio que avale la inversión económica y en personal que se habrá de hacer para que el servicio de VE sea un éxito (Vaquero García y Ferreiro Seoane, 2013b). Además, deberá decidir qué formato de gestión se adopta: si la gestión del mismo se realiza de forma interna, con los recursos de la entidad, o si por el contrario se externaliza a través de cualquiera de las modalidades que ofrece el marco legal en el que se ampara. Todo lo anterior requiere que, de una forma u otra, se asignen recursos de personal, pero también económicos, cada vez más escasos en el conjunto de entidades que forman la Administración pública (Diputación de Barcelona, 2012). Esto obliga a competir con otros departamentos para obtener los mencionados recursos.
- 2) Potenciales beneficiarios, candidatos a acceder al vivero, son aquellas personas emprendedoras que quieren poner en marcha una determinada actividad. Es recurrente el debate que se establece a la hora de determinar quiénes deben ser las personas que disfrutan de los servicios de un VE. Por un lado están las entidades que plantean que el vivero es un espacio no sólo de lanzamiento y consolidación empresarial, sino también de maduración de ideas y que por tanto se debe abrir no sólo a aquellos proyectos que se han evaluado como viables sino también a aquellos otros casos en los que tan sólo existe una idea que ha de ser conformada y transformada en un proyecto viable. En este caso el problema será determinar qué tipo de proyecto integrado de maduración es admisible para la instalación. Además la existencia de un VE genera una serie de expectativas para las personas que quieren poner en marcha su negocio como un elemento facilitador de este objetivo (F. M. Viadiu y Martínez, 2005).

- 3) Usuarios del vivero: son aquellas personas emprendedoras que están haciendo uso de los servicios que ofrece la incubadora de empresas. Se trata de aquellos promotores de proyectos que han superado los requisitos de acceso que la entidad promotora ha puesto como condición para acceder a la incubadora. Son, por tanto, quienes reciben y disfrutan de todas las ventajas que el micro entorno emprendedor que genera el vivero proyecta sobre ellos. La apuesta de recursos que la Administración promotora realiza al admitir su proyecto en el servicio del vivero debe ser considerada no sólo como una ventaja competitiva para la empresa alojada, sino también como un factor de responsabilidad, ya que la naturaleza de fondos públicos (tanto económicos como de personal) tiene también una característica de coste de oportunidad que ha de ser minimizado por la empresa, que ha de ser capaz de consolidarse y llegar a salir fuera del vivero en un plazo de tiempo predeterminado.
- 4) Gestores del vivero: son las personas encargadas de que el vivero cumpla los objetivos que motivaron su puesta en marcha. Esto incluye desde lo que es la atención a las empresas alojadas (prestando servicios de asesoramiento, acompañamiento, información sobre ayudas y subvenciones, gestiones diversas, formación, etc.), así como todas aquellas gestiones necesarias para mantener la infraestructura en condiciones óptimas. Tanto si este mantenimiento se hace con recursos propios como externos, los gestores del vivero deben verificar que estas tareas se realizan correctamente. Por otro lado, los gestores tienen un deber de reportar a la entidad promotora los resultados del vivero, que han de ser cuantificables y medibles (Ferreiro Seoane, 2013).
- 5) Entidad promotora del vivero: es la actora principal y responsable última del funcionamiento de la incubadora de empresas. Tanto a nivel político, en el caso de una entidad local, como a nivel gerencial, si se trata de una Cámara de Comercio o de una universidad, la infraestructura y servicios del vivero requiere una financiación que ha de ser aportada en detrimento de otras alternativas (Santamaría y Rialp, 2004). Teniendo en cuenta que lo público cada vez cuenta con menos recursos económicos para hacer frente a sus necesidades, la exigencia de una “rentabilidad” adecuada es un factor cada vez más necesario.
- 6) Proveedores del vivero: tanto si se trata de profesionales que a través de cualquiera de las opciones con las que se pueden vincular a un vivero prestan sus servicios a las

empresas alojadas, como si se trata de suministradores de elementos básicos (agua, luz, teléfono, seguridad, etc.), pues la incubadora es un servicio público que genera impactos indirectos positivos con muchos vectores (Blanco Jiménez *et al.*, 2013). A mayor actividad del vivero, mayor será la necesidad de prestar estos servicios y, por tanto, se genera una actividad inducida por la presencia de un grupo de empresas incipientes en torno a la figura de la incubadora de empresas.

- 7) Territorio en el que se ubica el VE: me referiré en este apartado a la generalidad de otros actores que, sin estar contemplados en los epígrafes previos, también se ven afectados por la existencia de un VE. Si bien es cierto que una incubadora de empresas tradicional tiene un alcance limitado en su entorno próximo, aquellos VE que han desarrollado una actividad excelente han generado una marca de territorio innovador por la que pueden ser reconocidas como espacios óptimos para empresas (F. M. Viadiu y Martínez, 2005). De todo ello se beneficia de manera especial el municipio que acoge el vivero, y de manera singular la entidad que lo promueve. La previsible continuidad de un servicio de VE excelente asegura que, manteniendo ese nivel de excelencia en cuanto a los resultados de implantación de empresas, se permita explotar el *marketing* a favor de dicho territorio, contando con un símbolo mediático de largo recorrido.

Como hemos podido comprobar, la existencia de un VE afecta a una pluralidad de agentes del territorio que reciben el impacto, de manera más o menos intensa, en función de su grado de vinculación con la incubadora. Hay que destacar el hecho de que una incubadora especialmente excelente reporta resultados que superan con mucho los beneficios que reciben las empresas que están alojadas en el mismo.

En el siguiente epígrafe delimitaremos el concepto de rentabilidad significándolo de manera singular para los VE.

6.8.4. Concepto de rentabilidad de un vivero de empresas

Para decidir si un proyecto tiene un impacto sobre el bienestar social habría que hacer un estudio sobre los cambios de utilidad experimentados por los individuos afectados por el proyecto. Si todos mejoraran con el proyecto, la decisión sobre la puesta en marcha de la

iniciativa sería positiva; en caso negativo tendríamos que analizar los cambios en las utilidades individuales para poder tomar la decisión (Rus, 2009). Este razonamiento se deriva del hecho de que para que la mejora de los individuos fuera una condición suficiente, el proyecto debería ser aceptable en términos de igualdad.

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua (RAE), rentabilidad es: “1. Calidad de rentable. 2. Capacidad de rentar”. La trayectoria histórica de esta palabra persuade al lector de que su aplicación sea fundamentalmente económica, ya que a ello contribuye la definición, también de la RAE, de rentable, entendido como “que produce renta suficiente o remuneradora”. Si sobre el mismo documento, profundizamos sobre la idea de renta, observamos cómo se trata de “1. Utilidad o beneficio que rinde anualmente algo, o lo que de ello se cobra. 2. Aquello que paga en dinero o en frutos un arrendatario. 3. Ingreso, caudal, aumento de la riqueza de una persona. 4. Deuda del Estado o títulos que la representan. 5. En materia tributaria, importe neto de los rendimientos”.

Desde un punto de vista económico-financiero amplio, se entiende la rentabilidad, además de como los ingresos generados por cualquier actividad o negocio, como aquello que se obtiene en función de lo que se invirtió. Se trata, por tanto, de una renta valorada en términos relativos, pues los beneficios o utilidades generadas se evalúan en función del desembolso o esfuerzo inicial realizado. Es así como define el DRAE²⁵ el rendimiento, además de como el producto o utilidad que rinde o da alguien o algo, como la proporción entre el producto o el resultado obtenido y los medios utilizados.

A este concepto le añadiremos apellidos que irán articulando una tipología diferenciada de rentabilidad, confiriéndole una amplitud que la mera definición de la RAE no ha incorporado a sus textos. Así, encontramos dos tipos de rentabilidad vinculada al ámbito económico y la actividad pública:

- a) Rentabilidad económica, entendida como el beneficio comparado con el total de recursos empleados para obtener esos beneficios, concepto singularmente tratado, entre otros

²⁵ Diccionario de la Real Academia Española.

por Gutiérrez y Robles (Gutiérrez y Robles, 2010) y Rus (Rus, 2009).

- b) Rentabilidad financiera, comprensiva del beneficio comparado con los recursos propios invertidos para obtener esos beneficios y que ha sido tratada de manera brillante por Ares Gómez, Doiro Sancho y Toro (Ares Gómez, Doiro Sancho y Toro, 2006).

En el caso de las incubadoras de empresas, éstas presentan, de manera indefectible, una rentabilidad económica y financiera, aunque las entidades que las han promovido no la ofrezcan para sus propios balances o ni siquiera se ofrezca dicha información para los VE.

Los criterios del Valor Actual Neto (VAN) y de la Tasa Interna de Rentabilidad o Tasa Interna de Retorno (TIR) son los más habituales en la valoración de inversiones productivas y financieras. También están siendo de utilidad en el ámbito de la actividad social al aportar esa necesaria relativización del beneficio económico, implícita en el concepto de rentabilidad. En este sentido, se considerará realizable un proyecto de inversión, sea cual sea su naturaleza, si se obtiene un resultado >0 ($VAN > 0$) cuyo valor sería equivalente a la riqueza en unidades monetarias que generaría el proyecto una vez recuperado el desembolso realizado inicialmente; en el caso de la TIR, si se obtiene una tasa superior al coste de oportunidad o al coste del capital invertido en el proyecto. Así pues, la consideración de “viable” en la interpretación del resultado obtenido con la aplicación de estos dos criterios parte de la exigencia de la recuperación de la inversión o del coste en términos porcentuales, siendo su rentabilidad el exceso sobre esa inversión aportada.

6.8.4.1 *Unificación de la terminología: rentabilidad económica, financiera y social*

A la vista de lo anteriormente analizado, podemos preguntarnos: ¿qué tipo de rentabilidad aportan los viveros diferente a la financiera, de inversión?

Se podría decir que la rentabilidad social es, por definición, aquello a lo que, aun teniendo un sentido más específico, hacen alusión la responsabilidad social corporativa, la sostenibilidad y la social *performance* (Aupperle, Carroll y Hatfield, 1985) al valorar la repercusión de la actividad empresarial sobre el bienestar de la sociedad en general o de grupos sociales concretos, y al cobrar sentido en la exigencia a la empresa del ejercicio de su libertad empresarial de forma responsable con el fin de que sus decisiones tengan en cuenta el bien común y no sólo

el interés individual.

Se trata, en definitiva, de un concepto, el de rentabilidad, que, si bien en su génesis podría tener cierta transparencia, al adjetivarlo se vuelve extremadamente complejo. En el caso del análisis de la rentabilidad de los VE, podemos tratar de colegir que la rentabilidad económica y financiera hacen referencia a una visión diferente de la misma cuestión, puesto que se trata de dos elementos que relacionan el rendimiento de un activo en base a una inversión realizada y, por otro lado, en lo relativo al retorno que tienen los propietarios del capital, cuando ni siquiera estos tienen vocación de tener una rentabilidad económica (como corresponde a la mayor parte de las actuaciones de la Administración pública). Hablaremos indistintamente, en nuestro caso, de rentabilidad, rentabilidad económica y financiera, conedores de que hacemos referencia, en este caso, insistimos, a la información sobre la diferencia de gastos e ingresos del vivero.

No obstante lo anterior, sí podemos entender que existe la necesidad de ampliar este impacto económico cuando analizamos que la acción de las incubadoras de empresas genera externalidades que tienen impacto en la sociedad. Esto viene derivado de la generación de impuestos que se producen por la actividad empresarial realizada por los proyectos que se van generando en los viveros. Aunque el impacto no es directo, sino que es a través del proceso de redistribución que se hace vía fiscal, es un elemento tangible que nos permite apuntar a la devolución de una parte de esos ingresos públicos, que posteriormente podrán ser aplicados a distintas necesidades sociales. Identificaremos, por tanto, la rentabilidad social con la generación de esos excesos vía recaudación que se derivan a otras áreas de la sociedad.

El objetivo del siguiente apartado será, por tanto, utilizar la metodología exploratoria para conceptualizar la rentabilidad social de los VE, dada la utilidad que la delimitación de esta expresión suscitará para posteriores aplicaciones y la medición de la misma en el ámbito de análisis de este trabajo de tesis doctoral.

Para estudiar la rentabilidad, habremos de analizar las dos vertientes que hemos tratado en este apartado, como es el caso de la rentabilidad económica, a partir de los gastos e ingresos y, adicionalmente, todo lo relativo a la rentabilidad social y los parámetros que la sustentan.

6.8.5. Función económica de los viveros de empresas

La función económica de los VE queda justificada por los flujos financieros que se producen desde el mismo momento de su planificación y construcción hasta su gestión. En este momento se pueden encontrar una serie de elementos generadores de coste económico.

En este sentido, hemos de hacer un ejercicio de abstracción, puesto que tratándose de la Administración, o bien de entidades pseudoadministrativas, como es el caso de las cámaras de comercio²⁶, y habiendo justificado desde el punto de vista administrativo la pertinencia de la puesta en marcha de un VE en su marco competencial, el concepto de gasto-ingreso se encuentra extremadamente matizado al no existir un ánimo de lucro y, por tanto, no son de aplicación muchos de los principios económicos y contables que rigen en las empresas para focalizarse hacia la maximización de los ingresos y la minimización de los gastos, o para la generación de valor para los accionistas (Comisión Europea, 2002a). No es el caso de los VE, para quienes el lucro sólo es una parte de los beneficios que debe reportar y junto al conjunto de otros elementos conformará el término específico de rentabilidad de un VE. Otros estudios más recientes como los de Ribeiro-Soriano y Mas-Verdú (Ribeiro-Soriano y Mas-Verdú, 2015) plantean que las nuevas empresas juegan un papel crucial al incrementar la competencia en sectores emergentes, impulsando de manera paralela la innovación en sus territorios.

²⁶ Las cámaras de comercio se definen como 'entidades de derecho público'. Ya para la LOFAGE, Ley 6/97, la Administración del Estado puede servirse como entes instrumentales de organismos públicos, que se dividen en organismos autónomos y entidades públicas empresariales. En este mismo sentido, la Ley 4/2014 de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, en su Art. 2 las define: "Las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación son corporaciones de derecho público con personalidad jurídica y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines, que se configuran como órganos consultivos y de colaboración con las administraciones públicas, sin menoscabo de los intereses privados que persiguen. Su estructura y funcionamiento deberán ser democráticos". La diferencia fundamental es que el organismo autónomo somete toda su actuación, como la administración de la que depende, al derecho administrativo, mientras que las entidades empresariales se rigen, en parte, por el derecho mercantil. Las cámaras de comercio son corporaciones de derecho público que no dependen de ninguna administración pública (al menos en cuanto a su dependencia funcional). Otra cosa es su independencia económica, pero realizan actos materialmente administrativos, en asuntos de personal y administración ordinaria.

6.8.5.1 Generación de costes para la entidad promotora

Los costes que para la entidad promotora de un VE suponen la puesta en marcha de un servicio de estas características se pueden clasificar de la siguiente manera:

- a) Puesta en marcha del vivero, con lo que implica de inversión para la puesta en marcha del edificio que alberga la incubadora de empresas. Lógicamente, el coste de construcción va a depender en gran medida de la tipología de vivero y de la utilización del mismo, ya que según se establezca su orientación, mayor o menor cantidad de servicios, implicará una inversión diferente. Siguiendo a Vaquero García y Ferreiro Seoane (Vaquero García y Ferreiro Seoane, 2013b), la mayor parte de los ingresos para la construcción de los VE provinieron en Galicia de los fondos FEDER. En el ámbito territorial en el que estamos operando, la Comunidad Valenciana, trataremos de determinar la incidencia de fondos externos a sentía promotoras como elemento motivador de su puesta en marcha.
- b) Mantenimiento del vivero y gastos de gestión. Se requieren una serie de servicios que van a conservar la incubadora en funcionamiento: limpieza, alarma, mantenimientos diversos, etc.; así como los necesarios para la prestación del servicio del VE: En este caso tendríamos los referentes a agua, luz, comunicaciones, seguridad, etc.
- c) Costes de personal. El mantenimiento de un servicio de asistencia técnica a las empresas alojadas en el vivero requiere, indefectiblemente, de la participación de personal. De su cualificación, implicación y participación estrecha con las empresas de la incubadora va a depender en buena medida el éxito o el fracaso del vivero, por lo que deberá ser en todo caso personal cualificado y adecuado a las tareas que se le encomienden.

Para su clasificación procederemos a diferenciar diversas casuísticas en función de si la entidad dispone de los activos necesarios para su puesta en marcha o no.

En el siguiente cuadro se clasifican de manera pormenorizada los costes de la puesta en marcha y mantenimiento de un VE, atendiendo a la generalidad de los servicios incorporados:

Elementos inductores de actividad económica de un vivero

Elemento de valoración	Sin propiedad ni disponibilidad por parte de la entidad promotora	La entidad promotora dispone del bien o servicio
Espacio físico (terrenos/edificio)	Adquisición del mismo	Uso de terrenos o propiedades de la entidad promotora
Anteproyecto y proyecto técnico	Contratación de ingenieros, arquitectos, consultores externos	Utilización de personal propio para la preparación del proyecto
Construcción y adecuación	Contratación de empresas constructoras o de reformas	Utilización de los servicios de la entidad para la adecuación del espacio dedicado al vivero
Puesta en marcha	Externalización de servicios	Asignación de personal propio para la gestión del centro
Gestión del vivero	Gestión externalizada de servicios propios del centro	Gestión por personal propio
	Uso de servicios de agua, luz, teléfono, limpieza	Excepcionalmente llevado a cabo por personal propio (limpieza), resto externalizado
	Inducción de actividad adicional: restauración, reprografía, fax, etc.	

Tabla 11. Elementos inductores de actividad económica de un vivero

Fuente. Elaboración propia a partir de Sentana Gadea (Sentana Gadea, 1998)

En apartados posteriores identificaremos de manera pormenorizada cada uno de los conceptos de gasto y su impacto en la gestión de un vivero. Esta singularización será importante a la hora de determinar la rentabilidad económica de los mismos, así como su impacto en la rentabilidad social de estos servicios.

6.8.5.2 Generación de ingresos

A continuación vamos a determinar las fuentes de ingresos que para la entidad promotora tiene la puesta en marcha y gestión de un VE.

- a) En primer lugar, se consideran los ingresos recibidos por el pago de los servicios del vivero (precio público, alquiler, etc.). Deberían constituir la fuente fundamental de los ingresos de la incubadora.
- b) Ingresos aportados por la entidad promotora y gestora del vivero. En el caso de una entidad local estos ingresos vendrán derivados de la aportación presupuestaria aprobada anualmente por el órgano competente para ello. En el caso de entidades no pertenecientes a una entidad pública esta aportación corresponderá a las aportaciones anuales que se estimen en su ente rector. La estimación de este importe se valora de tal forma que junto con los ingresos recibidos por los usuarios del vivero sea suficiente para equilibrar el balance entre gastos e ingresos.
- c) Ingresos determinados por la utilización de servicios del vivero no incluidos en el precio base de la incubadora. Se generan ingresos adicionales por el uso de estos servicios que puede ser tanto por parte de empresas propias del vivero como de empresas ajenas a la instalación que los requieran. En el caso de las administraciones públicas estos precios (así como los correspondientes a los pagos de los usuarios del vivero) deberán estar fijados por la correspondiente ordenanza municipal.
- d) Ingresos derivados de la cesión de espacios o servicios a terceros para su uso regular. Esto abarca el alquiler de los propios espacios del vivero o dependencias anexas para bares o incluso máquinas de vending cuya explotación debe reportar, lógicamente, unos ingresos a la propiedad del vivero. En este caso hay que tener en cuenta que márgenes amplios para la entidad implican un mayor coste para los usuarios del vivero, ya que la empresa concesionaria tenderá a repercutir de manera lineal cualquier diferencial de coste que se produzca, al encontrarse en una situación de monopolio dentro del vivero.

No obstante, la función de los VE en la economía va más allá del peso específico que puedan tener las empresas alojadas en su sector (en general muy pequeño), debido a su

significación como elemento de dinamización intermedio para el resto del territorio (Ferreiro Seoane, 2013) al promover la creación de empresas que debieran tener un cierto sesgo innovador respecto a los sectores predominantes en el espacio próximo. Efectivamente, los VE están estrechamente interrelacionados (Belso Martínez, 2002) con el resto de la economía ya que, si bien es cierto que su impacto cuantitativo puede ser, *a priori*, pequeño en relación al resto de la economía “próxima”²⁷, es cierto que algunas de sus empresas estrella pueden llegar a generar sinergias muy importantes. Una parte importante del mismo es contratada por las industrias manufactureras, así como por el comercio mayorista y minorista. Permite la competencia, fomenta la competitividad y la innovación, y facilita el crecimiento económico al hacer posible el comercio.

Desde la perspectiva de la economía de un territorio, contar con elementos que contribuyan a dinamizar la creación de empresas es, como hemos visto, relevante (Blanco 2013) cuando se trata de entrar en competencia con otros territorios que también puján por convertirse en el epicentro de la creación de empresas y, por añadidura, de empleo.

Así pues, los VE se han convertido en un elemento con un potencial vertebrador para las intervenciones de políticas empresariales e industriales (Brunet y Alarcón, 2006) que genera un valor más allá de la suma de los valores individuales, para aportar un valor añadido definitivo a la ciudad y territorio de su área de influencia.

Precisamente Ortega Cachón (Ortega Cachón, 2012) refiere a la literatura que ha analizado el concepto de *entrepreneurship* como una fuente para entender cómo se ha vinculado a los emprendedores y la actividad económica. El informe GEM 2010 (Kelley, Bosma y Amoròs, 2011) establece un sistema de flujo circular en el que nuevas empresas vinculadas a los viveros, entre otros sistemas de promoción empresarial, inciden en el crecimiento económico, el empleo y la innovación. Este autor realiza una clasificación de los impactos de la actividad emprendedora a partir del análisis de las aportaciones de distintos autores:

²⁷ Hacemos referencia a que dependiendo de la entidad, del municipio, del entorno geográfico, social y cultural del que hablemos, este término deberá ser relativizado.

Externalidades de la actividad emprendedora

Externalidad	Variable	Autor
Empleo	Nuevos empleos	Birch
Crecimiento	Aumento del PIB	Audrestch
Productividad	Producción/persona/hora	Disney
Innovación	Nueva función de producción	Schumpeter
Cohesión social	Empresarios de éxito	Kirchhoff
Ineficiencia	Autoempleo	Kuznets

Tabla 12. Externalidades de la actividad emprendedora
Fuente: Elaboración propia a partir de Ortega Cachón (Ortega Cachón, 2012)

De los seis elementos anteriores, el empleo y el crecimiento se pueden considerar que tienen un efecto directamente económico y con un impacto en lo que se podría considerar una cuenta de resultados, mientras que la productividad, la innovación, la cohesión social y la ineficiencia serían elementos implicados en aspectos sociales. A estos cuatro conceptos nos referiremos con posterioridad.

Finalmente, y desde la perspectiva del mercado inmobiliario (Fernández Fernández y Blanco Jiménez, 2011; Serasols-Tarrés, 2006), no podemos obviar el valor generado por una cierta demanda de edificios o locales para ubicar VE para los promotores y propietarios de inmuebles, quienes ven incrementado el valor de sus propiedades y las del entorno en función del grado de visibilidad de los viveros y del tráfico de personas en torno a los mismos. De esto se benefician no sólo la entidad que los gestiona al constatar que se llega a una mayor cantidad de usuarios, sino también porque en los negocios del entorno tienen la oportunidad de generar un mayor volumen de ventas atendiendo a la variable de visibilidad, lo que normalmente se traduce en un mayor volumen de gasto en las actividades perimetrales.

En el ámbito de la concreción más analítica, podríamos decir que se producen una serie de ventajas económicas como son:

- Beneficios económicos. Ahorro de costes para las empresas alojadas en

acondicionamiento de salas, medios informáticos y comunicaciones compartidos (redes de comunicaciones, servicios de reprografía, fotocopiadoras) (Madrid Emprende, 2010; Santamaría y Rialp, 2004), ya que tienen que pagar menos por el uso de estos servicios que si los tuvieran que afrontar de manera individual.

- La previsible mejora en las posibilidades de supervivencia (Vela Velásquez, 2011) genera beneficios desde el punto de vista de la mejora de la rentabilidad de los activos aplicados a la puesta en marcha de las actividades. Si las empresas duran más, sus recursos se rentabilizan y generan mayor valor.
- Para las empresas alojadas en el vivero se generan beneficios indirectos que pueden medirse mediante los términos económicos clásicos de “ahorro” y “utilidad”. Ahorro (Ferreiro Seoane, 2013) por las economías de escala que se producen por la utilización de recursos compartidos, y, en su caso, la mayor “utilidad” (Ortega Cachón, 2012) que le reporta al usuario tener en un entorno próximo a su disposición una serie de servicios que no ha de localizar por su cuenta.
- En su conjunto, tanto las entidades promotoras como los usuarios se benefician de las economías de escala que se producen al compartir una serie de servicios e instalaciones de forma intensiva, lo que reduce costes y mejora el rendimiento de la inversión realizada.

6.8.6. Concepto de rentabilidad social

En la generación de un constructo lógico para elaborar un estado de la cuestión es necesario destacar la amplitud del concepto de rentabilidad social, dado que el término rentabilidad hace referencia a la capacidad de producir un beneficio o utilidad²⁸ durante un período determinado de tiempo, y, en tanto que en este caso va adjetivada como social, se

²⁸ Real Academia Española, *Diccionario de la Lengua Española*, vigésimo segunda edición, en línea: www.rae.es. Consulta: 13 de abril de 2014.

entendería referido a aquello capaz de producir un beneficio o utilidad a la sociedad. Encontramos un continente plagado de subjetividad y, por tanto, amplio en cuanto a su interpretación. Por consiguiente, aplicada al ámbito empresarial, esta expresión de “rentabilidad social” haría alusión, en principio, a toda aquella actividad de la empresa que deriva en un beneficio o una utilidad para la sociedad, en general, o para ciertos grupos sociales (De Godos, Cabeza y Fernández, 2011).

El concepto de rentabilidad que miden tanto el VAN como la TIR no ha permanecido inmóvil a lo largo del tiempo (Rus, 2009). Desde el momento en que se aceptó que el objetivo de las empresas iba más allá que el explicitado en una cuenta de resultados y que pasaba a consistir en lograr la maximización del valor, sea para los accionistas o para el resto de grupos de interés, la interpretación de los resultados obtenidos a partir de los criterios VAN y TIR se centró en la creación de valor asociado a los proyectos de inversión y en el impacto en las pretensiones de dichos grupos de interés. Es decir, si el VAN de un proyecto es positivo, éste se considerará realizable porque crea valor para la empresa y para el conjunto de esos *stakeholders*. De igual manera ocurre si la $TIR > k$ ²⁹.

Como premisa previa para identificar el alcance del concepto de rentabilidad social, habremos de indicar que apenas existen unas pocas referencias al significado de rentabilidad social, y aún menos en lo que corresponde a su aplicación conceptual a los VE. Es por todo esto que comenzaremos haciendo referencia a los conceptos más abstractos para ir centrando las acepciones en torno al concepto de VE.

La falta de unos análisis con resultados empíricos que evidencien una relación clara entre el enfoque socialmente responsable y los resultados económicos de una empresa ha disuadido a muchos directivos de aplicar medidas que atendieran hacia ambas interpretaciones, enfocándose de manera casi exclusiva a aquellas que tendían a la maximización de los beneficios empresariales y por tanto orientados a ofrecer la mayor rentabilidad económica a los grupos de interés de la empresa (Burke y Logsdon, 1996). Nos encontramos, por tanto, que ante esta falta de vinculación

²⁹ Considerando k como coste de oportunidad o coste de capital.

empírica entre rentabilidad social y rentabilidad económica los investigadores han sido animados no tanto a buscar la existencia de esa correlación sino a identificar las condiciones que ayudan a potenciar un vínculo positivo entre ambos conceptos.

Grinols y Mustard (Grinols y Mustard, 2001) identifican la rentabilidad social a partir de la idea de que se corresponde con la mejora que se produce en el bienestar del conjunto de consumidores, curiosamente a partir del estudio del impacto de los casinos de juego.

Realizando una labor prospectiva entre la literatura existente, podemos encontrar los trabajos de Silva Díaz, Bertullo, Torrelli y Rieiro (Silva Díaz, Bertullo, Torrelli y Rieiro, 2007) que realizan una aproximación al término de rentabilidad social partiendo del reconocimiento de un término previo como es el de la “socio economía de la solidaridad”. Estos autores matizan que la conjunción de la socio economía (entendida como los elementos que interesan a la sociedad en base a una terminología económica, pero teniendo en cuenta que se trata de una disciplina donde las personas no son entendidas como orientadas a su interés personal sino que en sus acciones económicas hay una predisposición a colaborar con el interés común o colectivo) genera un enfoque en el que la solidaridad destaca por encima de los objetivos meramente empresariales. Se constituye, por tanto, un sector diferenciado en que las empresas tienen como finalidad o propósito generar bienestar humano, su grupo de interés está representado por un colectivo o grupo de personas con necesidades comunes.

Por su parte, Alonso (Alonso *et al.*, 2004) también asocia la rentabilidad social al “resultado neto de comparar el coste de los fondos públicos y el beneficio del proyecto público”, y Stoforos, Kavcic, Erjavej y Mergos (Stoforos, Kavcic, Erjavej y Mergos, 2008) la definen como la diferencia entre el valor de los bienes producidos y el de los recursos invertidos, estimados en función de su utilidad social, en este caso a partir de un estudio de rendimientos agrícolas.

Toro (Toro, 2006) confirma las ideas de Burke y Logsdon (Burke y Logsdon, 1996) en el sentido de que ya no hay que buscar un vínculo directo entre los beneficios de la rentabilidad social (responsabilidad social corporativa) y los beneficios a corto plazo, si no identificar aquellos proyectos y procesos que pueden crear beneficios estratégicos a largo plazo. Parece que este enfoque puede encajar de manera adecuada con la perspectiva de los VE, cuyo origen público no se centra tanto en los beneficios inmediatos y económicos, sino más bien en generar consecuencias a medio y largo plazo (Blanco Jiménez *et al.*, 2013; L. L. Gómez, 2008).

En este contexto, Jiménez Barandalla, Mora Agudo y Carrasco Bañuelos (Jiménez Barandalla, Mora Agudo y Carrasco Bañuelos, 2012) definen la rentabilidad social de un proyecto de inversión como el valor que éste genera para la sociedad o para determinados grupos sociales, de acuerdo a las funciones que competan a la entidad inversora. Concretando esta acepción para el transporte público, caso de estudio de los autores, estos entienden que el servicio de transporte se considerará que es rentable socialmente cuando cree valor para la sociedad de acuerdo a las funciones económicas, sociales y medioambientales que le corresponden como servicio público.

Así pues, de manera general, se interpretará que, desde el punto de vista de la rentabilidad social, se creará valor cuando los beneficios sociales actualizados que genere esta actividad sean superiores a las externalidades negativas actualizadas derivadas de la misma (VANS³⁰), o cuando la tasa de rentabilidad social supere el coste de oportunidad o rentabilidad mínima exigida para los proyectos de inversión públicos (TIRS³¹). Se superpone el concepto de “actualizados” de tal forma que los importes sean comparables a lo largo del tiempo. Y este concepto de rentabilidad social habrá de ser calculado teniendo en cuenta la globalidad de los ingresos fiscales que se generen de manera directa o indirecta, ya que esta creación de valor monetaria revertirá, vía reasignación de recursos, en la sociedad.

Resulta de interés la reseña del estudio realizado por Toro (Toro, 2006), en el que acomete un pormenorizado trabajo en el que realiza la vinculación entre rentabilidad económica y rentabilidad social y que, al igual que la mayoría de autores antes indicados, confirma que mientras evaluar la rentabilidad de una empresa desde un punto de vista económico es relativamente sencillo, resulta mucho más complejo hacerlo desde el punto de vista de su rentabilidad social. Adicionalmente, Rus (Rus, 2009) considera que existirá una contribución al bienestar de la sociedad cuando lo que él interpreta como beneficios sociales que se produzcan sean mayores que los costes sociales.

Uno de los análisis más modernos sobre esta cuestión es el aportado por Nicholls, Lawlor,

³⁰ Valor Actual Neto Social.

³¹ Tasa Interna de Rentabilidad Social.

Neitzert y Goodspeed (Nicholls, Lawlor, Neitzert y Goodspeed, 2012), que introducen de manera más precisa el concepto de 'Retorno Social de la Inversión (SROI)', identificado como una variable que busca elementos de medición de las desigualdades en numerosos planos (social, medioambiental, económico, etc.) incorporando costes y beneficios sociales de las actividades.

Esta definición obliga a analizar en los siguientes apartados cuáles son las funciones que corresponden a los VE como servicio público; en segundo lugar, qué se entiende por creación de valor de acuerdo con los mismos; y, por último, cuáles son los grupos sociales afectados por dicha creación de valor.

6.8.7. Función social de los viveros de empresas

Emerson, Wachowicz y Chun (Emerson, Wachowicz y Chun, 2008) consideran que se crea valor social cuando los recursos, *inputs*, procesos o políticas se combinan para producir mejoras en las vidas de los individuos o de la sociedad en su conjunto, y dado que el bienestar social puede expresarse como una función de los niveles de utilidad que perciben los diferentes grupos sociales, los VE contribuirán al bienestar social o crearán valor para la sociedad cuando sean capaces de incrementar dichos niveles de utilidad en el desarrollo de las funciones que les son propias.

El servicio de los VE ofrece un punto de partida para empresas de nueva creación, al partir de una oferta de servicios que se ponen a disposición de proyectos innovadores que cuentan con un entorno "amigable" para arrancar su iniciativa. De esta forma se pone a disposición de los territorios una herramienta que permite modelar, en cierta medida, la creación de empresas hacia determinados sectores (Madrid Emprende, 2010). Ciertamente, debe tenerse en cuenta que para que esta intervención tenga resultados tangibles (rentabilidad) deberá contar con la suficiente potencia y sostenibilidad a lo largo del tiempo para que pueda ser evaluada, elemento clave en la elaboración de este proyecto de tesis doctoral. Por otra parte, las incubadoras de empresas son un medio idóneo para compartir recursos no sólo físicos (salas de juntas, equipos de reprografía, centrales de compras, etc.), pero sobre todo son un excelente caldo de cultivo para la generación de redes informales de trabajo (Vela Velásquez, 2011), poniendo en contacto a proveedores con clientes y obteniéndose una telaraña comercial entre

los usuarios del vivero sólidamente tejida a partir de la confianza que se genera por la convivencia diaria.

Además, en muchas ocasiones supone un elemento indispensable para algunos segmentos de población que no pueden costear todos los servicios que necesita su actividad, de tal manera que se favorece así la cohesión social y la igualdad de oportunidades al permitir el acceso de dichos grupos sociales a los diferentes servicios que en ocasiones sólo están al alcance de algunas empresas con cierta capacidad de capitalización.

Con esta función social, las incubadoras de empresas crean valor, no sólo para los grupos sociales de baja renta (Barrios González y Martínez Navarro, 1988), ya que no suelen ser mayoritarios en los VE, sino que sirven como un punto de referencia para profesionales o pequeñas empresas que buscan una serie de servicios, ubicación y también orientación sobre cómo han de poner en marcha su actividad. Se trata, en buena medida, de un formato dirigido a quienes teniendo más o menos clara una idea de negocio, desconocen cómo es la puesta en marcha y el día a día de su actividad. En un vivero encontrará acompañamiento (Camacho Picó, 1999; Flynn *et al.*, 2008) y una serie de servicios clave (Blanco Jiménez *et al.*, 2013) para su arranque, puesta en marcha y consolidación.

En resumen, podríamos decir que la puesta en marcha de un VE genera los siguientes beneficios sociales:

✓ Beneficios relativos a las posibilidades de pervivencia de las empresas: al acceder a servicios de alto valor añadido (ubicación, formación, asesoramiento), se mejora la cualificación del personal y se suavizan las exigencias de gasto para las empresas, con lo que se crea un entorno más favorable para el crecimiento y consolidación de las empresas (Urbano, 2006a).

✓ Se contribuye a la conservación del *know-how* (Blanco Jiménez *et al.*, 2013) de las empresas, al crearse redes informales entre los viveristas que comparten información y contactos de tal forma que se transmiten las mejores prácticas de unos a otros.

✓ La creación de un entorno singular de contactos entre las empresas del vivero, donde se intercambian servicios de unas a otras, favorece la aparición de un mercado interior, ciertamente con algunos rasgos autárquicos (Sánchez Moral, 2005; Sentana Gadea, 2013), pero

que mejora las expectativas de crecimiento de las empresa al rodearse de potenciales clientes que a su vez ejercen un rígido seguimiento de sus peticiones, debido a la cercanía física proveedor-cliente. Esta proximidad obliga al proveedor a tender a la excelencia para dar el mejor servicio posible a sus posibles prescriptores (Confederación empresarial de Madrid (CEOE), Comunidad de Madrid y Simón Elorz, 2003).

✓ La valoración de los beneficios que suponen una mayor tasa de pervivencia previsible para las empresas que se establecen en un VE también puede realizarse en términos económicos o de “coste” (Clemente Hernández, 2005). Más allá de la consideración del coste de las inversiones y del capital que se pierde cuando una empresa tiene que cerrar, el coste en términos de fracaso personal y el impacto que tiene en el entorno del emprendedor (tanto económico como emocional) también ha de ser tenido en cuenta.

✓ Beneficios legales y administrativos: las empresas que se ubican en VE reciben una mayor cantidad de información sobre ayudas y subvenciones y ventajas de tipo administrativo (Subirats *et al.*, 2008) que las que no lo están, ya que las entidades que gestionan estos espacios se preocupan de suministrar la información a sus usuarios dotándoles incluso de algunas herramientas que facilitan la gestión.

✓ Existe un impacto de la acción de los VE que resulta clave para su evaluación, cual es la generación de ingresos fiscales a partir de la actividad de las empresas.

6.8.7.1 *Generación de ingresos fiscales de las empresas de los viveros*

Los impuestos son tributos exigidos sin contraprestación cuyo hecho imponible (aquello que motiva su exigencia) está constituido por negocios, actos o hechos que ponen de manifiesto la capacidad del contribuyente. La ordenación del sistema tributario se basa en la existencia de indicios sobre la capacidad económica de las personas, físicas o jurídicas, obligadas a satisfacer los tributos.

Los principios de ordenación tributaria son los de justicia, generalidad, igualdad, progresividad equitativa, distribución de la carga tributaria y no confiscatoriedad.

Aunque la nueva Ley General Tributaria no hace la distinción, los impuestos se pueden clasificar en directos e indirectos.

I. Son impuestos directos aquellos que tienen en cuenta las características subjetivas del contribuyente y gravan manifestaciones o exteriorizaciones inmediatas o directas de la capacidad contributiva. En el caso que nos ocupa de empresas que se ubicarían en los VE, serían casos típicos de esta tipología tributaria: el IRPF o Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, el Impuesto sobre Sociedades, el Impuesto sobre el Patrimonio y el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones.

II. Son impuestos indirectos aquellos que recaen sobre manifestaciones indirectas de la capacidad contributiva. Ejemplo de los impuestos indirectos para los casos más habituales en las incubadoras de empresas son el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y, entre otros, el Impuesto sobre Transmisiones y Actos Jurídicos Documentados.

Existen asimismo impuestos de carácter censal y que son gestionados principalmente por las entidades locales, como es el caso del Impuesto sobre Actividades Económicas y el IBI (Impuesto sobre Bienes Inmuebles).

Tributos a los que se obliga una actividad emprendedora

Ciñéndonos al perfil de empresas que suelen ubicarse en una incubadora, podemos colegir que a un empresario o emprendedor le afectan de manera singular impuestos y tasas. Las tasas van a ser gestionadas fundamentalmente por los municipios y procederán de servicios municipales prestados al empresario, como pueden ser las tasas de recogida de basuras.

En cuanto a los impuestos, le afectarán por el ejercicio de su actividad económica (el Impuesto sobre Actividades Económicas sólo lo pagan sociedades y entidades con un volumen de facturación superior a un millón de euros, las personas físicas no) y por el resultado económico de su actividad, que será el IRPF para Empresarios Individuales y Sociedades Civiles y el Impuesto sobre Sociedades para las Sociedades Mercantiles y Cooperativas. Y en lo que respecta a los impuestos indirectos, salvo raras excepciones, estarán sujetos al IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido), aunque es conocido el papel de mero recaudador que en este caso ejercen las empresas.

Además de lo anterior, empresas y trabajadores hacen sus aportaciones a la Seguridad Social, dependiendo de los diferentes regímenes a los que estén sujetos.

6.8.8. Creación de valor en los viveros de empresas

Una incubadora de empresas se debe caracterizar por generar un “ecosistema emprendedor eficiente” (Asociación de Business Angels de la Comunidad Valenciana, 2012; Madrid Emprende y Emprende, 2013). Esto quiere decir que han de ser capaces de impulsar a un conjunto de empresas pertenecientes a unos sectores predeterminados y que son de interés para el territorio en el que se insertan para que se conviertan en empresas que impulsen una diversificación respecto a lo que ya hay en el territorio (bien porque operan en sectores novedosos, bien porque introducen algún elemento renovador respecto a los sistemas productivos existentes) mejorando su capacidad de crecimiento y de supervivencia (Fernández Martínez *et al.*, 2011).

Para lograr esto, los VE ejercen una serie de funciones mucho más amplias que las de la mera ubicación en un espacio físico (Comisión Europea, 2000), que tienen como misión, precisamente, generar las condiciones más favorables para el desarrollo de las empresas que operan a través de sus servicios e instalaciones.

Así pues, se puede considerar que los VE pueden crear valor desde una doble perspectiva:

- 1) Incrementando de forma directa el bienestar de las empresas receptoras de sus servicios en el vivero. A reseñar:
 - a. La mejora de la oferta de los servicios e instalaciones respecto al mercado privado, tanto en calidad como en cantidad y precio, lo que contribuye a dinamizar la oferta de ubicaciones para empresas de nueva creación. La posibilidad de elegir favorece tanto a la entidad promotora del vivero, que se ve incentivada a mejorar la calidad de los servicios que ofrece, así como a promotores privados que detectan un grupo de posibles clientes que en muchas ocasiones pasaba inadvertido. Es frecuente que entre VE y centros de negocios

privados se intercambien referencias de potenciales clientes que no tienen cabida en uno pero sí en el otro, de tal forma que los competidores se convierten en *coopetidores* (Azua, 2001).

- b. La mejora de las condiciones de instalación en el vivero respecto a un alojamiento en el exterior, lo que implica una serie de ahorros por parte de las empresas, que van a encontrar unos servicios y una ubicación a precios más reducidos que en el libre mercado (Díaz, Gómez, Cuervo y De la Sota, 2007).
- c. A partir del punto anterior, las entidades promotoras de los VE se ven además interesadas en ofrecer unos servicios eficientes (Ortega Cachón, 2012), puesto que los usuarios podrían decidir, en caso contrario, no hacer uso de las mismas, generándose un problema importante ya que habría hecho una inversión (en muchos casos en base a subvenciones que obligan a que la financiación se utilice para un determinado fin) con una escasa o nula utilidad, generándose una impresión muy negativa acerca de la forma de gestión de los fondos y recursos, cada vez más escasos. El impacto en la imagen de la entidad promotora sería, en este caso, muy negativo, por lo que sus gestores están incentivados a que esto no sea así.
- d. Un elemento muy relevante sobre la percepción de la utilidad de los VE (Cerdán Chiscano, 2010) es que sean capaces de integrarse con otras entidades de apoyo a los emprendedores, además de generar un flujo de información útil a las empresas, que abarca desde la formación genérica, específica, hasta oportunidades de negocio, captación de socios inversores, etc.
- e. En el caso de las incubadoras de empresas no podemos olvidar que estas cumplen también una labor de importancia en el ámbito medioambiental (Fernández Fernández y Blanco Jiménez, 2011). El vivero se debe encargar de que las empresas ubicadas en el mismo cumplan con rigurosidad todos los protocolos que se enmarcan para su sector, máxime si desarrollan su actividad en un ámbito industrial. De igual manera, los gestores del vivero deberán promover actuaciones a menor escala comprensivas de la sensibilización hacia el reciclaje y la reutilización de materiales, poner a disposición de los viveristas

receptáculos para cartones, cartuchos de tinta y todos aquellos elementos susceptibles de ser aprovechados.

- f. El ahorro de costes (F. M. Viadiu y Martínez, 2005) que supone compartir una serie de servicios y un espacio común redundando en una mayor eficiencia de todo el proyecto, lo que permite generar economías de escala de las que se benefician tanto las empresas alojadas como la entidad promotora, que ha de invertir una menor cantidad de dinero en la gestión de la incubadora.
- 2) A partir de impactos indirectos del vivero en el territorio, con actuaciones que en un principio se orientan a la mejora de la competitividad de sus empresas pero que irradian efectos más allá de las propias empresas alojadas. Destacaríamos:
- a) El facilitar el acceso a la financiación (Cerdán Chiscano, 2010), que suele ser difícil para las empresas que no cuentan con un histórico de rentabilidad o de avales, como suele ser el caso de las empresas de nueva creación (Confederación empresarial de Madrid (CEOE) *et al.*, 2003). Se genera de esta forma un espacio que para la financiación tradicional (bancaria) era realmente inhóspito, pero al mismo tiempo por la financiación alternativa supone una fuente de generación de proyectos (Coduras y Justo, 2002) cuya financiación tiene un efecto muy positivo para el territorio, puesto que se posiciona como un espacio de oportunidades (Dirección general de política de la pequeña y mediana empresa, 2010).
 - b) Generación de servicios para el lanzamiento, consolidación y crecimiento de las empresas, lo que mejora notablemente sus expectativas de supervivencia. (Alemany *et al.*, 2011; Blanco Jiménez *et al.*, 2013). El resultado de esto es un territorio que da oportunidades a empresas de nueva creación, radicadas en sectores alternativos, para que puedan introducirse en el entramado de oferta de bienes y servicios, pero que también van a generar una demanda de proveedores, en muchos casos productos y servicios novedosos que hicieran un efecto de multiplicación de sus impactos (Clemente Hernández, 2005; Moncayo Jiménez, 1999; Pérez Guerrero, 2005).
 - c) Promocionar y gestionar todos los recursos que implica la gestión de un espacio en

el que se alojan empresas y emprendedores, muchos de ellos especializados en sectores de alto valor añadido y con una amplia experiencia en sectores de interés para la entidad promotora del vivero. Un ejemplo de esto lo podemos encontrar en el “Reglamento de régimen interno del VE Alicante Emprende”³² en cuyo Art. 12, enunciado bajo el epígrafe de “difusión del conocimiento”, se establece un sistema por el cual se conmina a los usuarios del vivero a colaborar en la formación de sus compañeros de instalación, contribuyendo con charlas que versan sobre su experiencia empresarial, la puesta en marcha de su negocio, buenas prácticas detectadas, etc., de tal forma que se consigue promover el intercambio de conocimientos entre las empresas locales, favoreciendo de esta manera la pervivencia del *Know-how* en la comunidad de emprendedores locales.

- d) Contribuir a la creación de una red de contactos entre los usuarios del vivero (Stephens y Onofrei, 2012), de tal forma que se generan internaciones entre los viveristas, lo que produce un efecto de difusión tanto de sus actividades como de sus necesidades.
- e) Facilitar la visibilidad de las políticas públicas que se realizan a favor de la cruz de empresas (Pérez Guerrero, 2005). La sensibilización y el conocimiento por parte de los sectores implicados en la promoción económica territorial son clave para generar sinergias y rendimientos suficientes en las actuaciones que realiza la Administración.

Como podemos comprobar, el espectro de impactos que tiene un VE es extraordinariamente amplio, tanto en el recorrido del público objetivo al que se dirige su actuación, como para el territorio en el que se ubica.

Sin embargo, en el apartado siguiente veremos que una incubadora de empresas también puede generar efectos negativos, por lo que procederemos a su análisis para determinar su alcance y ámbito en el que se pueden localizar. Realizar esta descripción será útil

³² Publicado en el BOP n.º 149 de 27/07/2007.

posteriormente para que el trabajo de campo recoja cuestiones relativas a las externalidades negativas que se produzcan.

6.8.9. Impactos negativos de los servicios de un vivero de empresas

Como hemos visto en el apartado anterior, los VE desarrollan una serie de funciones y tienen un impacto directo en las empresas alojadas, pero también en el territorio circundante. Aunque en muchas de estas ocasiones el objetivo tiene como finalidad contribuir al desarrollo y mejora de las posibilidades de implantación y crecimiento de las empresas, pueden llegar a producirse efectos indeseados (Morán, 2006), que son los que vamos a tratar de identificar a continuación:

1. Sobre el mercado inmobiliario: la existencia de un VE, tanto en su modalidad de oficinas como de naves industriales, puede ser percibido como la competencia directa al sector inmobiliario (Blanco Jiménez *et al.*, 2013). Esto nunca debería ser así puesto que, como hemos visto, el fundamento de un VE no puede ser nunca el alquiler de una oficina o recinto industrial, sino la prestación de una serie de servicios de apoyo a la creación y consolidación de la empresa, entre los que se encuentra la utilización de un espacio privativo para cada empresa.
2. Sobre la intensidad de la gestión empresarial: estar alojado en un VE supone, para quienes ponen en marcha un negocio, estar cubierto de las inclemencias que se padecen cuando se carece de un sistema de seguimiento y asesoramiento, y de un equipo técnico que pueda echar una mano en un momento determinado, así como hacer frente a un pago por los servicios y alojamiento inferiores en precio a los que se pueden dar en el mercado. La consecuencia de esto es que el equipo de emprendedores puede sentirse muy cómodo en el vivero y perder la perspectiva de que un vivero es un servicio que está limitado en el tiempo y cuyo objetivo es precisamente animar e incentivar a las empresas a que sean capaces de establecerse en el libre mercado en las mejores condiciones (Blanco Jiménez *et al.*, 2013). Las empresas deben dedicarse a generar productos que luego se puedan vender, no a teorizar sobre hipotéticos proyectos que no tienen como finalidad su gestión comercial. Un vivero debe ser un

espacio que ayude a los emprendedores a salir adelante, pero nunca debe constituirse en una burbuja que los aisle del exterior. Si se actúa así, lo único que provocará es que cuando las empresas hayan de establecerse fuera de la incubadora se den cuenta de que no son competitivas, ya que el aislamiento con servicios y a bajo coste que tenían en el vivero les ha hecho perder la referencia de una gestión óptima.

3. Coste de oportunidad del conocimiento: en referencia a algunas teorías que apuntan la idea de que las grandes empresas son siempre más rentables que las pequeñas empresas se puede deducir (José María Veciana, 2007) que todo el conocimiento que las personas emprendedoras están aplicando para poner en marcha una pequeña actividad sería mucho más rentable si estas estuvieran trabajando en una gran empresa en la que desarrollarse. En este sentido, existe un coste de oportunidad para el talento que se decide “invertir” en una pequeña empresa, con una rentabilidad inferior de la que resultaría si todo este conocimiento se aportara a una gran empresa.

4. Coste de oportunidad de inversión y del personal dedicado por la entidad promotora. La decisión de poner en marcha y gestionar una incubadora de empresas tiene dos implicaciones: de un lado la existencia de una voluntad firme para poner en marcha un servicio de esta naturaleza; por otro, se está decidiendo que los recursos escasos que hay en el presupuesto de la entidad pública se van a dedicar precisamente a la puesta en marcha de un vivero, en detrimento de otras alternativas de inversión en el entorno como la actual de estrangulamiento de las finanzas públicas (Fernández Martínez *et al.*, 2011). Esto obligará a optimizar la gestión del vivero para justificar la elección tomada.

5. Inmovilización de recursos de la entidad promotora: la actividad de un VE es un servicio que sólo tiene sentido si se prolonga a lo largo del tiempo. Esto quiere decir que la inversión realizada para su puesta en marcha sólo se podrá rentabilizar, en términos económicos, si el servicio se presta durante un número amplio de años. La recesión se origina en tanto en cuanto la obligatoriedad de aportar fondos al vivero se va a extender durante todo ese proceso temporal, lo que va a detraer recursos de otros bienes o servicios públicos.

6. Siguiendo a Audretsch y Thurik (Audretsch y Thurik, 2002), que entendían que las pequeñas empresas son menos eficientes, aportan menores niveles de empleo y

están menos involucradas en la innovación, se puede valorar que la aportación de recursos tanto económicos como personales a las pequeñas empresas suponen distraer recursos de las grandes firmas, lo que en última instancia encarece aspectos como la financiación, la captación de recursos humanos o simplemente el espacio para ubicarse. Esta aproximación de los autores se fundamentaba en los estudios previos de Kuznets (Kuznets, 1966), para quien existía una correlación negativa entre crecimiento económico y pequeñas empresas.

Por lo tanto, a partir de la identificación de los elementos que influyen en la rentabilidad de un VE, tanto económicos como aquellos de carácter más social, se habilita el paso para proceder a determinar cómo y con qué alcance se valoran estos ítems como parte de un conjunto más amplio de políticas públicas.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

7. Marco teórico de referencia

7.1. Introducción

La actividad de los VE se circunscribe e interrelaciona con el entorno en el que se encuentran ubicados. De hecho, el carácter local de los entes que los promueven³³ condiciona precisamente que sea el tejido económico social de su hábitat próximo el que se beneficie de estos servicios y que, por tanto, intente que el servicio de la incubadora encuentre relaciones bidireccionales con su entorno (Azalea Canales y Vergara González, 2013). El diseño del vivero, así como los servicios que se presten, deberían estar en consonancia (Sentana Gadea, 1998) con el tipo de empresas a las que se pretende atender, así como el territorio en el que se ubican, dada la relevancia de las características locales/regionales en su orientación (Cerdán Chiscano, 2010; Fernández Martínez *et al.*, 2011; Roig, 2012).

Hay que destacar el hecho de que el análisis de las características económicas, territoriales y sociodemográficas permite identificar los elementos que contribuyen a la creación de empresas (Correa Rodríguez, 1999), así como a todos aquellos factores que han sostenido la

³³ Salvo algunos programas específicos, como es el proyecto del BIC Euronova, con el que se potencia la interrelación entre empresas de distintas regiones e incluso países: <http://www.bic.es/ver-programa>.

evolución reciente de la economía valenciana, los elementos estructurales en los que se basa el crecimiento y la generación de riqueza (Casado Díaz, 1998), y los aspectos más vulnerables. Resulta relevante indicar que otro de los objetivos del presente trabajo será identificar si los viveros han tenido algún tipo de impacto en el desarrollo económico local, bien a través de la introducción de empresas innovadoras, de la diversificación del tejido industrial (Vinyes i Vila, 2013), entre otras cuestiones, y si éstos han servido para corregir los déficits territoriales y han contribuido a potenciar los aspectos más positivos del mismo. Esto nos permitirá advertir el impacto en el desarrollo de los viveros y si algún factor relevante tuvo o no incidencia en la gestión, intensidad de uso, efectos en la viabilidad empresarial, variación significativa en la asignación presupuestaria u otros elementos relevantes. De igual manera, trataremos de identificar los resultados en torno a la figura del emprendedor que puedan aparecer vinculados a las incubadoras de empresas, que cuenta con unas características específicas, tal como se ha determinado en el estudio GEM de la Comunidad Valenciana (Gómez Gras, Mira Solves, Galiana Lapera y Sancho Azuar, 2010).

Por otro lado, son numerosos los estudios que han identificado la problemática del emprendimiento y de las políticas que se ponen en marcha para su dinamización en clave territorial. A los más generales (Albuquerque, 2004b; Comité Económico y Social, 2004; Martín Pérez, 1997), que han realizado una aproximación desde una perspectiva de carácter municipalista de signo descriptivo, les han seguido otros más específicos que han apuntado al ámbito territorial como un elemento proactivo a la hora de establecer una empresa (Rocha Sánchez y Aragón Medina, 2003; Rosetti, Lope, y Gibert, 2002; Arauzo Carod, 2002). En este sentido, la propia Unión Europea (Flynn *et al.*, 2008) reconoce que las iniciativas locales de desarrollo y empleo son un medio para enriquecer el contenido de empleo sobre el de crecimiento³⁴. Otros autores vienen a respaldar esta versión, propiciada tras ver la incapacidad de las políticas macroeconómicas para resolver problemas que habían afectado profundamente al entorno local. En este sentido destacamos algunos trabajos como los de la Fundación para el

³⁴ Hay que indicar que la UE había recorrido un largo proceso de mejora de las conclusiones y aplicaciones del *Libro Blanco del Crecimiento, competitividad y empleo* de la UE (1993), cuya aplicación se había mostrado insuficiente para el periodo crítico que atravesaría Europa años después.

Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología en Extremadura (Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología en Extremadura (FUNDECYT), 2007) y de la Comisión de las Comunidades Europeas (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). En todos ellos se reconoce la necesidad de complementar las políticas macroeconómicas con acciones que incidan y consideren las especificidades del territorio. Y esto parte inevitablemente de la proactividad de las políticas de desarrollo local (Alós Moner, 1999; Pérez Guerrero, 2005) y territorial (Urueña Gutiérrez, 2005), que son las que han de complementar las políticas de crecimiento que se diseñan desde la Administración estatal y autonómica.

Siendo los VE un instrumento más de desarrollo económico, con especial impacto en el territorio en cuya área se han establecido, resulta de interés establecer las características socioeconómicas, que para el periodo objeto de estudio, 2004-2014, presentaba la Comunidad Valenciana. Esto nos permitirá advertir el impacto en el desarrollo de los viveros y si algún factor relevante tuvo o no impacto en la gestión, intensidad de uso, efectos en la viabilidad empresarial, impacto presupuestario, etc.

Por lo tanto, en el presente capítulo estableceremos el marco en el que se ha desarrollado la puesta en marcha y gestión de los VE desde una perspectiva multifacial: partiendo desde un análisis de las características y evolución del territorio, conectando posteriormente con el elenco de políticas públicas favorecedoras de la creación de empresas y empleo, desgranando las distintas opciones de política económica a nivel regional, provincial y local, para llegar a la síntesis de la herramienta VE como elemento singular de las mismas.

La utilidad adicional que daremos al correlato de características socioeconómicas de la Comunidad Valenciana que se acompañan a continuación nos servirá de punto de referencia para evaluar si las incubadoras de empresas se han visto influenciadas de manera significativa por estos elementos y si éstas han incidido, en cualquiera de sus formatos, en el rendimiento de las inversiones productivas públicas, así como en los usuarios de las incubadoras.

7.2. Entorno socioeconómico de los viveros de empresas en la Comunidad Valenciana para el periodo 2004-2014

Desde mediados de los años 90 hasta la llegada de la crisis actual, la Comunidad Valenciana había venido experimentado un fuerte crecimiento económico, por encima de la media nacional y de las potentes áreas de desarrollo europeas, convirtiéndose en una región con capacidad de generar empleo y con unas cifras macroeconómicas que mostraban una región pujante, en expansión y con una dinámica muy positiva como apuesta de inversión ([Generalitat Valenciana, 2013a](#)). Durante estos años también se habían producido avances en la cualificación de la población (recordemos la intensidad de las acciones de formación provenientes de fondos europeos, así como la consolidación del entramado universitario de las tres provincias valencianas) y en la acumulación de capital físico e infraestructuras que le habían permitido acercarse, al menos en teoría, al perfil de las economías europeas más avanzadas.

El motivo de acotar el ámbito temporal del estudio a la década que comprende los años 2004-2014 se debe a la necesidad de delimitar a un periodo determinado el momento de investigación. Se trata de un espacio temporal que toma como punto medio el eje de la crisis, 2007, por lo que nos permitirá hacer comparaciones, en caso de que tengamos información suficiente para ello, entre dos periodos de tiempo totalmente diferentes por la inercia de la economía, tanto nacional como regional.

Siguiendo el informe elaborado por el IVIE ([Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2014](#)), la economía valenciana había mantenido un fuerte crecimiento hasta el último quinquenio. La tasa media anual de crecimiento del PIB durante el periodo 1995-2007, año de inicio de la crisis, fue del 3,9%, según datos del INE, dos décimas más que en España (3,7%) y un punto y medio más que en la UE-27 (2,4%). Además, y aun teniendo en cuenta el considerable aumento de la población durante este periodo (1,6% de media anual), también

podimos apreciar una convergencia (Steinberg, 2006) en términos de PIB per cápita, que pasó de representar el 74,1% del PIB per cápita de la UE-27 en 1995 al 86% en 2007³⁵.

Este periodo se caracterizó por un ciclo económico alcista basado en los bajos tipos de interés, la inmigración y la generación de empleo, y la fortaleza de la demanda interna (consumo e inversión), estimulando al sector de la construcción, especialmente residencial, como un elemento claramente dinamizador de nuestra economía y con un efecto tractor (Generalitat Valenciana, 2013b) sobre el empleo de baja cualificación hacia la construcción. El peso del sector de la construcción en la economía valenciana había pasado del 9% del PIB en el 2000 al 13% en el 2007, superior a la media nacional (12,2%). La demanda autóctona, con una renta disponible mayor, provocó un aumento de precios, que no diluyó apenas el interés tanto de inversores como de quienes buscaban una vivienda con destino de segunda residencia (Arauzo Carod, 2002) a apostar por lo que en su momento era un valor seguro, siempre al alza. De hecho, la apuesta por el sector de la construcción detrajo recursos (Generalitat Valenciana, 2008) que muy bien podrían haber ido a parar a sectores específicos de los viveros de empresas.

El proceso de euforia desbordante que afectó tanto al sector privado como al público no pudo aguantar mucho más. Desde la segunda mitad de 2007 pudimos comprobar cómo se producía un proceso de creciente desaceleración económica (Recarte, 2009; Generalitat Valenciana, 2009). Las principales instituciones de predicción económica ya indicaban una desaceleración de la economía valenciana en la misma línea que el conjunto de España y mayor que la economía mundial, y en sintonía con la tendencia que la Comunidad había venido mostrando: una mayor intensidad tanto en el crecimiento, como en las inercias de decrecimiento, en relación a su entorno. Los seis años en los que la economía española llevaba inmersa en la crisis económica supusieron para la Comunidad Valenciana un fuerte retroceso en esta trayectoria ascendente que había permitido generar unas expectativas inmejorables. Impactado por la pérdida de capacidad adquisitiva, pero sobre todo de endeudamiento, el derrumbe del sector de la construcción y la paralización de la actividad inmobiliaria, en los que la región había basado gran parte de su crecimiento, generación de riqueza y empleo, supusieron

³⁵ En euros corrientes. Datos de Intrastat.

que familias, empresas y sector público detuvieran su elevado nivel de gasto, lo que tuvo graves consecuencias sobre la economía valenciana. Varios elementos, externos e internos, explican el cambio de tendencia acontecido:

- 1) **Elementos externos:** por una parte, la crisis financiera iniciada en EE.UU. en el verano de 2007 y las tensiones de liquidez y de crédito que de ella se derivaron para empresas y familias, y, por otra, el aumento de los precios de las materias primas, especialmente el petróleo (Recarte, 2009). A estos factores cabe añadir, como elementos que agravan la situación, la persistencia de elevados tipos de interés en la zona euro y la fortaleza del euro con respecto al dólar y otras divisas, lo que deteriora la competitividad de nuestras exportaciones. Otro factor adicional es la fuerte competencia que ejercen los países emergentes, con unos costes laborales sensiblemente inferiores a los de nuestra industria y que en los últimos años se han introducido en prácticamente la totalidad de los sectores representativos de la Comunidad: desde el textil al juguetero, materiales de construcción, maquinaria, agricultura, etc.
- 2) **Elementos internos:** el intenso ajuste en el sector de la construcción residencial, sector con incuestionables repercusiones en subáreas económicas. A esto hay que añadir el repunte del Euribor, las crecientes dificultades para acceder a los créditos hipotecarios, el elevado precio de la vivienda y el exceso de oferta inmobiliaria como algunas de las causas que motivaron este tremendo proceso de ajuste del sector (Borrás Carbajo y Borrás Marimón, 2009; Generalitat Valenciana, 2009), produciéndose un círculo vicioso que ha afectado a la capacidad de crecimiento de nuestra economía y a la generación de empleo. A estos factores se sumó la desigual evolución de las exportaciones, atenazadas por el diferencial de inflación respecto a la UE, episodios trágicos con la prima de riesgo que lastraron de forma importante nuestra capacidad de financiación y la fuerte apreciación del euro, factores que encarecen nuestros productos y servicios en el área no euro y que terminaron por producir el escenario que generó los efectos de sobra conocidos: unos niveles de desempleo dramáticos, sobre todo entre los jóvenes, un fuerte desequilibrio fiscal, un sector financiero muy vulnerable y una desconfianza de los mercados internacionales en la capacidad de respuesta del país (Beltrán *et al.*, 2011).

La situación provocada era, ciertamente, de enorme incertidumbre, lo que detrajo el nivel de consumo externo, pero sobre todo interno. El efecto sobre las entidades locales (Embido Irujo, 2012) fue de tal impacto que se tuvieron que suceder los rescates por parte de las comunidades autónomas de un gran número de municipios, un recorte de las inversiones a realizar y una orientación del presupuesto hacia las partidas sociales, todo ello con la finalidad de frenar la sangría que la crisis supuso para la población.

Siguiendo la información facilitada por la Generalitat Valenciana y el Consejo de Cámaras, describiremos someramente las principales características del territorio en el que se desarrolla y al que se circunscriben los VE que van a ser objeto de análisis.

7.2.1. Rasgos socio geográficos

La Comunidad Valenciana cuenta con más de 5 millones de habitantes y es la cuarta comunidad autónoma con mayor número de población en España. Se extiende sobre una extensión de 23.254,47 km². A lo largo de los últimos años, y al igual que ha sucedido en otras regiones españolas y de Europa, ha ido abandonando las zonas del interior para concentrarse en las áreas costeras. Su densidad de población es de 220 habitantes/km² (Generalitat Valenciana, 2013a).

Aproximadamente el 25% de la población (Generalitat Valenciana, 2013a) reside en las capitales de provincia: Castellón de la Plana (+180.000 habitantes), Valencia (+797.000 habitantes) y Alicante (+334.000 habitantes). Otras ciudades que destacan por su tamaño demográfico, sin ser capitales de provincia, son Elche (+230.000 habitantes) y Torrevieja (+103.000 habitantes). A diferencia de Valencia y Castellón, donde la capitalidad se ejerce de forma predominante, Alicante es la capital de provincia que asume el protagonismo demográfico con un buen número de ciudades con las que comparte también el liderazgo económico y social: Elche, Orihuela, la conurbación Elda-Petrel, Benidorm. (Galiano, 2006). Hay que destacar la singularidad de la provincia de Alicante en contraposición a Valencia y Castellón, donde existen unas capitales de provincia claramente dominantes, en Alicante se da una pluralidad de urbes

que, si bien no llegan al número de habitantes que la principal ciudad, sí son capaces de disputarle con éxito el liderazgo en diferentes ámbitos, como son el turístico (Benidorm) o el industrial (Elche, Elda-Petrel, Villena, etc.).

El clima predominante en la Comunidad Valenciana es el mediterráneo, derivado, como no podía menos que suceder, por su situación limítrofe con el mar del mismo nombre. Las temperaturas se caracterizan por ser suaves, con inviernos no muy fríos y veranos calurosos, con máximas en torno a los 30°C. El interior de la Comunidad, más montañoso y alejado del mar, presenta temperaturas más extremas con lluvias de cierta frecuencia e intensidad, e incluso nevadas en invierno. Las precipitaciones se concentran en primavera y otoño, con riesgos de gota fría en esta última estación. Desde el norte de la provincia de Alicante hasta el sur de la región el clima es más seco, con un menor índice de precipitaciones.

Transportes

La mejora de las infraestructuras de comunicaciones acometidas desde finales del siglo XX y hasta el año 2005 han sido notables, gracias en buena medida a que contaron con el patrocinio de la Unión Europea. La Comunidad Valenciana se benefició de su status de región preferente para recibir 5.850,9 millones de euros de fondos estructurales³⁶ desde 1989, y que permitieron en el ejercicio 2007 que abandonara el grupo de las regiones menos favorecidas del Objetivo 1 para pasar al Objetivo de Competitividad Regional y Empleo al superar el 75% del PIB per cápita de la media europea y alcanzar el 92%³⁷. A raíz de la puesta en marcha de estos activos públicos, el desplazamiento por la Comunidad Valenciana se solventa gracias a su amplia red de transporte conformada por autopistas, trenes y aeropuertos, así como el transporte metropolitano (tranvía) en las principales ciudades.

Además del esfuerzo inversor que ha realizado el gobierno central y la UE, el gobierno autonómico ha llevado a cabo mejoras notables en el ámbito de los transportes y de carreteras

³⁶ Hay que adicionar otros recursos procedentes igualmente de la UE dirigidos a otras áreas.

³⁷ Véase <http://www.ue.gva.es/> (Fundación Comunidad Valenciana Región Europea).

interiores, repercutiendo en una mejora de la competitividad de las empresas al facilitar su desplazamiento por carretera (Correa Rodríguez, 1999).

Autopistas y autovías

Tres son las grandes infraestructuras viarias que absorben el tráfico de largo recorrido de la CV. Se caracterizan por formar un entramado, junto a las vías de carácter local, que permiten una rápida movilidad por toda nuestra geografía.

- 1) Entre la red de autopistas y autovías estatales que recorren la Comunidad Valenciana destaca la autopista del Mediterráneo AP7 (E-15), que comunica las tres capitales de provincia de la Comunidad hasta Francia, y con las provincias de Almería y, posteriormente, de Málaga y con Algeciras. Transcurre paralelamente a la costa y comunica a la Comunidad Valenciana con el resto de regiones españolas situadas en el arco mediterráneo. La distancia que hay que recorrer desde Valencia hasta Francia es de aproximadamente 500 km, y puede realizarse en un tiempo medio de cinco horas y media.
- 2) La autopista A-3, que une Valencia con Madrid, pudiendo recorrer los 350 km que separan las dos ciudades en un periodo medio de 3,5 horas.
- 3) La autopista A-23 comunica la Comunidad Valenciana con Aragón y la zona centro/norte de España. La autopista A-35 transita por el interior del sur de la Comunidad Valenciana hasta llegar a Castilla-La Mancha.

Estas tres grandes vías de comunicaciones, junto con la red de carreteras locales (autovías, comarcales), conforman una red de comunicaciones viarias que permiten el desplazamiento de vehículos en un tiempo muy razonable. A todo lo anterior hay que añadir la consideración de que estas infraestructuras permiten unir otros activos (aeropuertos, puertos, centros logísticos), configurando un entramado que aporta un verdadero valor añadido a las empresas localizadas en la Comunidad Valenciana.

Ferrocarril

En España hay más de 15.000 km de red ferroviaria, centralizada en Madrid, de modo que la mayor parte de las rutas que cruzan el país de norte a sur o de este a oeste convergen en la capital de España. La Comunidad Valenciana tiene buena comunicación con Madrid mediante

ferrocarril, tanto para el transporte de mercancías como para el transporte de pasajeros³⁸. En la actualidad el trayecto hasta Madrid se sitúa en torno a las dos horas para llegar a Alicante y poco más de hora y media a Valencia³⁹.

De igual manera, la conexión con el Euromed hasta Barcelona permite un desplazamiento fluido y de calidad a lo largo del arco mediterráneo con rápidas comunicaciones hasta Francia. Esta infraestructura se espera que se mejore en los próximos años con la puesta en marcha del Corredor Mediterráneo, con trenes más rápidos, lo que mejorará la comunicación de la costa Este española con el sur de Francia e incrementará el flujo de mercancías hacia Europa. Mediante este Corredor se conectarán todas las grandes ciudades del este español reduciendo tiempos de transporte de personas y de mercancías.

Otras ventajas de este proyecto es el acceso ferroviario a los puertos mediterráneos españoles, permitiendo el ahorro de costes económicos y medioambientales, así como la posibilidad de competir con los puertos de Amberes, Róterdam y Hamburgo a través de los puertos de Algeciras, Valencia, Tarragona, Barcelona, Alicante, Cartagena y Castellón.

Precisamente el transporte ferroviario ha contribuido a que muchas empresas alojadas en los viveros puedan aproximarse a los grandes centros de decisión (Madrid, Barcelona), permitiéndoles acceder a mercados que, por una simple cuestión logística, eran de acceso restringido por el tiempo necesario para los desplazamientos.

Aeropuertos

³⁸ Resulta reseñable la reciente puesta en marcha de los Trenes de Alta Velocidad (AVE), conectando la Comunidad Valenciana con la capital, y en los que España es un referente mundial. Cuenta con 2.230 km de vías, superando a países de larga tradición en alta velocidad ferroviaria como Francia o Japón. Después de China, España es el país con más kilómetros de vías de alta velocidad. A finales de 2010 se inauguró la línea Madrid-Valencia, mejorando la movilidad de pasajeros entre estas dos capitales de provincia. En 2013 se inauguró la línea Madrid-Alicante, que permitirá la acogida de más de 2.250.000 visitantes anuales y un elevado impacto económico y turístico en la provincia, en un tiempo próximo a las dos horas. De esta forma, la Comunidad Valenciana se ha convertido en un territorio muy competitivo para empresas que quieran deslocalizarse de los polos naturales de decisión, Madrid o Barcelona.

³⁹ Fuente: www.renfe.es.

La Comunidad Valenciana contaba en 2013 con 2 grandes aeropuertos, el de Alicante y el de Valencia, ambos internacionales.

El de Alicante se sitúa entre los aeropuertos de España con un mayor número de pasajeros, siendo el quinto en número de vuelos. En 2012 el volumen de pasajeros en este aeropuerto ascendió a casi 9 millones. El volumen de toneladas de mercancía ascendió a 2,5 millones. Se sitúa a 10 kilómetros de la ciudad de Alicante y es una de las principales vías de acceso de personas al Mediterráneo sur de España.

La provincia de Valencia tiene salidas nacionales e internacionales con el aeropuerto de Manises, situado a 8 kilómetros del centro de la ciudad de Valencia. El de la capital del Turia se sitúa entre los diez aeropuertos más importantes de España con más de 4,7 millones de pasajeros en 2012 y un volumen de carga de más de 11 millones de toneladas de mercancías. Este aeropuerto está conectado con el centro de la ciudad de Valencia mediante la línea 5 del metro, facilitando la movilidad de los turistas.

Centros logísticos

La Comunidad Valenciana se localiza en un enclave estratégico ya que, junto a Andalucía, es la puerta de África a Europa por su proximidad geográfica. Es uno de los puntos de referencia en las interconexiones de las principales vías marítimas mundiales que pasan por el mar Mediterráneo. Cuenta con más de 6 millones de m² de zonas logísticas (ZAL, parques logísticos, centros de transporte, etc.) ya construidas o en ejecución. Destacan la ZAL del puerto de Valencia, la del puerto de Alicante, Parc Castelló, Parc Sagunt y la Terminal Intermodal Fuente de San Luis, entre otros.

Entre los centros logísticos hay que nombrar las zonas de actividad logística de los puertos de la Comunidad Valenciana. Son centros de distribución dedicados a la logística de mercancías marítimas que prestan una serie de servicios a las empresas, por lo que mejoran su competitividad en términos de coste y de tiempo. Se trata de zonas logísticas ubicadas estratégicamente y bien conectadas con las redes de transporte terrestre.

Puertos

La costa litoral de la Comunidad Valenciana tiene una extensión de 454 km y cuenta con 40 instalaciones portuarias, clasificadas por su carácter deportivo y de transporte de personas y

mercancías. El sistema portuario valenciano consta de 5 puertos (Castellón, Sagunto, Valencia, Gandía y Alicante) gestionados por tres autoridades portuarias: la de Castellón, la de Valencia y la de Alicante. La actividad portuaria está ampliamente regulada a nivel estatal, aunque es cada comunidad autónoma quien gestiona, de conformidad con la legislación estatal, cada instalación.

El nivel de desarrollo de estos puertos es elevado, lo que se traduce en un gran nivel de actividad registrada: Valenciaport, empresa gestora de estos servicios, gestiona los tres puertos de la provincia de Valencia y se erige como el puerto comercial líder del Mediterráneo occidental en términos de volumen de mercancías *containerizadas* (Generalitat Valenciana, 2013a). En cuanto a tráfico de contenedores, Valenciaport se encuentra a la cabeza del *ranking* de puertos nacionales y se encuentra entre los diez primeros puertos de Europa y los cincuenta primeros puertos del mundo.

El puerto de Valencia acoge también un tráfico regular de pasajeros con las Islas Baleares e Italia. En 2011 llegaron al puerto de Valencia 203 cruceros con un total de casi 400.000 pasajeros.

El puerto de Alicante es el puerto de salida hacia el Norte de África, Baleares y Canarias, además es la puerta de salida natural para la industria alicantina hacia el exterior, siendo Europa, América y el Norte de África los principales destinos. Su importancia en cuanto a cruceros y tráfico de carga es menos significativa que la de Valencia, pero aporta un medio de comunicación con Europa y el resto del Mediterráneo a toda la industria del sur de la provincia de Alicante y zonas limítrofes.

Centros tecnológicos

La Comunidad Valenciana contaba en 2013 con una red de centros tecnológicos compuesta por 14 centros, que ofrecen una amplia gama de servicios avanzados en I+D+i a las empresas valencianas. La finalidad de estos centros tecnológicos es contribuir al desarrollo del tejido empresarial valenciano, desarrollando labores de investigación y desarrollo especializadas. La Red REDIT agrupa a estos centros tecnológicos y fomenta la colaboración entre ellos y el conjunto del Sistema de Ciencia, Tecnología y Empresa de la Comunidad Valenciana, así como la interrelación con el sistema empresarial, ofreciendo servicios bien en concepto de desarrollo específico bien en materia de ensayos y análisis propios.

Los centros tecnológicos se pusieron en marcha con la finalidad de hacer partícipe a la empresa de proyectos avanzados, a la vez que se ponía a disposición de las empresas una entidad próxima y especializada para colaborar, a modo de laboratorio externo de las PYME que no podían permitirse contar con su propio departamento de I+D. Con ello se pretendía realizar una aproximación de la investigación hacia las empresas, de tal manera que se facilitase una mayor fluidez de información desde los centros tecnológicos, que además podían compensar sus cuentas, pero también recibiendo inputs por parte de las firmas, que tendrían un interlocutor especializado en su sector al que transmitirle sus problemáticas para evaluar conjuntamente la forma de solucionar los problemas planteados.

La relación de centros tecnológicos⁴⁰ se ha representado en la Ilustración 18, mientras que su ubicación geográfica se ha incorporado en la *Ilustración 19. Mapa de recursos de conocimiento de la CV*



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

⁴⁰ En 2013 el Instituto Tecnológico de la Construcción se escindió de REDIT.



Ilustración 18. Centros tecnológicos de la Comunidad Valenciana

Fuente: *redit.es*

Universidades

En la Comunidad Valenciana hay un total de 11 universidades (6 públicas y 5 privadas), que imparten formación presencial, y una a distancia. En todas ellas se imparte docencia a la vez que se llevan a cabo investigaciones en cada uno de los departamentos correspondientes. La canalización de estas investigaciones hacia el tejido empresarial valenciano es responsabilidad de las oficinas OTRI (Oficinas de Transferencia de los Resultados de Investigación). Estos servicios ejercen de nexo entre las empresas valencianas y las investigaciones llevadas a cabo en los departamentos de las universidades.

1. Universidad de Alicante (UA) (Alicante).
2. Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir (UCV) (Valencia).
3. Centro de Estudios Financieros (CEF) (Valencia).
4. Universidad Politécnica de Valencia (UPV) (Valencia).

5. Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH) (Alicante).
6. Universitat de València (UV) (Valencia).
7. Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) (Valencia).
8. Universidad Cardenal Herrera-CEU (Valencia).
9. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC) (Valencia).
10. Universitat Jaume I (UJI) (Castellón).
11. Florida Centro de Formación (Valencia)

Algunos VE, como es el caso del CEEI de Alcoy o el CEEI de Valencia, tienen estrechas vinculaciones con universidades a cuyos alumnos ofrecen sus servicios como una salida tras la finalización de los estudios y con las que colaboran en sus procesos formativos a través de actuaciones coordinadas con estos centros.

Parques tecnológicos y científicos

El objetivo de los parques tecnológicos y científicos es favorecer la creación de empresas de base tecnológica, así como la creación de *cluster* de entidades públicas y privadas para favorecer la generación de conocimiento científico y tecnológico, y potenciar la transferencia tecnológica hacia las empresas. Se trata de zonas urbanas cuyas parcelas son ocupadas preferentemente por entidades especializadas en la investigación o empresas que aplican los resultados de una investigación de cierto alcance y recorrido.

La Comunidad Valenciana cuenta con los siguientes parques tecnológicos y científicos: Ciudad Politécnica de la Innovación (Universidad de Valencia), Parque Científico Burjassot, Paterna de la Universidad de Valencia, Parque Científico del Mediterráneo de la Universidad de Alicante, Parque Científico Empresarial de la Universidad Miguel Hernández y Parque Científico Tecnológico y Empresarial de la UJI de Castellón.

Los parques científicos y tecnológicos tienen su propia idiosincrasia, mostrando diferencias entre ellos y los VE. Hemos realizado esta aproximación más detallada en el apartado “7.10.2. Tipología de viveros de empresas”.

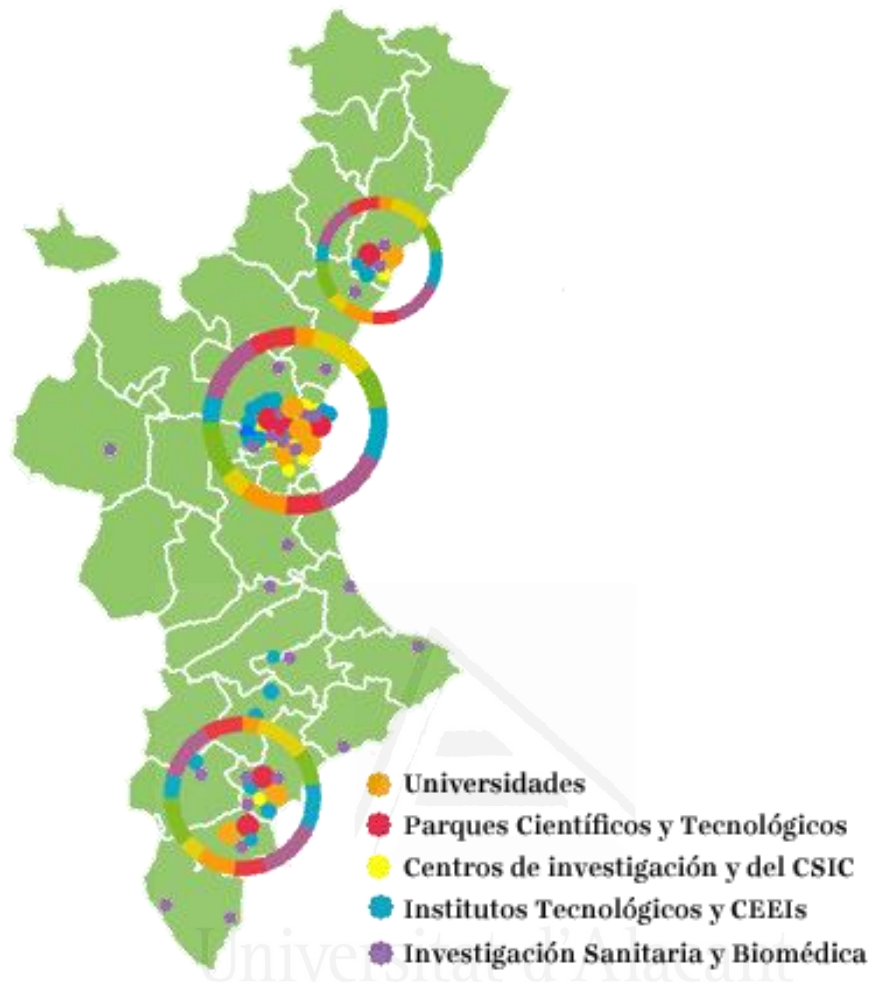


Ilustración 19. Mapa de recursos de conocimiento de la CV
Fuente: observatorioabaco.com

Suelo industrial

En la Comunidad Valenciana hay más de 188 millones de metros cuadrados de suelo industrial en 660 concentraciones empresariales en las provincias de Castellón, Valencia y Alicante⁴¹, lo que supone el 0,8 % del suelo de todo el territorio de la región.

⁴¹ Fuente: www.ivace.es.

Existe una amplia variedad de suelos industriales en cuanto a superficie desarrollada, localización y dotaciones de servicios. La mayoría de ellas son áreas industriales consolidadas que ofrecen los servicios necesarios para poder desarrollar las actividades empresariales contando con las infraestructuras mínimas (urbanización, agua, luz, accesos, etc.). Estos suelos han sido desarrollados tanto por promotores privados como por promotores públicos.

En el ámbito público, a través de IVACE⁴² Parque Empresarial, la Administración autonómica pone a disposición de las empresas un millón de metros cuadrados de suelo industrial cuyo precio de venta toma como referencia los valores medios del mercado, situándolo en la franja más competitiva a nivel nacional, generándose una oferta de suelo industrial de calidad y sustancialmente más económico que en otras áreas industriales españolas. Precisamente es esta entidad la que promueve los VE como una manera alternativa de captación de empresas.

Para facilitar el acceso a este suelo industrial público, IVACE⁴³ Parque Empresarial cuenta con modalidades de comercialización novedosas como son el arrendamiento *ad aedificandum* y el derecho de superficie, además de la compra-venta habitual.

El arrendamiento *ad aedificandum* es una figura que permite la utilización de suelo público por parte de empresas, tanto nacionales como internacionales, condicionado a que se genere empleo y crecimiento económico en sectores de alto valor añadido, a cambio de los cuales el interesado no tiene que hacer frente ni a cánones ni a arrendamientos. En este caso, la Administración confía en obtener la contraprestación económica de forma indirecta, debido a la mayor actividad y a los diferentes impactos que genera la puesta en marcha de una empresa con alta capacidad de crecimiento. Para ello, el empresario se obliga a promover el inmueble en el que vaya a desarrollar su actividad cediéndolo en el momento de su construcción a la Administración autonómica, pero pudiendo disfrutar del usufructo del mismo por un periodo de

⁴² Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial, entidad dependiente de la Generalitat Valenciana.

⁴³ Véase www.ivace.es.

hasta 99 años. Además, a partir del año 33 se podrá ejercitar un derecho de compra sobre la parcela en la que se ha construido el inmueble.

También existen otros factores desarrollados para facilitar la implantación industrial de las empresas, como la rebaja en el precio del suelo, el pago aplazado o la adquisición de derechos de superficie, la modalidad de acceso al suelo mediante el pago de un canon muy reducido y con una duración de entre 35 y 50 años, que hacen que la Comunidad Valenciana sea uno de los territorios con mejores condiciones de comercialización de suelo industrial. Entre estos factores también destacaremos la oferta de VE que llevan a cabo los CEEIs con características para empresas del sector industrial.

Adicionalmente a lo anterior, a través del IVACE y de instrumentos como ENISA⁴⁴, se ofrece a las empresas la posibilidad de contar con financiación en condiciones ventajosas, acceso que se ha ido restringiendo en los últimos años a consecuencia de las reducciones presupuestarias, pero que se orienta a facilitar la implantación y consolidación de empresas innovadoras con elevados impactos en términos de empleo y valor añadido.

Producto interior bruto

Si el crecimiento demográfico de la región ha sido destacado, más sobresaliente ha sido su evolución en términos de producción y renta, lo que permitió durante los años de mayor crecimiento a la Comunidad Valenciana converger en términos de renta por habitante con la media de regiones españolas y europeas.

El producto interior bruto (PIB) a precios de mercado de la Comunidad Valenciana en 2011 se situó en 99.372 millones de euros, un 50% por encima del nivel de 1995. Entre 2000 y 2007 el ritmo de crecimiento siguió siendo muy elevado (3,6%), muy por encima de la tasa de crecimiento media de la UE-27 (2,5%)⁴⁵.

Siguiendo el estudio que realiza el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas ([Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas \(IVIE\), 2013](#)), observamos que el impacto

⁴⁴ Véase www.enisa.es.

⁴⁵ Véase www.ine.es.

de la crisis económica internacional afectó de lleno a la economía valenciana, que presenta tasas de variación del PIB real negativas desde 2008. El producto interior bruto de la Comunidad Valenciana en 2012 se redujo en el -1,6%.

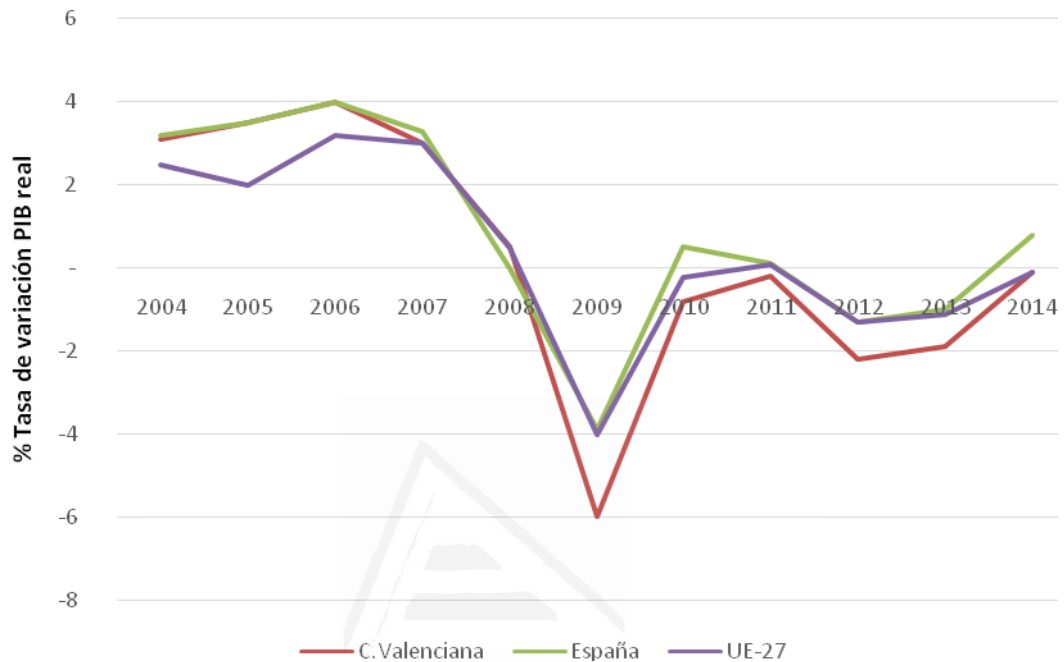


Ilustración 20. % Tasa de variación del PIB real (2004-2014)

Fuente: Eurostat, INE, BBVA

El impacto de este proceso de desaceleración tuvo, como no podía menos que suceder, su impacto en las grandes cifras económicas de la región, pero sobre todo en la renta disponible de los ciudadanos, lo que detrajo el gasto en el mercado interior. Siguiendo el estudio de referencia ([Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2014](#)), pero también el de la Generalitat Valenciana de 2013 ([Generalitat Valenciana, 2013a](#)), la caída del Producto Interior Bruto de la autonomía durante 2012 alcanzó una diferencia de 7.385 millones de euros respecto al ejercicio de 2008, considerado el año de inicio de la crisis. Si entonces el PIB regional registró la cifra de 107.433,2 millones de euros, la riqueza cayó a 100.047,2 millones de euros el año pasado, un 1,5% menos.

El PIB per cápita pasó de 21.610 euros de media en 2007 a 19.502 euros en 2013 y 20.073 en 2014. La diferencia de la renta por habitante era de 1.737 euros respecto a la media nacional. Hay que tener en cuenta además que la autonomía había venido perdiendo población desde el

inicio de la crisis, principalmente como consecuencia del retorno de inmigrantes, que habían dejado de ver la Comunidad Valenciana como tierra de oportunidades, ante el endurecimiento de las condiciones laborales, las restricciones al acceso a algunos servicios públicos y, en definitiva, la pérdida de expectativas favorables a corto y medio plazo (Clemente Hernández, 2005).

Comparativamente, el PIB per cápita en el ejercicio 2014, que aumentó un 2,1%, situaba a nuestra región en la 12.ª posición respecto al resto de comunidades de España⁴⁶. El resto de autonomías superaban holgadamente el PIB per cápita valenciano, siendo Galicia el territorio que más se acercaba, con 20.379 euros de renta por habitante. Muy lejos quedaban el País Vasco, con 30.829 euros de media, seguido de Madrid, con 29.385 euros per cápita.

La recuperación del crecimiento en la Comunidad Valenciana a partir de ese momento se ha venido retrasando debido a la dificultad para absorber los desequilibrios acumulados durante la fase expansiva. El excesivo apalancamiento del sector privado (KPMG, 2009) y de las familias, pero también del sector público, favorecidos por una laxitud normativa y la abundancia de financiación en la banca y entidades anexas, así como el elevado desempleo provocado por la pérdida de poder adquisitivo e impulsado a la baja por el profundo impacto de la crisis de la construcción están deprimiendo el consumo familiar y la inversión empresarial.

Con la llegada de la crisis, también las finanzas públicas sufrieron una fuerte presión tanto por el lado de los ingresos como por el lado de los gastos, que ha provocado un alto índice de endeudamiento (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2014) y ha ido minando su capacidad de inversión. El peso de la deuda en relación al PIB se situó en 2012 en el 29,4%, cerca de doce puntos por encima de la ratio registrada por la media del total de CC. AA. El cumplimiento de los objetivos de déficit y el propio proceso de reestructuración de las Administraciones Públicas limitan la capacidad de maniobra del sector público, que acumulaba en 2013 una deuda de 31.884 millones de euros, un 32,9% de su PIB, y un coste por ciudadano

⁴⁶ Véase: datosmacro.com e INE.

de 6.235 euros⁴⁷. Consecuencia colateral de todo esto fue la creciente necesidad de destinar cada vez más recursos a servicios sociales y de atención primaria, en detrimento de programas de inversión y de acciones productivas (Piñar Mañas, 2014).

La fuerte caída del consumo afectó profundamente tanto al sector privado como al sector público, que se enfrentan a importantes problemas de financiación y endeudamiento. Además, los cambios en el entorno económico internacional, con un profundo avance de países en desarrollo especializados, en muchos casos, en sectores en los que la Comunidad Valenciana centra su competitividad exterior (mueble, textil, sector primario, industria azulejera, calzado, etc.), conllevaron un deterioro de su posición en los mercados internacionales. Todos estos factores provocaron que la Comunidad Valenciana se haya alejado durante estos últimos años de la renta per cápita media de España y de las regiones de la UE.

A todo esto hay que unir las limitaciones derivadas por el impacto de la especialización empresarial (Moyano Pesquera, Fariña Gómez y Aleixandre Mendizábal, G. Ogando Canabal, 2005) de la Comunidad Valenciana, asociada a actividades con niveles de productividad por ocupado muy reducidos, sobre todo en el sector servicios, lo que limitaba nuestras posibilidades para generar riqueza y empleo (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2014). El turismo, uno de los principales sectores de la Comunidad Valenciana (Steinberg, 2006) es extraordinariamente dinámico e intenso en creación de puestos de trabajo, pero con baja intensidad productiva. Y por último la Comunidad Valenciana, siendo especialmente activa en cuanto a exportaciones (Conselleria de Industria, Turismo, Comercio y Empleo, 2012), no pudo suplir la caída de la demanda interna con el sector exterior que si bien es cierto que ha tenido una respuesta positiva a los estímulos que se le han puesto para ello, está lejos de compensar la caída del mercado interior.

Distribución sectorial

En comparación con la distribución sectorial de los servicios en España, la Comunidad

⁴⁷ Cabe recordar que la deuda de la Comunidad Valenciana en 2003 era de 'sólo' 9.361 millones de euros, un 10,5% de su PIB.

Valenciana presenta una mayor especialización en lo que se corresponde con el comercio al por mayor (el peso regional es casi el doble que el nacional), aunque también destacan otras actividades cuyo peso en el empleo es escaso, tales como actividades de ocio, mantenimiento y servicios a edificios, así como las actividades inmobiliarias (Conselleria de Industria, Turismo, Comercio y Empleo, 2012).

La economía valenciana había estado tradicionalmente más especializada en las actividades industriales, aunque este sector ha ido reduciendo su presencia relativa a lo largo de los años. La agricultura y el sector de la energía también han reducido su peso en el VAB desde mediados de los 90 a favor de la intensificación de las actividades de servicios, como corresponde a una economía avanzada, con especial inclinación al sector turístico, aunque este se polariza hacia áreas concretas de costa. Derivado de esta evolución, las empresas del sector servicios concentran la mayor parte del valor añadido bruto (VAB) y del empleo de la región (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2014). Sin embargo, a partir de la documentación consultada, se constata que no existe unanimidad entre los diferentes estudios realizados a la hora de determinar el grado de similitud entre los casos español y valenciano, donde no se detecta una estructura significativamente diferenciada entre ambos contextos (Conselleria de Industria, Turismo, Comercio y Empleo, 2012). En todo caso, a los efectos de nuestra investigación, trataremos de determinar la influencia sobre el conjunto del sector y, en caso de descender a niveles inferiores, se hará constar expresamente.

Durante la etapa de expansión de la economía valenciana, el sector de la construcción supuso un fuerte motor de crecimiento, llegando a concentrar el 12,5% del VAB en 2007, si bien el desplome de la actividad de este sector ha supuesto un fuerte descenso en términos de VAB. La destrucción de empresas más importante se produjo en ese periodo en la construcción, cerca de 18.000 empresas, el 53% del total de empresas desaparecidas en la Comunidad Valenciana entre 2008 y 2012.

Los servicios inmobiliarios, los transportes, el comercio y el turismo son las actividades con mayor protagonismo dentro del sector servicios, mientras que, desde el punto de vista de la industria, destacan actividades como la fabricación de juguetes, de muebles y lámparas, de calzado, de productos textiles y de productos cerámicos.

Distribución del valor añadido bruto de la Comunidad Valenciana en 2013

2013	C. Valenciana	%Total	España	%Total	%CV/España
Agricultura	1.781	2	24.109	2,6	7,4
Industria y energía	16.789	18,9	162.961	17,5	10,3
Construcción	7.817	8,8	73.203	7,8	10,7
Servicios	62.400	70,3	672.900	72,1	9,3
VAB Total	88.787	100	933.173	100	9,5

Ilustración 21. Valor añadido bruto, 2013.

Fuente: "La Comunitat Valenciana en cifras, 2014", Cámara de Comercio de Valencia⁴⁸

Adicionalmente, hay que tener en cuenta que la Comunidad Valenciana partía de una situación compleja, al tener que hacer frente a esta desaceleración partiendo de unos sectores muy maduros, como son el sector textil y del calzado, con un 16,5% del total de ocupados en la industria, porcentaje 2,4 veces superior al que representaba de media en España. Por otra parte, la Comunidad Valenciana estaba relativamente menos orientada a sectores donde se necesita una concentración de tecnología y conocimiento para su desarrollo. Se constata, una vez más, que una de las principales limitaciones de la estructura productiva de la economía valenciana son sus bajos niveles de productividad, especialmente en la industria. De hecho, y siguiendo el trabajo realizado por el Observatorio de la Industria Valenciana (*Generalitat Valenciana, 2013b*), se reflejaba que incluso durante los años de mayor crecimiento, no se había incrementado la productividad en el sector.

La actividad comercial tiene una estrecha conexión con el dinamismo de un territorio, revistiendo gran importancia para la fijación residencial y de la actividad económica en los centros de los pueblos y ciudades, contribuyendo a preservar un modelo de desarrollo urbano propio. El *slogan* puesto de moda por el gobierno vasco "donde hay comercio, hay vida"⁴⁹ se cumple de manera rigurosa, ya que aporta servicios que facilitan el asentamiento de las

⁴⁸ Últimos datos disponibles.

⁴⁹ Véase http://youtu.be/9W-f3AB_Plo.

personas, son intensivos en mano de obra y suelen proveerse de suministradores en su área de proximidad, generando un círculo económico completo.

El sector comercial de la Comunidad Valenciana está integrado mayoritariamente por microempresas de carácter familiar (Generalitat Valenciana, 2001) que responden al comercio tradicional y necesitan abordar importantes inversiones para garantizar su viabilidad en el mercado. Tanto el modelo de implantación geográfica como la incorporación de nuevas tecnologías y nuevas fórmulas de comercialización, así como buscar fórmulas de financiación estables, serán claves para adaptarse a una economía cada vez más globalizada.

Sector industrial

En la Comunidad Valenciana (Generalitat Valenciana, 2013a) había en 2013 un total de 27.509 empresas industriales, lo que representa el 7,6% del total de empresas y el 12% de las empresas industriales de España. Estas empresas generaron en 2011 aproximadamente el 30% del PIB de las tres provincias valencianas.

En el caso del uso de las tecnologías de la información y comunicación, en 2013 el 97,4% de las empresas manifestaron disponer de conexión a internet y de estas el 99,7% utilizaban conexión de banda ancha. El 69% de las firmas industriales valencianas tenían página web corporativa y el 83% se comunicaba con la Administración Pública mediante internet.

De la composición del sector industrial, varias son sus áreas más representativas:

- Producción de baldosas cerámicas: hay que destacar que representa aproximadamente el 90% de la producción española y el 86% de las exportaciones nacionales (1.ª comunidad exportadora). Se concentra sobre todo en la provincia de Castellón.
- Industria relacionada con el calzado: representa un 44% de la producción española y un 47% de las exportaciones (1.ª comunidad productora y exportadora). Elda, Petrel, Elche y Villena, cada uno orientado a un tipo de producto, son los núcleos más relevantes del sector.
- Mueble: representa el 15% de la producción del país y el 22% de las exportaciones españolas (2.ª comunidad productora y exportadora). Su fabricación se concentra en la provincia de Valencia.

- Textil-confección: representa el 20% de la producción española y el 7% de las exportaciones nacionales (2.ª comunidad productora y 5.ª exportadora). Este sector está representado por enclaves en el norte de la provincia de Alicante y Valencia.
- Sector agroalimentario: representa casi el 9% de la producción española y el 15% de las exportaciones (4.ª comunidad productora y 3.ª exportadora). La conocida como “huerta valenciana” descansa en terrenos de la provincia de Alicante (destaca la comarca de la Vega Baja en las hortalizas) y Valencia con la producción de cítricos.
- Química: representa el 8% de la producción española y el 6% de las exportaciones (4.ª comunidad productora y exportadora).
- Juguete: es líder en producción y ocupa el 2.º puesto en exportación (27%). Destaca la población de Ibi y su entorno.
- Sector de las TICs: es la 3.ª comunidad en exportación (11%). Está diseminado en las tres provincias.

Como hemos podido comprobar, la evolución industrial de la Comunidad Valenciana ha seguido a lo largo del periodo de estudio una trayectoria desigual. Afectada tanto por la crisis como por la orientación hacia bienes de consumo de demanda débil ([Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, 2011](#)), su intensidad en mano de obra dificulta la mejora de su competitividad.

Sector turismo y servicios

En 2013 la Comunidad Valenciana superó los 22 millones de turistas en todo tipo de alojamiento, lo que supuso un incremento interanual del 6,3%. Los residentes en España volvieron a ser los clientes más activos y realizaron un total de 17 millones de viajes, un 9% más, y 91,8 millones de pernoctaciones, un 7,6% más que en el año precedente. La serie de viajes de los españoles acumula dos años de incremento, acercándose a los niveles de 2005; en este sentido cabe distinguir la evolución de los viajes de fin de semana, más errática, de la evolución de los viajes de vacaciones de verano.

El número de turistas extranjeros se cifró en 5,3 millones, un 0,2% más, lo que supuso un total de 63,4 millones de pernoctaciones, un 0,5% más. El gasto de los residentes en el extranjero, estimado en 4.840 millones de euros se incrementó un 9,4%. La captación de turistas extranjeros mantuvo una tendencia hacia la recuperación del nivel de 2008, máximo histórico alcanzado antes del comienzo de la crisis. Es un sector estratégico pues supone el 12,6% de nuestro PIB o riqueza anual, cerca de 13.000 millones de euros, y un 13,4% del empleo, unos 270.000 puestos de trabajo. La Comunidad Valenciana es el 3.^{er} destino turístico de España en número de viajeros y de pernoctaciones, teniendo en cuenta tanto el turismo nacional como extranjero.

Desde la perspectiva general de los servicios, el comportamiento en la Comunidad Valenciana fue similar al de España en lo que a su evolución se refiere: crecimiento del VAB real hasta 2008 (aumento del 35% acumulado desde el año 2000). A partir de ese momento y en consonancia con la atonía del consumo interno, se produce una significativa caída entre los años 2008 y 2009 (-2,1%), para producirse una posterior recuperación en los últimos tres años (la tasa de crecimiento medio anual entre 2009 y 2011 fue del 1%). Pese a este crecimiento, la Comunidad Valenciana no mejoró la productividad del trabajo hasta 2008, generándose una brecha respecto al nivel nacional. Desde 2008 a 2012 la región sí que logró mejoras de productividad como consecuencia, principalmente, de una importante reducción de las horas trabajadas (-1,8% anual).

La composición del VAB de servicios de mercado en la Comunidad Valenciana refleja que el comercio al por menor (20%), la hostelería (15,5%) y el comercio al por mayor (12,3%) representan casi la mitad del empleo de los servicios de mercado de la región, mientras que otros sectores como los servicios técnicos (ingenierías), consultoría y servicios informáticos, y las telecomunicaciones apenas superan individualmente el 1% del empleo.

Sector de la construcción

El sector de la construcción fue uno de los elementos que más se benefició de la bonanza económica, al tiempo que sirvió de impulso para otras muchas actividades que de manera indirecta crecieron al albur de la edificación y la obra pública. Desarrollaremos este apartado con especial cuidado, puesto que el mercado de la vivienda es un muy buen indicador de tendencia de ciclo económico (KPMG, 2009).

El crecimiento del sector de la construcción durante el primer quinquenio del siglo fue espectacular. Alimentada por una abundante demanda, interna y externa, que contaba con crédito barato y accesible, la burbuja inmobiliaria (Conselleria de Industria, Turismo, Comercio y Empleo, 2012; Ministerio de Industria, 2011) se fue incrementando con cifras espectaculares, tanto en el segmento de viviendas unifamiliares como, sobre todo, en el de los bloques de viviendas. Mientras tanto, las ampliaciones y las reformas se beneficiaban de un mayor parque inmobiliario, que generaba atractivos impactos indirectos. El empleo generado en el sector permitía absorber mano de obra poco cualificada, lo que alimentaba el incentivo al abandono escolar temprano (Fundación Bancaja, 2011).

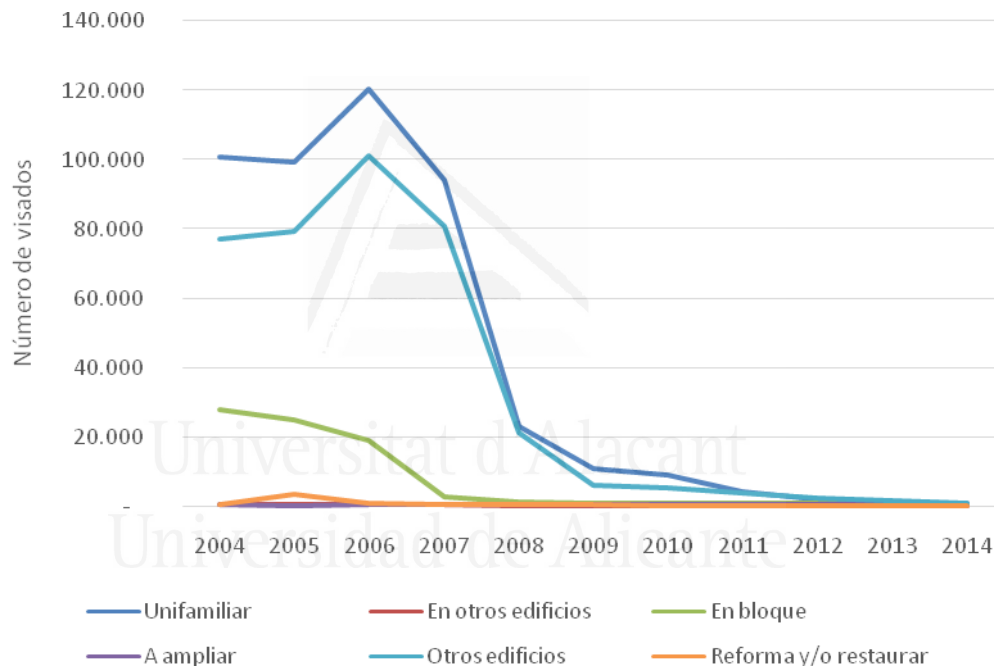


Ilustración 22. Visados de dirección de obra en la Comunidad Valenciana

Fuente: Ministerio de Fomento

Tal como se puede observar en el gráfico anterior, la tendencia fue positiva en la construcción de viviendas unifamiliares y de otros edificios desde 2003 hasta el ejercicio 2006, tanto en la solicitud de visados para la construcción de viviendas como en unifamiliares, especialidad que recibió antes los impactos del exceso de oferta y de la crisis. El volumen

constructivo fue tan alto que superó al crecimiento de la población (23%) (Generalitat Valenciana, 2013b).

El decrecimiento comenzó a partir del ejercicio siguiente y se prolongó hasta 2009 de forma acusada. Cabe destacar que en el ejercicio 2009 la caída de visados supuso el 51%, inferior a la registrada en 2008, que fue del 57%, mientras que en 2007 los visados de dirección de obra se redujeron un 24% respecto al ejercicio anterior. Se certificaba de esta forma la cifra de visados más baja de toda la década (KPMG, 2009).

Durante el año 2009 la Comunidad Valenciana continuó siendo la segunda comunidad autónoma en volumen de transacciones inmobiliarias, representando el 13% del total de las transacciones producidas en el territorio español (14% en 2008), por detrás únicamente de Andalucía y ligeramente por delante de Madrid y Cataluña (12,4% y 12%).

Los datos estadísticos muestran que el volumen de transacciones en España se redujo un 18%, mientras que en la Comunidad Valenciana la reducción fue superior, ascendiendo a un 23%. Al igual que ocurría con el número de visados de viviendas, observamos que 2009 siguió siendo un año de caída, pero más moderada que en 2008. Respecto el volumen de transacciones inmobiliarias, en 2008 se redujo un 33% y un 38% en España y en la Comunidad Valenciana, respectivamente. La mayor diferencia se deriva de la mayor acumulación relativa de viviendas que aún permanecían desocupadas de ejercicios precedentes. Desde el año 2007, el VAB de la construcción valenciana cayó, en términos reales, un 23%, lo que acarrió la pérdida de más de 180.000 empleos (un 55% del total del empleo destruido).

Sector exterior

En lo que se refiere a la orientación hacia los mercados exteriores, la localización en el arco Mediterráneo permite que la Comunidad Valenciana sea una de las vías de acceso directo desde el sur de España al viejo continente. Por otra parte, la Unión Monetaria, la libertad de mercancías y los capitales han propulsado a esta comunidad hacia Europa, abaratando los costes y mejorando la competitividad de las empresas. En 2012 cerca de 21.000 (20.944) empresas valencianas exportaron a casi todos los países del mundo, especialmente a Francia, Alemania y Estados Unidos. Aproximadamente supusieron un 15% del total de empresas exportadoras de España. De ellas, las que exportan regularmente (4 años consecutivos exportando) se acercan a

6.000 (en 2012), lo que sitúa a la Comunidad Valenciana como la 3.^a región con mayor base empresarial exportadora.

Desde 2007, el número de empresas exportadoras valencianas ha aumentado en más de 5.100 empresas, un 32%, que comercializan al exterior una quinta parte de los bienes producidos. Las exportaciones (23.678.345 M€ en 2013) supusieron el 9,4% de las españolas, habiendo crecido un 4,3%, suponiendo una tasa de cobertura de 114,69 puntos. La fruta, la cerámica, los vehículos automóviles y la maquinaria mecánica son los mercados más dinámicos desde el punto de vista de las exportaciones, siendo los principales destinos Francia, Alemania, Reino Unido e Italia.

Mercado de trabajo

La crisis económica actual ha supuesto una fuerte destrucción de empleo en la Comunidad Valenciana. Desde 2007 y hasta 2014 se habían perdido cerca de 440.000 empleos netos, una pérdida del 20%, registrándose ininterrumpidamente tasas de variación negativas desde 2008, solo parcialmente rectificadas a partir del segundo trimestre de 2014.

La población activa de la Comunidad Valenciana se incrementó en cerca de un millón de personas desde principios de los 90, aumentando su participación en el total nacional hasta el 10,9% en 2013. El crecimiento en la población activa fue acompañado por una evolución favorable del empleo, paralelamente a la reducción del número de desempleados.

La Comunidad Valenciana, pese a encontrarse en el grupo de regiones desarrolladas de Europa, adolece de una baja productividad (85% de la media de la UE-27) ([Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2014](#)), lo que le resta competitividad y capacidad de generar riqueza, condicionando su capacidad de crecimiento y volviéndose dependiente de las fluctuaciones externas: se beneficia de forma muy intensa por el crecimiento periférico, pero también se ve más afectada por las depresiones del entorno, con un rápido paralelismo en el mercado de trabajo.

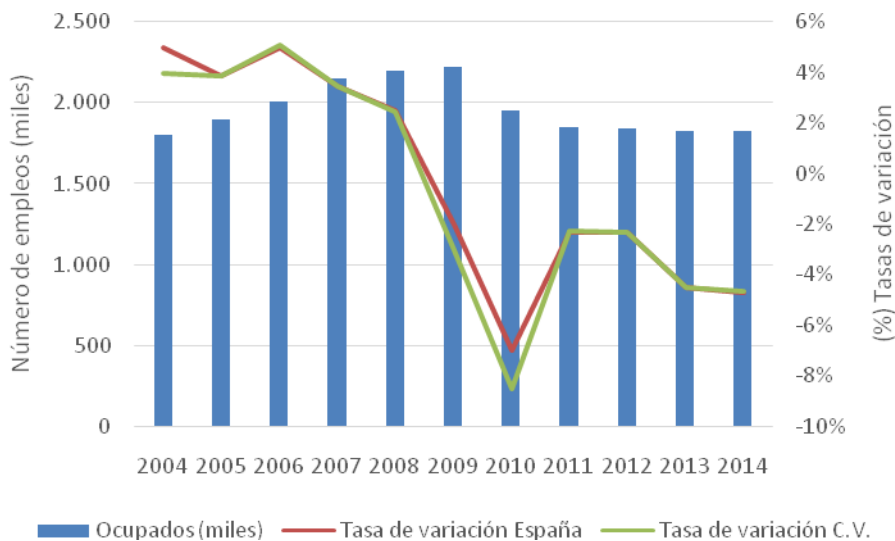


Ilustración 23. Evolución del empleo en la Comunidad Valenciana en el periodo 2003-2013
Fuente: INE (miles de personas y porcentaje)

El mercado de trabajo de la economía valenciana es especialmente sensible al ciclo económico, como se puede apreciar por la fuerte correlación entre crecimiento/decrecimiento de la riqueza y el nivel de desempleo (Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, 2011; Conselleria de Turismo, 2012; Generalitat Valenciana, 2013a). La fuerte destrucción de puestos de trabajo en la economía valenciana en el periodo de crisis ha tenido una incidencia especialmente notable entre la población más joven, lo que unido a altas tasas de inactividad y a las carencias de cualificación plantea retos de urgente corrección, pues se convierten en colectivos con un fuerte riesgo de exclusión social. La tasa de paro superaba ya el 56% en 2013.

Las tasas de paro se minoraron de forma significativa durante la época de mayor crecimiento, hasta situarse en el 8,7% en 2007, generando además un proceso de atracción de inmigración exterior, con el consiguiente aumento de la población "activa" (siquiera irregular). Pero la virulencia con la que la crisis destruyó empleo en España y en particular en la Comunidad Valenciana provocó que la tasa de paro alcanzara en 2013 el 28,6%, casi 20 puntos más que en 2007. La tasa de actividad en el año 2013 se situó en el 59,9 %, cifra similar a la del conjunto de España (la tasa de ocupación de la población de 20 a 64 años debería situarse en el 75% según

los objetivos de la UE para 2020⁵⁰). Por edades, la tasa de actividad se situó en el 44% de la población con edad inferior a los 25 años, mientras que para la población de más de 25 años la tasa se elevó hasta el 62 %. La menor tasa de actividad de los menores de 25 años vino marcada por la baja participación en el mercado laboral de la población entre 16 y 19 años, pues en tiempo de crisis del mercado de trabajo fueron más los que siguieron estudiando después de acabar los estudios obligatorios.

Tanto los distintos gobiernos nacionales como la Comisión Europea están llevando a cabo diversas iniciativas con la finalidad de mejorar el grado de participación en el mercado laboral de la población más joven (véanse los llamados Programas de Garantía Juvenil⁵¹) y para mejorar las condiciones en las que lo hace y su nivel de actividad. En la Comunidad Valenciana el 53% de la población activa entre 16 y 25 años se encuentra en paro, porcentaje que se eleva hasta el 66,3% si nos ceñimos a la población de 16 a 19 años. Este grupo, con una experiencia menor y un nivel de cualificación también menor, es el que ocupa los puestos de trabajo más inestables y sujetos a una alta temporalidad.

Las dificultades que presenta la economía española, y también la valenciana, para redirigir los recursos a otras actividades productivas, a consecuencia de la baja cualificación y al estancamiento de los sectores industriales, mientras el sector de la construcción sigue su redimensionamiento, determina la mayor incidencia del paro de muy larga duración (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2014).

⁵⁰ La Estrategia Europea 2020, aprobada por el Consejo de la Unión Europea en 2010.

⁵¹ Véase <http://www.empleo.gob.es/es/garantiajuvenil/home.html>.

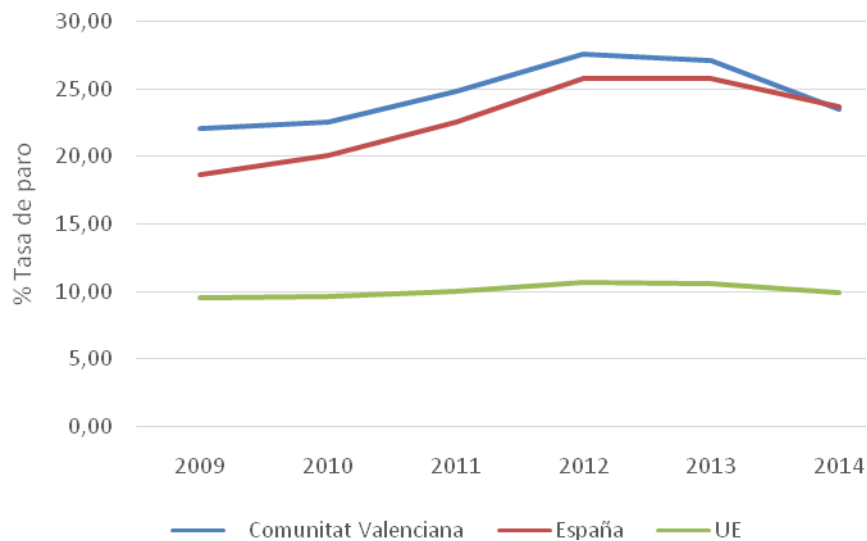


Ilustración 24. Tasa de paro en la Comunidad Valenciana, España y la UE
Fuente: elaboración propia a partir de Eurostat, INE

Si durante 2007, los servicios y la construcción concentraron más del 80% del empleo generado en ese periodo, entre 2008 y 2013, el sector de la construcción es el que destruye más puestos de trabajo tanto en términos relativos como en términos absolutos, en un proceso lógico de ajuste. Las únicas variaciones positivas se observan en los servicios procedentes del sector público y en el sector energético. Entre 2011 y 2012, crece el empleo en la energía, pero también en la agricultura valenciana, aunque en cifras poco significativas.

A vista de lo anterior, podemos concluir que el tránsito de los emprendedores a través de esta etapa de la historia económica reciente ha estado presidido por una incertidumbre absoluta (Pime Balears, 2004), ya que tras un periodo de crecimiento acelerado se le unió una situación de crisis, de virulencia inédita hasta el momento (Recarte, 2009), que dejó un panorama desolador: un mercado interior deprimido, un sistema financiero muy debilitado y una deuda de proporciones extraordinarias que dejaba muy poco margen para la puesta en marcha de empresas innovadoras.

Es precisamente en este entorno en el que mayor necesidad había de poner en marcha los VE, ya que permitían acceder a ecosistemas de acogimiento empresarial a todo tipo de actividades que fueran respaldadas por una idea de negocio brillante.

7.3. Iniciativa emprendedora en España y en la Comunidad Valenciana

Una vez analizado el entorno próximo en el que se va a realizar nuestro estudio, principalmente en el marco de infraestructuras e inercias institucionales, vamos a proceder a describir el entorno emprendedor en el que se desarrolla la actividad de los VE, de tal manera que completemos el ecosistema en el que vamos a analizar a los VE de la Comunidad Valenciana. En los últimos años han proliferado los estudios sobre emprendimiento que han intentado interpretar las diversas variables que lo conforman. Siguiendo la lógica de anteriores capítulos, trataremos de invocar a las fuentes que mejor contextualizan la realidad del ámbito del trabajo que estamos realizando, por lo que nos nutriremos de fuentes, principalmente, de carácter territorial y nacional.

Se trata por tanto de identificar cuál es la inercia que el movimiento emprendedor en general está desarrollando en el contexto económico que antes hemos descrito y que nos debe ayudar a entender cuál es la tendencia, proclividad, perfil incluso, de quienes están en condiciones de poner en marcha su actividad, puesto que serán estos quienes se conviertan en potenciales usuarios de los servicios de un VE.

Uno de los estudios más reputados en cuanto a diagnóstico sobre el estado del emprendimiento es el Global Entrepreneurship Monitor (GEM)⁵². El GEM tiene como objetivo identificar por qué unos países tienen un mayor nivel de emprendimiento que otros, analizando los factores que lo producen o limitan, habiéndose constituido en el documento de referencia sobre creación de empresas mundialmente. Desde su primera edición, el número de países incorporados al proyecto ha ido en aumento. En sus 16 años de andadura se han analizado en GEM más de un centenar de países con más de 200.000 entrevistas realizadas cada año hasta

⁵² El GEM es un observatorio internacional que estudia el fenómeno emprendedor, y que lleva a cabo estudios sobre este ámbito con periodicidad anual en todo el mundo. Su actividad se inició en el año 1999 siendo su origen la London Business School (Reino Unido) y la Babson College (USA), lo que le confiere un muy necesario marcado carácter intercontinental al unir dos culturas emprendedoras diferentes. Su actividad se viene plasmando en informes de ámbito global, nacional, regional y local gracias al consorcio de investigadores que lo integran.

2014. Ello supone la más amplia edición, hasta la fecha, en participación, muestra estadística y cobertura geográfica y económica. Se estima que está representado el 74% de la población mundial y el 87% del PIB mundial. Tanto por su magnitud como por sus resultados, constituye, por tanto, el proyecto de investigación en torno al emprendimiento de mayor envergadura en la actualidad y cuya metodología se ha ido perfeccionando a lo largo de los años. Entendemos, pues, que es un buen instrumento de referencia para dar respuesta al objetivo de este apartado y que será completado con documentación adicional.

España lleva nueve años participando, siendo el año 2013 el último del que se obtuvieron datos en la Comunidad Valenciana (Gómez Gras, Mira Solves, Galiana Lapera y Estrada de la Cruz, 2013). De la parte del estudio GEM, nos va a interesar de manera singular la información y caracterizaciones referentes a las empresas de nueva creación o aquellos datos que afecten a empresas o proyectos con menos de seis meses de actividad, ya que buena parte de los viveros tienen esta limitación a la hora de poder admitirlas en sus servicios.

Autores como Reynolds (Reynolds, 1987) coinciden en subrayar varios momentos apropiados en la puesta en marcha de una empresa y de esta manera distingue dos fases principales en la creación de una empresa:

- 1) Fase de *start-up*: durante esta se elabora el plan de negocio, se define el producto o servicio a vender, se produce un primer esbozo de lo que debe ser la organización de los recursos humanos, ideación de la estrategia empresarial, etc.
- 2) Fase de nueva empresa: en la que, ya constituida legalmente, se incorpora al mercado y pasa a competir con el resto de empresas del sector para conseguir el mayor número posible de sus clientes objetivos.

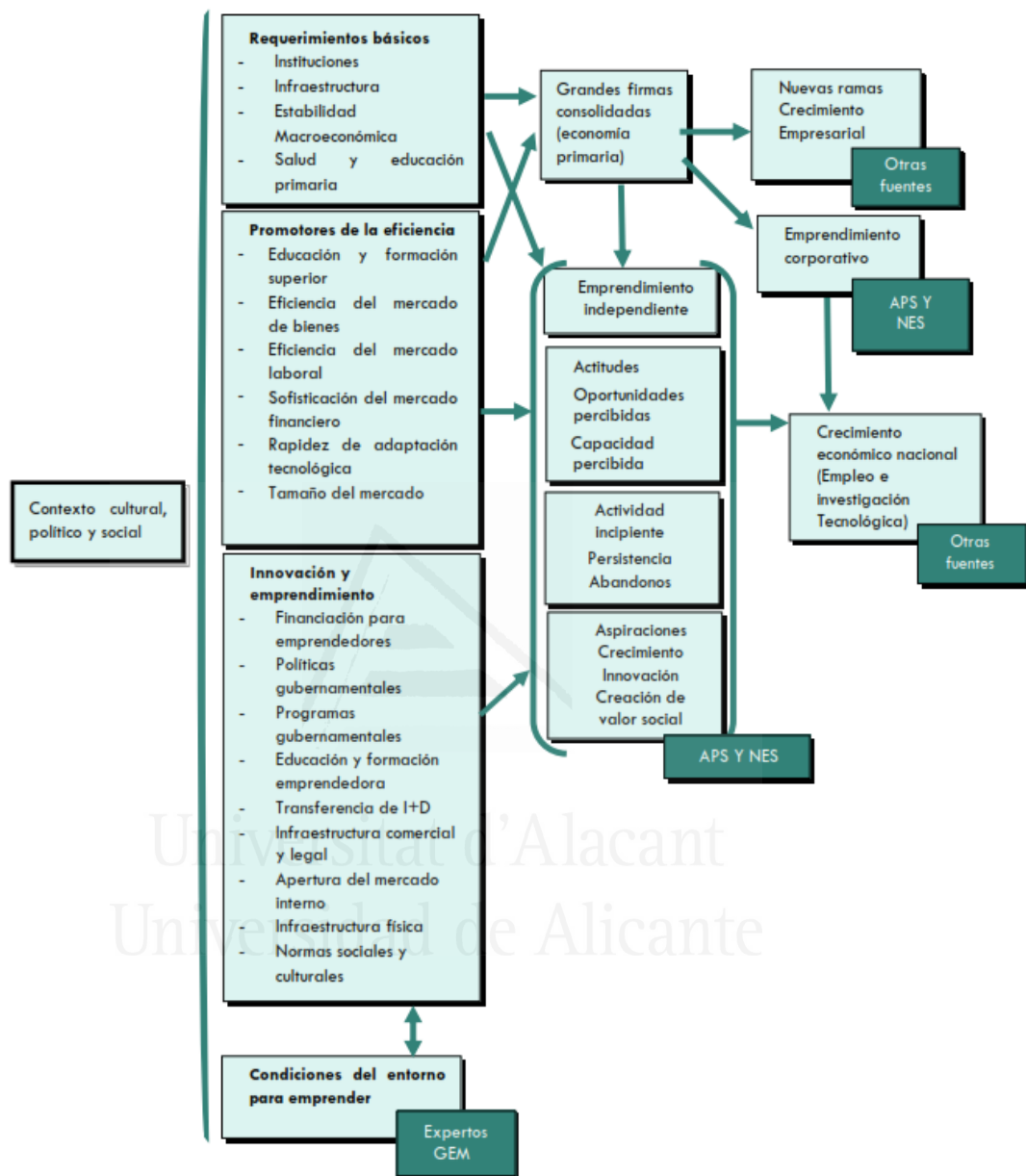


Ilustración 25. Esquema de factores objetivo de análisis por el GEM de la Comunidad Valenciana

Según los datos del GEM España 2014 (Peña, Guerrero y González-Pernia, 2014), que investiga los datos a nivel nacional, la actividad emprendedora se ha mantenido estable en nuestro país, manteniéndose en los mismos niveles que se han observado, casi inalterados, desde el año 2011. Este indicador, denominado tasa de actividad emprendedora (TEA en inglés,

-total early stage entrepreneurial activity-), con menos de tres años y medio de vida en el mercado, sobre la población de los 18-64 años, mostraba un muy ligero crecimiento desde el 5,2 al 5,47%. Los autores del estudio achacan este leve cambio al aumento en el número de emprendedores en fase embrionaria o de personas involucradas en la puesta en marcha de negocios con menos de tres meses de actividad. A pesar de ello, este incremento del 0,27 en la actividad emprendedora todavía queda muy por debajo del 7% que se llegó a alcanzar en 2008, antes del comienzo de la crisis económica. Estos valores hacen permanecer a España por debajo de la media europea, con datos similares a los registrados en Bélgica (4,9%), Francia (4,6%) o Alemania (5%), pero muy alejado de los que presentan otros países como Estados Unidos (12,7%), Holanda (9,3%), Reino Unido (7,1%) o Irlanda (9,3%).

Cabe destacar que desde 2011 los niveles de actividad emprendedora han oscilado entre el 5,1% y 5,8%, lo que implica cierta estabilidad en la capacidad para emprender de los españoles pese a las adversas condiciones del entorno. En referencia a nuestro PIB, la tasa debería crecer hasta el 10%, el doble de los valores actuales.

Una particularidad de la composición de la actividad emprendedora total en los últimos años es que desde 2010 el peso relativo de los emprendedores con proyectos nacientes (menos de 3 meses) ha sido superior al peso que tienen los emprendedores que han conseguido convertir ese negocio nuevo en estable, lo que supone un ligero descenso en el conjunto de la actividad emprendedora.

En cuanto al motivo por el que los emprendedores se lanzan a montar un negocio, el 66,05% de los casos corresponde a la detección de una oportunidad, mientras que en el 29,8% de las ocasiones impera la necesidad de poner en marcha una actividad por cuenta propia ante la imposibilidad de hacerlo por cuenta ajena, rasgo lógico ante la existencia de un panorama laboral todavía muy debilitado por la crisis. De hecho, y según recoge el GEM, desde 2010, la necesidad como motivo para emprender ha aumentado continuamente. Los efectos de la crisis económica se han hecho notar en la motivación para emprender, ya que desde 2009 la cifra de quienes iniciaron un negocio por necesidad ha aumentado continuamente hasta casi llegar a duplicarse. Este índice se sitúa en España 12 puntos por encima de la media de los países impulsados por la innovación. Por el contrario, el emprendimiento surgido a partir de oportunidades ha ido descendiendo desde 2009 (cuando alcanzaba el 80% de la TEA), llegando

a perder 15 puntos porcentuales. Los resultados del informe reflejan estos niveles de emprendimiento por necesidad en el aumento de empresas creadas por personas desempleadas o con serias dificultades para incorporarse al mercado laboral: en numerosas ocasiones, estas empresas no son lo suficientemente competitivas como para prolongar su actividad más allá de los primeros cinco años críticos de existencia.

Otro de los parámetros medidos por el estudio es el perfil de los emprendedores nacientes y nuevos, similar al de años anteriores. De este modo, la medida de edad de estas personas es de 40 años, de lo que se puede deducir que los españoles tienen cierta experiencia antes de gestionar su propio negocio.

En cuanto a las características de las nuevas empresas creadas, son de pequeño tamaño, en su mayoría presentan entre 1 y 3 empleados, prestan servicios a consumidores locales y no muestran aspiraciones de crecer. En este sentido, sólo dos de cada diez nuevos empresarios creen que podrán lograr un mínimo de cinco empleados dentro de cinco años.

En lo que corresponde a su distribución sectorial, siete de cada diez pertenecen a los servicios, cinco corresponden a autoempleo sin trabajadores adicionales y seis no tienen orientaciones innovadoras. Además, sólo tres de cada diez afirma tener previsto lanzarse al exterior durante, al menos, sus primeros tres o cuatro años de existencia, lo que refleja un perfil empresarial de futuro que no contribuirá de manera decisiva a incrementar nuestra competitividad.

Hay que destacar que el 32,4% es el porcentaje de iniciativas emprendedoras que exportan en algún grado. El dato es especialmente importante, ya que supone un avance del 5,2% con respecto a la cifra registrada en 2013, cuando la tasa de compañías recién creadas que se decidían a vender sus productos en el extranjero era del 27,2%. Este crecimiento muestra la voluntad (o la necesidad, ante la debilidad de la demanda interna) de las empresas españolas de abrirse a otros mercados.

El GEM concibe el “intraemprendimiento” como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores (EEA, Entrepreneurial Employee Activity) en el interior de organizaciones existentes cuando participan activamente y liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, o la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador

(*spin-offs/spin-outs*)⁵³. En los últimos tres años el 1,8% de la población adulta ha participado activamente en la generación y puesta en marcha de iniciativas emprendedoras dentro de las empresas para las que trabajan. Sin embargo, esta cifra representa una caída del 33,3% en relación a 2011, cuando el porcentaje de empleados emprendedores era del 2,7%. Esto refleja una pérdida de la capacidad innovadora de las empresas.

Si nos remitimos a las cifras concretas de nuestro ámbito nacional⁵⁴, en lo que corresponde a la situación de los jóvenes auto empleados, en el período 2007-2014 la cifra de jóvenes autónomos en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) muestra un descenso global de afiliados del 33,9% (-145.791 en cifras absolutas).

No obstante, en el primer trimestre de 2014 se registra un aumento de jóvenes afiliados respecto al año 2013, 18.875 más, un +7,10%. Al finalizar el primer trimestre de 2014 la cifra de afiliados en el RETA menores de 30 años se sitúa en 284.684 jóvenes, de los que 107.777 son mujeres (el 37,9%).

Las mujeres han tenido mayor resistencia en el empleo durante la crisis, con una caída del autoempleo del -20,7% (-28.182), significativamente inferior a la de los hombres (-39,9%, -117.610 en el período 2007-2014). Con el inicio de la recuperación del empleo, la afiliación al RETA de las mujeres también crece con mayor vigor: +9,1% (8.960) frente a +5,9% (9.915 más).

Al igual que lo sucedido en la evolución general de afiliados al RETA, desde 2008 las cifras de autónomos jóvenes han caído en términos anuales, con pérdidas más intensas que las registradas por el total del colectivo de afiliados al RETA, pero que han ido moderándose. En el primer trimestre de 2014 la evolución del número de afiliados presenta un cambio de signo, registrándose un incremento anual del 7,10%.

⁵³ Véase también página 211.

⁵⁴ Véase: http://www.segsocial.es/Internet_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Regimenes/RegimenEspecialTrab10724/index.htm.

Desde el punto de vista internacional, España es un país complicado para poner en marcha una empresa. No son escasas las referencias en la prensa extranjera que hacen mención a las múltiples dificultades que tienen los emprendedores para convertir una idea de negocio en una actividad real. Artículos como el de Moffett (Moffett, 2014) en el *Wall Street Journal*, en el que se llama la atención sobre las dificultades de la demanda interna, la falta de financiación, así como de una burocracia insalvable y una cultura adversa al riesgo, ponen de manifiesto la incomodidad que genera el entorno a la hora de poner marcha una actividad en nuestro país, mostrándose muy sorprendidos de que no se realicen acciones para promover la creación de empresas en un entorno con alta tasa de paro, sobre todo juvenil. Destaca, sobre todo, el miedo de los españoles a poner en marcha un negocio que pueda fracasar; 26 puntos porcentuales superior a lo registrado en Estados Unidos.

Otros artículos que describen desde una perspectiva internacional cómo es nuestro entorno emprendedor, inciden en el hecho de que personas bien cualificadas eligen emigrar a otros países en busca, no sólo de un contrato por cuenta ajena, sino también de un ecosistema en el que poner en marcha su propia actividad (Weverbergh, 2013). Destaca, además, la mala imagen que el emprendimiento tiene en nuestro país, donde sólo el 48% de las personas se lo plantea como una alternativa a su inserción en el mercado de trabajo, frente al 62% de Francia o el 73% de Estados Unidos.

El informe del Banco Mundial (World Bank Group, 2015) realiza un análisis sobre la facilidad para hacer negocios en cada país, en un estudio que realiza sobre 189 economías de todo el mundo. España se encuentra situada en el puesto 33 de la clasificación, con un descenso de un puesto respecto al año anterior. Los parámetros más relevantes que se analizan en el estudio se recogen en la siguiente tabla:

Clasificación de España en distintos parámetros en el informe Doing Business 2015

Elementos de valoración	DB 2015 Clasificación	DB 2014 Clasificación	Cambio 2015-14
Apertura de un negocio	74	115	41
Tramitación de permisos de construcción y obras	105	104	-1
Obtención de suministro eléctrico	74	68	-6
Registro de propiedades	66	71	5
Obtención de financiación	52	45	-7
Protección de los inversionistas minoritarios	30	30	No hay cambio
Pago de impuestos	76	70	-6
Comercio transfronterizo	30	29	-1
Cumplimiento de contratos	69	70	1
Resolución de la insolvencia	23	22	-1

Tabla 13. Clasificación de España en distintos parámetros en el informe Doing Business 2015
Fuente: Banco Mundial

Tal como podemos apreciar, España desciende en la mayoría de los parámetros analizados por el informe del Banco Mundial. Especialmente en lo correspondiente a la facilidad para conseguir suministro eléctrico, la penalización que implica el tratamiento fiscal a las nuevas empresas, así como el relevante papel que juega la financiación.

Para superar todos estos elementos negativos, que afectan de manera especial a la creación joven, el gobierno de España ha puesto en marcha la “Estrategia de emprendimiento o y empleo joven. Garantía juvenil”⁵⁵, cofinanciada por fondos europeos. Este programa se compone de dos elementos:

⁵⁵ Véase <http://www.empleo.gob.es/es/garantiajuvenil/home.html>.

- a) Garantía juvenil: se trata de una iniciativa que pretende facilitar el acceso a los jóvenes al mercado de trabajo. Su puesta en marcha data de febrero de 2013 y su gestión corre a cargo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Se pretende lograr que los jóvenes puedan recibir ofertas de empleo, de formación o educación tras finalizar sus estudios y encontrarse en situación de desempleo. Podrán ser beneficiarios los ciudadanos de la Unión Europea que estén empadronados en España, tenga más de 16 años y menos de 30 y que no hayan trabajado en los 30 días anteriores a la fecha de presentación de la solicitud, entre otras cuestiones.
- b) Estrategia de emprendimiento y empleo joven: contempla actuaciones para mejorar la empleabilidad, facilitar la inserción en el mercado de trabajo, promover el emprendimiento y mejorar la situación de los jóvenes en el mercado laboral. Aborda la mejora de intermediación laboral, la mejora de la empleabilidad, propone estímulos a la contratación por parte de las empresas y como fin último facilita acciones que fomenten el emprendimiento.

Pero el informe GEM no es el único que ha analizado la figura del emprendedor en nuestro país. En 2013 se presentaron los resultados del Observatorio de Clima Emprendedor, un estudio anual realizado por Sage e Iniciador ([Sage Consulting, 2013](#)) que refleja, por tercer año consecutivo, la situación del emprendimiento en nuestro país, con el objetivo de conocer, identificar y evaluar tendencias, problemas, opiniones y situaciones de los emprendedores españoles; entre las principales conclusiones se encuentran:

- a) La falta de financiación sigue siendo la gran barrera u obstáculo para poder sacar adelante el negocio o actividad para el 33% de autónomos y PYME.
- b) Para los emprendedores españoles, la familia es el principal punto de apoyo a la hora de emprender un negocio: 42% para autónomos y 45% para PYME.
- c) 8 de cada 10 autónomos y empresarios que conocen las ventajas de la Ley del Emprendedor no creen que las novedades incluidas en la nueva legislación les vayan a ayudar en su negocio.

Según el estudio, en opinión de los emprendedores lo peor de emprender en estos tiempos es la falta de dinero, la falta de liquidez y la falta de ayudas, mientras que lo mejor es,

según comentan los propios encuestados, “la satisfacción de ver que estás creando puestos de trabajo y llevar a cabo todo el proyecto con la valentía de tirar para adelante a pesar de la crisis”.

Al igual que en GEM, se constata que no en todos los casos la decisión de emprender ha sido por vocación, sino que la situación actual y la falta de oportunidades en el mercado laboral español, muchas veces, ha acelerado o impulsado esta decisión. Es así en el 37% de los casos de los nuevos autónomos y en el 39% de las nuevas PYME.

Los nuevos autónomos y empresarios españoles de 2013, según Sage Consulting ([Sage Consulting, 2013](#)), que se han decidido a poner en marcha su propio negocio eran empleados que desarrollaban su trabajo en el sector de la industria (49%) y la construcción (44%), que constituyen el grueso de los sectores más castigados por la actual situación económica española. A éstos hay que sumar aquellos que han decidido reorientar su carrera profesional por falta de oportunidades en los sectores en los que habían trabajado, como son el comercio (38%) y la hostelería (40%).

Los emprendedores que formaron parte del estudio (812 entrevistas), que ya han puesto en marcha su negocio y conocen las dificultades que ello conlleva, consideran que en España no se fomenta la creación de empresas. De hecho, el 89% de los nuevos emprendedores no considera que se promuevan las nuevas iniciativas empresariales, porcentaje similar al de 2012, con la diferencia de que en este último año se había aprobado la nueva Ley de ayuda al Emprendedor (Ley 14/2013 de 27 de septiembre de apoyo a los emprendedores y su internacionalización).

Aunque la mayoría considera que España no es un país en el que se ayude a los nuevos autónomos y empresarios españoles, el 30% de autónomos y PYME sí que cree que la situación de crisis que vive España presenta una oportunidad para crear una empresa. Con los datos de este estudio, podemos afirmar que fue la falta de oportunidades en el mercado laboral la causa principal que llevó a autónomos y empresarios a darse de alta como tales en los últimos 24 meses.

Con todo, más de la mitad de los emprendedores, en concreto el 55% de autónomos y 57% de PYME, están de acuerdo con el autoempleo como una salida para los jóvenes menores de 30 años que buscan trabajo.

Asimismo, del Observatorio de Clima Emprendedor 2013 se destaca que para los emprendedores españoles la familia es el principal punto de apoyo a la hora de emprender un negocio: 42% para autónomos y 45% para PYME. Una vez más, se evidencia que el emprendedor apenas tiene financiación de la Administración Pública, ya que se ha tenido que autofinanciar o han sido sus familiares los que les han dado la ayuda necesaria para comenzar con su negocio. Sólo el 7% de los emprendedores ha hecho uso del plan ICO.

Igualmente, el estudio revela que los inversores privados, los llamados *Business Angels*, tienen cada vez más presencia entre los emprendedores. De modo que el 12% de las PYME conformadas por un número de empleados comprendido entre 6 a 9 ha obtenido financiación de un inversor privado.

Por segundo año consecutivo, la falta de financiación es una vez más el talón de Aquiles a la hora de crear una empresa en España, en el 33% de los casos. A lo que se suman las cargas fiscales, tanto para autónomos (22%) como para PYME (32%). Según los encuestados, no se consigue financiación, por lo que se han tenido que autofinanciar ellos mismos cuando han decidido poner en marcha el negocio.

Pero sin lugar a dudas, los impuestos que deben soportar los autónomos y pequeños empresarios constituyen un obstáculo quizá más para el mantenimiento de la actividad que para la puesta en marcha de una empresa, según las conclusiones del estudio referenciado.

Por eso, para poder superar los obstáculos para crear nuevas empresas, los emprendedores piden ayuda a los organismos públicos españoles, que son los que gestionan los impuestos recaudados, ya sea el Estado (31% autónomos y 30% empresas), ayuntamientos (13% autónomos y 16% empresas) o Administración autonómica (17% autónomos y 14% empresas).

Es decir, el 61% de autónomos y el 60% de empresas nombran en primer lugar a los organismos públicos españoles como las entidades que deben apoyar e invertir recursos para los nuevos emprendedores. Por su parte, los bancos y las cajas de ahorros también se mencionan, por el 19% de autónomos y empresas.

Las ventajas que ofrece la nueva Ley de Emprendedores son conocidas tan sólo por 4 de cada 10 emprendedores, y de éstos, 6 de cada 10 no consideran que vayan a facilitar la labor de

emprendimiento. Por su parte, el 80% de autónomos y empresarios que conocen las ventajas de la ley no creen que les vaya a ayudar en su negocio.

La Ley de apoyo al Emprendedor prevé su revisión, en función de los resultados. Por eso, autónomos y PYME consideran las siguientes 3 medidas las más importantes para ser introducidas en esa revisión y actualización de la Ley de 2014:

- 1.- Aplazar el pago del IVA de facturas pendientes de cobro (65%).
- 2.- Ampliar los incentivos fiscales a las empresas de reducida dimensión (76%).
- 3.- Incentivar con beneficios fiscales a los inversores privados (28%).

En lo que corresponde a la Comunidad Valenciana y a partir de los resultados del GEM 2013 (Gómez Gras *et al.*, 2013), últimos disponibles para nuestra región, podemos, de un lado, extraer las variables que para el equipo GEM son pertinentes para identificar los elementos que se consideran importantes para la puesta en marcha de una empresa y, por otro, conocer los datos de dichas variables en el contexto de la Comunidad Valenciana, entorno en el que se desarrolla nuestro trabajo:

1. Percepción del grado de oportunidad de poner en marcha una empresa

Destacan los investigadores que el hecho de que la impresión sobre la oportunidad del momento para convertir una idea de negocio en una actividad sea positiva es un importante elemento de referencia que ha de ser tenido en cuenta en cualquier estudio sobre la materia. De hecho, los autores preguntan a los encuestados sobre su impresión a seis meses vista. En el último estudio del ejercicio 2013, el 17,4% de los entrevistados (encuestas a personas entre 16 y 64 años, la *Adult Population Survey*), tenía la intención de poner en marcha una empresa en los seis próximos meses, 4,1 puntos más que en el año 2012, lo que nos sirve de referencia para inferir que ya se estaba percibiendo la salida de la crisis como fuente de trabajo o que bien el entrevistado, tras agotar el tiempo de desempleo, se veía obligado a buscar una alternativa a su situación (Federación Española de Municipios y Provincias y Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2004; LLanes, Navarro y Boix, 2004).

2. Estabilidad del círculo de redes sociales y contactos del emprendedor

El 30,4% de los entrevistados mantenía una red de contactos que habían puesto en marcha una empresa y que podían servirle para la puesta en marcha de su negocio, lo que constituye un factor de contaminación cultural positivo. Llamamos la atención sobre la circunstancia de que los autores del proyecto pregunten sobre este factor, elemento que, junto a la existencia y contactos de redes informales de proveedores, figuraba como un aspecto importante para las empresas que se formaban en los VE en Estados Unidos (H. Liu y Chen, 2010; Zhigao, Ling y Xiangyun, 2006) y cuya aportación ha sido instrumentada en las incubadoras de Europa (Bøllingtoft y Uihøi, 2005).

3. Autoconocimiento de las capacidades emprendedoras y miedo al fracaso

Casi la mitad de los individuos requeridos al respecto se sentían con capacidad suficiente para poner en marcha una empresa, dato que se ha mantenido estable a lo largo de los últimos años. Por otra parte, el miedo al fracaso como un elemento restrictivo a la hora de poner en marcha una empresa ascendía al 48,5% de quienes se veían limitados por esta cuestión.

4. La creación de empresa como una buena salida profesional

Más del 50% consideraba de forma viable la alternativa a la contratación por cuenta ajena como forma de integrarse en el mercado de trabajo. De hecho, según el GEM, el 22,9% de la población se encontraba en alguna fase del proceso emprendedor (intención emprendedora, actividad naciente, actividad nueva o actividad consolidada).

5. Emprendimiento en función de la motivación

En línea con las afirmaciones de González-Pernía y Peña-Legazkue (González-Pernía y Peña-Legazkue, 2002) sobre la existencia de un perfil de emprendedor que se plantea la puesta en marcha de una actividad empresarial por necesidades de subsistencia o de alternativa imperiosa a su actual actividad, el estudio del GEM trabaja también sobre esta teoría hallando que el 31,7% de quienes tenían intención de poner en marcha una actividad lo hacían impelidos por necesidad (en 2012 este porcentaje era del 23%), mientras que el 64,7% lo hacían para explorar una oportunidad de negocio.

6. Financiación de la actividad en fase inicial

El 50% de los emprendedores estimaba que necesitaban menos de 20.000 euros para poner en marcha su idea de negocio, dato similar a los resultados obtenidos los años 2010 y 2011, pero que en 2012 fue de 10.665 euros.

7. El entorno de la persona emprendedora

La percepción que los emprendedores tienen de su entorno se pueden inferir a partir de la siguiente tabla:

Factores externos condicionantes de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

	Condiciones adecuadas	Necesitan ser mejoradas
Factores	Acceso a infraestructura física	Soporte financiero a las actividades emprendedoras y empresariales
	Infraestructura comercial y profesional	Orientación emprendedora en la educación primaria y secundaria
	Programas públicos de apoyo	
	Orientación emprendedora en la educación superior	

Tabla 14. Factores externos condicionantes de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana
 Fuente: Elaboración propia a partir de Gómez Gras (Gómez Gras et al., 2013)

Estudian también los autores el perfil socioeconómico de los emprendedores, arrojando el siguiente perfil medio:

- Varón (59,1%)
- Edad media: 39 años
- Extranjeros: 11%
- Formación:
 - 32,1% enseñanza obligatoria
 - 50,5% estudios superiores

A la vista de lo anterior, ya disponemos de un marco de factores que han sido identificados por los expertos en la materia como apropiados para la puesta en marcha de una empresa. Como comentábamos, muchos no podrán ser modulados por la estancia de los emprendedores en la incubadora de empresas, lo que será objeto de nuestro análisis, pero sí inciden de manera relevante en la toma de decisión final.

7.4. Concepto histórico de emprendedor

Si los VE tienen una razón de para existir, esta no es otra que la de potenciar y ayudar a que una persona ponga en marcha su empresa, con independencia de la forma jurídica que adopte. El régimen de admisión de los viveros se centra en una parte importante en la identificación y características de la persona que solicita acceder a sus instalaciones, por lo que acotar con nitidez qué se entiende por persona emprendedora será una cuestión previa a cualquier otra. Esta definición se complementará con otra conceptualización, como es el caso de la definición de empresa, que surge, precisamente, de un desarrollo del concepto de emprendedor.

Procede por tanto, en primer lugar, abordar qué se entiende como persona emprendedora. Para ello, identificaremos los conceptos históricos más relevantes que se han vinculado a su definición, refiriéndonos de forma más intensa a su interpretación para el área y temporalidad del estudio que se pretende acometer.

El concepto de emprendedor se ha ido conformando a lo largo de la historia. No ha permanecido inalterado, sino que se ha ido adaptando, nutriendo de los sucesos de su época, diluyéndose en otras, en definitiva, ha sido un concepto con un recorrido tan amplio en el tiempo que no ha podido evitar ser moldeado conforme a cada una de las épocas por las que ha transitado.

El origen de esta palabra la encontramos en el latín *prehendere*⁵⁶, esto es, ‘atrapar, coger’, y se relaciona con la acción de perseguir, ir hacia un objetivo. Algunas de sus distintas derivaciones (aprendiz, comprender, prisionero, etc.), acompañan la aparición de los términos ‘emprendedor’ y ‘empresa’.

No obstante lo anterior, una de las primeras menciones sobre el término emprendedor en nuestra lengua la encontramos en los relatos biográficos de Juan Sedeño (Sedeño, 1551), en el siglo XVI, en su obra *Summa de Varones Ilustres* (véase Ilustración 26 en la página 250), en la

⁵⁶ Diccionario etimológico de la RAE.

que describía la guerra del reino de España contra el Imperio Turco. Al hablar del rey Siceleo, lo describe como “varón magnánimo, emprendedor de cosas grandes”. Este término se aplicaba a aquellos a quienes se consideraba avezados, inquietos en pos de una aventura, principalmente militares.

No fue hasta 1732 cuando el término emprendedor se define en el *Diccionario de autoridades*, en su Tomo III, como “la persona que emprende y se determina hacer y executar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua”. Como segunda acepción indica que se trata “del qual asimismo dicen haver sido Señor esforzado, y emprendedor de hazañas notables, como su padre”. No obstante lo anterior, esta referencia ha sido ignorada por muchos autores, que la han considerado no propia del ámbito económico.

El autor de este trabajo entiende que, en realidad, se está haciendo referencia a una característica, intrínseca de algunas personas, que responde indudablemente a unas actitudes que, junto a otros elementos (la aplicación de estos valores a la puesta en marcha o gestión de un negocio), conforman al verdadero emprendedor, que es tal tanto en la gestión de su actividad como en la vida diaria.

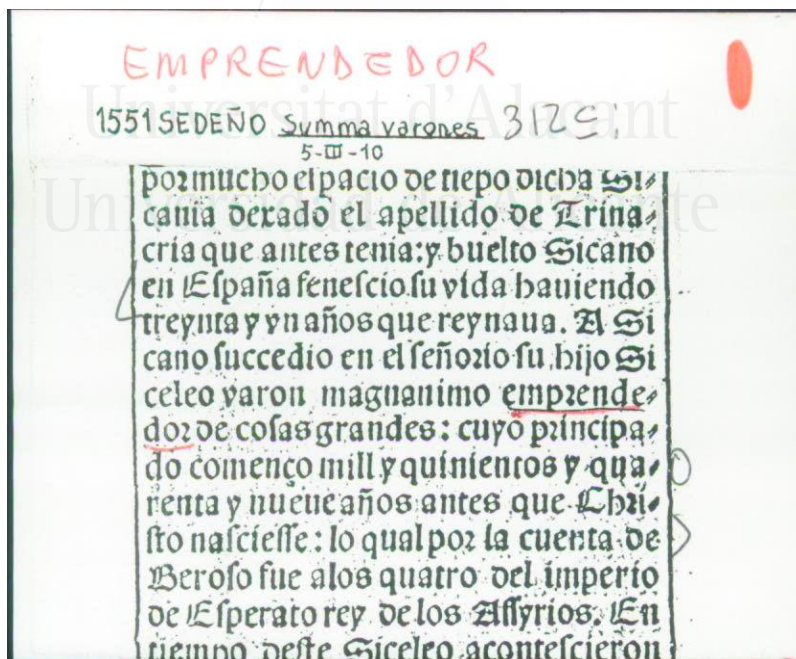


Ilustración 26. Reproducción del documento Summa de Varones Ilustres, en el que Juan Sedeño presenta su definición de emprendedor
Fuente: Summa de Varones Ilustres, RAE

Sin embargo, fue el francés Cantillon quien ha resultado reconocido como el primer autor galo en referenciar (Cantillon, 1755) e introducir el término *entrepreneur*, sobre cuya figura reseña el relevante papel que tiene en la economía al tratar de convertir en un negocio beneficioso para él una carencia detectada en el mercado, asumiendo una serie de riesgos derivados de la incertidumbre en la que actúa.

La *Encyclopédie*⁵⁷(enciclopedia francesa editada entre los años 1751 y 1772) definía *entrepreneur* como “el que se encarga de una obra: se dice un emprendedor de manufacturas, un emprendedor de construcciones, un manufacturador, un albañil contratista”. En esta definición ya se incorporan los conceptos de actividades comerciales y del normal tráfico económico. Se puede apreciar cómo el término hace referencia a la individualidad, a la persona que inicia, que pone en marcha una acción.

La obra *Traité d'économie politique* de Jean-Baptiste Say (Say, 1803), en la que explica sus teorías sobre el consumo y distribución de la riqueza, define al *entrepreneur* como la persona que dirige una empresa, especialmente un contratista, actuando de intermediario en el trabajo entre sus clientes y los trabajadores. Se aporta una primera aproximación a la idea de la necesaria combinación de factores de producción, pasando a ser el emprendedor un elemento relevante dentro del sistema económico. De esta concepción amplia se normalizaron palabras como la misma *entrepreneur* y *entrepreneurship* al idioma inglés, donde han sido potenciados al albur de su desarrollo económico.

El prolífico John Stuart Mill favoreció la difusión de este término al plasmar en diferentes obras, entre la que cabe destacar sus *Principios de política económica y aplicaciones a la filosofía social* (Mill, 1848), donde vincula de forma nítida las ideas de riesgo y empresa, lo que caracteriza al promotor que conjuga ambas ideas para la puesta en marcha de una actividad empresarial. Siguiendo el estudio de Iñaki Ortega (Ortega Cachón, 2012), se puede apreciar cómo el legado

⁵⁷Entrepreneur (en la *Encyclopédie*, (5:732); en francés en el original): “il se dit en général de celui qui se chargé d'un ouvrage: on dit un entrepreneur de manufactures, un entrepreneur de bâtimens, pour un manufacturier, un maçon. Voyez Manufacturier, Maçon”.

del inglés se diferencia de la idea de Cantillon en que para Mill no sólo es necesario que el *entrepreneur* haya identificado riesgo y oportunidad de mercado, sino que además debe participar en la gestión diaria de la empresa; está incidiendo en que la persona emprendedora es la que actúa y participa en la actividad que permitirá sustanciar esos beneficios de resultados de aprovechar el riesgo detectado. Otros importantes economistas como es el caso de Alfred Marshall (Marshall, 1890), destacan la aportación del promotor de las empresas como un innovador capaz de aportar progreso a su entorno proveyendo bienes a su sociedad, incentivados por la persecución de la maximización del beneficio.

No es sino hasta la obra de L. Walras *Elementos de economía pura* (Walras, 1874) cuando se da el momento en el que la figura del emprendedor es situada de forma definitiva en el marco de un conjunto de elementos que de manera integrada forman un sistema económico. La definición walrasiana lo implica de tal forma que le otorga un papel centralizador de recursos. Habiendo sido capaz de identificar un ámbito en el que puede desarrollar su actividad, el *entrepreneur* generará una ganancia en base a la diferencia de precios entre los recursos que pone a disposición de la actividad o que adquiere de terceros y lo que obtenga por su venta. Es el responsable de poner en marcha una actividad con los que Walras identifica como elementos sustanciales (tierra, trabajo y capital) para, junto a otros factores adquiridos a otros empresarios, conseguir una serie de productos que venderá por un precio superior y de los que obtendrá sus beneficios.

Un avance considerable al concepto lo aporta J. Schumpeter (Schumpeter, 1947), para quien los emprendedores son quienes, atraídos por la percepción de que pueden generar unos ingresos para sí mismos a partir de una actividad económica que va a transformar su entorno, generan un mecanismo que aúna intuición e innovación, bien tecnológica, bien a través de la introducción de una determinada materia prima o producto. Schumpeter concede gran relevancia a dos cuestiones que serán importantes en la filosofía que subyace a la actividad de los VE: de un lado, incide en los aspectos psicológicos del emprendedor, valorizando la capacidad de iniciar una actividad en un entorno cuyo funcionamiento es desconocido, rasgo definitorio de una clase reducida de líderes emprendedores; por otra parte, entiende que la innovación es parte de la propia idiosincrasia del emprendedor, adoptando ésta diversas formas, a través de la introducción de un nuevo producto, la renovación de un método de producción u organización,

la apertura de un nuevo mercado o incluso la localización de una nueva fuente de abastecimiento.

Si Schumpeter llegó a ser un economista de referencia, lo que, entre otras cuestiones, le permitió ejercer como profesor titular en Harvard, Frank Knight hizo lo propio en la Universidad de Chicago durante una veintena de años, desarrollando e impulsando diversos trabajos que le permitieron generar, de forma paralela a su colega, lo que se conoció como el Pensamiento de la Escuela de Chicago. Knight (Knight, 1921) también desarrolló el concepto de emprendedor, centrándose en el estudio de la capacidad de gestionar la incertidumbre. Para él, los emprendedores son quienes tratan de predecir cuáles serán las tendencias de futuro, anticipándolas y actuando en consecuencia, es decir, son gestores de la incertidumbre.

Como hemos podido apreciar, estos autores han transferido el protagonismo del emprendedor de la individualidad a la colectividad: ya no se trata de un sujeto que opera por sí mismo, sino que gestiona una serie de bienes para organizarlos, transferirlos a terceros a cambio de un precio y de esta forma actuar para conseguir la maximización de beneficios. Estamos hablando, por tanto, del concepto de empresa.

En el paso siguiente, avanzaremos en la definición de emprendedor con la terminología más moderna e incorporaremos la identificación de lo que se entiende como 'empresa', con referencia a las distintas tipologías que se pueden identificar y que resultarán útiles para el desarrollo de nuestro trabajo.

7.4.1. Definiciones pragmáticas: identificando a los emprendedores del siglo XXI

Con la finalidad de acotar la terminología necesaria para el desarrollo del estudio que tiene el lector ante sí, vamos a proceder a identificar de forma más precisa las dos ideas que circundan de forma permanente la actividad de los VE. Puesto que, llegados a este punto, es necesario deslindar dos ideas que aparecen en los autores y entidades, que las utilizan como conceptos que circulan en la misma vía, sin que se deslinde de forma nítida cuándo ha de utilizarse uno y otro. Nos estamos refiriendo a la interpretación moderna de los vocablos 'emprendedor' y 'empresa'.

Construimos este punto en base a lo analizado previamente, que deja dos conclusiones

como son:

- ‘Emprendedor’ es una característica de la persona, un atributo, un carácter actitudinal.
- En el proceso histórico de evolución del emprendedor, hemos visto cómo ha pasado a vincularse su interpretación a partir de cómo actúa con la sociedad a través de la organización de sus recursos para conseguir un beneficio: el instrumento que se utiliza para ello es la empresa.

A continuación vamos a profundizar en las teorías que explican las principales características del emprendedor, e introduciremos, de forma paralela, la idea de empresa. Concluimos, por tanto, que emprendedor y empresa son aspectos distintos, aunque la literatura con frecuencia los usa de forma indistinta.

La Real Academia de la Lengua (RAE) en su edición actual, define emprendedor/ra como característico del “que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”. Y además lo hace con forma de adjetivo, con lo que cuando nos referimos coloquialmente a la figura del emprendedor lo estamos haciendo de forma incorrecta, puesto que un adjetivo no puede sustituir la función del sustantivo. Sí que es correcto indicar “la persona emprendedora”. Se está refiriendo por tanto a una cualidad, signo distintivo que se puede aplicar tanto a una actividad empresarial como a cualquiera otra iniciativa⁵⁸.

Por su parte, el término ‘PYME’ es definido por la RAE como acrónimo de ‘pequeña y mediana empresa’ y lo conceptúa como “empresa mercantil, industrial, etc., compuesta por un número reducido de trabajadores y con un moderado volumen de facturación”. No definen los académicos de la lengua los límites cuantitativos ni cualitativos que serían de esperar, además de que entremezclan ideas –forma mercantil con actividad industrial, cuando en realidad, las PYME pueden adoptar formas más livianas y desarrollar una serie de servicios, por ejemplo–.

⁵⁸ Siendo conscientes de esta incorrección, pero entendiendo que se ha popularizado el término hasta ‘sustantivarlo’, empleamos, conscientemente esta denominación a efectos de conceder mayor ligereza al texto a cambio de aceptar este uso lingüístico.

Debemos entender por tanto que estas tres ideas (emprendedor –tanto en su acepción masculina como femenina⁵⁹–, empresa y PYME) son conjugables entre sí; esto es, que pueden existir PYME con una persona que las pilote, tenga esta o no la característica emprendedora.

Adicionalmente, habremos de aclarar que quien procede al inicio de una actividad económica debe adoptar una forma jurídica que bien puede ser la propia persona física (trabajador autónomo), o bien puede ser la propia persona, pero revestida de los garantismos que ofrece el Código Mercantil, a las, precisamente, empresas mercantiles. Aunque más adelante desarrollaremos esta distinción, cabe indicar que, dentro de la forma mercantil, tienen espacio desde la unipersonalidad hasta la pluralidad de socios, siendo una combinación de factores que se encuentran bajo un umbral lo que permite llegar a la idea de otro concepto que se entremezcla en la literatura como es el de ‘PYME’.

El recorrido histórico del concepto de emprendedor durante los últimos cincuenta años comienza con un cierto olvido de esta figura. J. Ferrerío ([Ferreiro Seoane, 2013](#)), que en su trabajo analiza la valoración de esta figura en las década de los 80, aprecia como “el empresario, aunque existe y resulta clave, su acción y su actitud no son modelizadas, se presuponen ideales, racionales, perfectamente coherentes en su objetivo, que no es otro que la consecución de un beneficio máximo. Por lo tanto, se puede afirmar que, el punto débil de los modelos neoclásicos es una excesiva idealización que elimina una serie de factores clave o importantes como la inexistencia del empresario como agente fundamental en el proceso económico”, recurriendo a Casson ([Casson, 1982](#)), que refleja cómo se ha producido una despersonalización del hecho económico, desligando la actitud o características individuales del entorno económico y de su impacto en la economía.

Kirzner es el primer autor de referencia que rompe la tendencia de las escuelas clásica y neoclásica en cuanto a que considera que los mercados no se encontraban en equilibrio perfecto, sino que se encontraban en desequilibrio de manera permanente, siendo la figura del

⁵⁹ A efectos de simplificación literaria, se debe entender ‘emprendedor’ como término comprensivo de su acepción tanto masculina como femenina, sin que se deba hacer salvedad ni diferenciación alguna por cuestión de género.

emprendedor clave para revertir las tendencias (Kirzner, 1973). Para este autor es precisamente la asimetría de información lo que confiere a unos emprendedores sobre otros una ventaja en su actuación en el mercado.

Adentrándonos en teóricos más próximos, encontramos las aportaciones de Shane y Venkataraman, quienes abordan la problemática emprendedora desde una perspectiva global, incluyendo el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de las mismas, y las personas que las descubren, evalúan y explotan (Shane y Venkataraman, 2000). Otros autores como Audreusch, que consideró que el emprendedor es un agente dispuesto a explotar conocimientos que las empresas preexistentes dejan de lado por no constituir parte de su proceso fundamental, lo ubican como alguien capaz de aprovechar oportunidades del mercado cuyo espacio queda sin cubrir (Audretsch, 1995). Siguiendo el trabajo de Ferreiro Seoane (Ferreiro Seoane, 2013), resumimos a continuación las principales aportaciones de Audreusch sobre la figura del emprendedor:

- Se ha producido una transición desde una economía gestionada (*management economy*) a una economía emprendedora (*entrepreneurship economy*).
- El conocimiento es clave para la actividad emprendedora, recurso muy potente a la hora de inducir el crecimiento económico.
- Para poder emprender con éxito hace falta formación empresarial, financiación, normativas que den seguridad y capacidad para detectar oportunidades de mercado.
- El conocimiento en sí mismo no garantiza el crecimiento económico (éxito de la empresa), siendo necesario que se transforme en conocimiento económico que se pueda comercializar⁶⁰.

⁶⁰ Sería una idea similar a la que se refleja al indicar que la ciencia necesita convertirse en tecnología para ser un elemento susceptible de ser aplicado, comercializado y rentabilizado.

- Una idea clave es el ‘filtro del conocimiento’, que es la brecha existente entre un valor comercial potencial y el que realmente se comercializa, siendo dicha diferencia una oportunidad para el emprendedor.
- En su modelo de producción podemos apreciar la cantidad de capital, la cantidad de trabajo, el esfuerzo en I+D y la tasa de emprendedores.
- El emprendedor es un agente dispuesto a oportunidades tangenciales para las empresas alejadas de su negocio principal.
- El emprendedor es el agente inductor del cambio que asume un riesgo y aplica ideas innovadoras a partir de las cuales trata de obtener un beneficio.
- El emprendedor necesita de programas con incentivos públicos que fomenten la actividad empresarial.
- Existe una relación positiva entre el desempleo y la creación de empresas.

El autor de esta tesis quiere llamar la atención sobre una interesante aportación, lateral a las distintas corrientes de estudio y que en el ámbito de la Comunidad Valenciana queda muy ejemplificada, como es el caso de los emprendedores y su relación con la empresa familiar. A este respecto, las aportaciones de Nueno, Ferreiro y Ogligastri destacan varias características de la empresa familiar que resultan de interés para entender de forma más precisa las particularidades de los emprendedores:

Características de los emprendedores de las empresas familiares⁶¹

- 1) Las empresas familiares son las que crean mayor autoempleo en cualquier región o país, ya que, mientras que un empresario que se autoemplea ofrece un servicio a sus clientes o la entrega de un bien, aquel empresario que ofrece trabajo a su familia está en una situación de superioridad, ejerciendo una posición de control sobre ellos. Además,

⁶¹ Fuente: elaboración propia a partir de Ferreiro Seoane (Ferreiro Seoane, 2013), Nueno (Nueno, 2011) y Ogligastri (Ogligastri, 2011).

conoce bien sus características y puede asignarles al puesto que mejor se adapte cada uno.

- 2) La familia es la primera referencia del empresario a la hora de tratar de captar financiación para su actividad.
- 3) La familia conoce las características, aptitudes y actitudes de la persona emprendedora, por lo que está en mejor disposición de conocer su capacidad de sacar el negocio adelante.
- 4) Esta proximidad, a su vez, supone que el clan familiar va a ejercer una función de control más estrecha que la que realizarían terceras personas ajenas a esa relación de parentesco.
- 5) Esta proximidad, no obstante, puede ser causa de conflictos en el seno de la familia, al no ser capaces de deslindar los roces profesionales de los personales.
- 6) Es clave la elaboración de un plan de sucesión familiar y unas reglas claras de acceso a la empresa por parte de todos (protocolo familiar).

Por lo tanto, podemos apreciar que un elemento de interés para que surjan personas emprendedoras que sean capaces de poner en marcha empresas de éxito recae precisamente en aquellos sujetos que han nacido o están en contacto con un entorno de empresa, visualizando las actitudes y aptitudes que son propias de estos perfiles.

7.4.2. Tipos de emprendedores

Aunque existe un elenco amplísimo de posibilidades para tratar de clasificar a los emprendedores (experiencia, sector, conocimientos, capacidad de financiación, perfiles psicológicos, etc.), vamos a proponer algunas clasificaciones atendiendo a la forma en la que enfocan su actividad en torno a su proyecto. Aunque de la literatura científica y profesional consultada se ha detectado que no existe un perfil puro de emprendedor, sin embargo se extraen una serie de características comunes a todos ellos, de gran interés para esta investigación, y que seguidamente se exponen, aclarando que en modo alguno la presencia o ausencia de éstas

impliquen un mayor éxito o fracaso del sujeto, ya que cada emprendedor tiene sus propias características (Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, 2010), y sin que ello implique ser mejor o peor candidato para el proyecto, solamente que tendrá rasgos más o menos acusados y que habrá de ser observado en el proceso formativo de éstos (LLanes *et al.*, 2004). Para realizar una aproximación inicial tomaremos la propuesta de I. G. Méndez (I. G. Méndez, 2008), que plantea la existencia de ocho tipos de emprendedores caracterizados por la mayor o menor preeminencia de determinada característica personal. Este elenco clasificatorio se identifica a partir de los siguientes conceptos:

- a) Visionario: el emprendedor visionario parece adelantarse a las tendencias del momento y pone su esfuerzo en trabajar sobre negocios que operan en sectores o productos que podrían ser la clave en un futuro.
- b) Inversionista: busca rentabilizar su dinero con proyectos novedosos. Tiene el papel de un socio capitalista, cuyo riesgo e implicación suele ser de asesoramiento y de aportación de capital, pero no se implica en demasía en la gestión del proyecto.
- c) Especialista: el emprendedor especialista suele tener un perfil más técnico. Y aunque empieza un proyecto empresarial, sus conocimientos están muy centrados en el sector propio del que es especialista.
- d) Persuasivo: es la punta de la lanza de un proyecto, quien arrastra y convence. Es una figura que suele liderar más que desarrollar el producto o servicio. Se encarga de mantener la convicción en su equipo.
- e) Intuitivo: cree saber dónde está el negocio y se orienta hacia él con toda su energía. Su propio carácter es emprendedor y emprender es parte de su pasión, que son los negocios.
- f) Emprendedor-empresario: este emprendedor ya conoce el mundo de la empresa. Nada le es nuevo. El empresario emprendedor asume el riesgo de emprender, pero, a diferencia del intuitivo o el visionario, le gusta consolidar los proyectos, más que emprender.

- g) Emprendedor-oportunista: este emprendedor ve la ocasión y se lanza. Sabe detectar las oportunidades de negocio y los pasos que debe seguir. Conoce el mercado, sus claves y las explota.
- h) Emprendedor-vocacional: emprender por emprender. Estos emprendedores cuando consiguen posicionar su producto, marca o servicio, inician un nuevo proyecto en el que ponen toda su capacidad creativa.

Otra clasificación la podemos extraer de las aportaciones que Abraham (Abraham, 2011) realiza a partir de la identificación de una serie de factores con los que construye su método BOSI. Este autor identifica cuatro perfiles básicos: B(uilder)-constructor; O(pportunist)-oportunista; S(pecialist)-especialista e I(nnovator)-innovador. La clasificación que Abraham hace de los emprendedores se puede resumir de la siguiente manera:

- El Constructor (Builder). Este emprendedor es el estratega en el mundo de los negocios. Analítico, siempre trata de ir dos o tres pasos por delante de la competencia. Las características que lo definen suelen ser enfocado, motivado, determinado, implacable, frío y calculador.
- El Oportunista (Opportunist). Éste es el lado especulativo que todo emprendedor lleva dentro y que le permite identificar dónde hay una oportunidad de negocio. Ese aspecto le hace buscar estar en el lugar correcto en el momento indicado, gestionando sus recursos para sacar la mayor rentabilidad posible a su oportunidad de negocio. Es aquella persona que está en permanente alerta para encontrar un tipo de negocio en el que hacer dinero rápido.
- El Especialista (Specialist). Este emprendedor suele entrar en una industria y quedarse en ella, porque su conocimiento en ella le hace especialmente valioso para el sector. Llegan a tener un gran prestigio entre los especialistas, pero les cuesta hacerse notar entre la multitud de competidores en el mercado. Algunos casos de este perfil los podemos encontrar en diseñadores gráficos, especialistas en tecnología de la información, abogados y contables; muy buenos en su sector, pero con margen de mejora en su *marketing* personal.
- El Innovador (Innovator). Es un emprendedor de “laboratorio”, perfecto conocedor del negocio y al que le gusta trabajar en su invento, concepto, receta, creación, sistema o

producto, que podrá desarrollarse en uno o más negocios. El reto de un innovador es enfocarse tanto en las posibilidades del producto como en las realidades del negocio para determinar si es viable o no.

Una clasificación a mitad de camino de las anteriores en cuanto al número de tipos de emprendedores es la que aporta Noblejas (Noblejas, 2014) y que resumimos a continuación:

- 1. Intraemprendedor: es un trabajador capaz de desarrollar una nueva línea de negocio o una innovación dentro de una empresa, adquiriendo la responsabilidad del proyecto, pero manteniendo un salario. Aporta su experiencia y convicción de que es capaz de mejorar el producto o servicio. Requiere de una dirección con una mentalidad abierta que permita a sus empleados ser creativos y que confíe en ellos.
- 2. Emprendedor por necesidad: este tipo de emprendedor es aquel que se lanza a la aventura de poner en marcha su propio proyecto movido por circunstancias que no tienen que ver con su verdadera vocación. Suele ser alguien que ha perdido su empleo y que se ve abocado a tomar esta vía no por deseo propio, sino porque es la única alternativa laboral que encuentra, al no contar con otra oportunidad por cuenta ajena.
- 3. Emprendedor por oportunidad: este emprendedor es capaz de identificar las oportunidades que surgen en su camino, sus conocimientos y su propia vocación para intentar hacer realidad su proyecto.
- 4. Emprendedor empresario: este tipo de emprendedor es el que cuando consigue evolucionar la empresa, creada por él mismo, en lugar de venderla, busca reinvertir las ganancias en beneficio de la propia empresa. Nunca se plantea vender su negocio a un tercero sino que lo asume como algo íntimamente vinculado a su vida.
- 5. Emprendedor en serie: este es el que arranca un negocio, lo hace crecer y lo vende, haciendo que el mismo proceso sea un negocio en sí mismo. Los emprendedores que lo hacen son el tipo de persona a quien le gusta el proceso de inicio de la empresa, y que, llegado un momento, el interés por un nuevo proyecto les lleva a la búsqueda de una buena oferta de compra mientras busca una nueva actividad a la que dedicar su inquietud empresarial.

Existen otras acepciones del término emprendedor que redundan en alguno de los conceptos vistos, con sus subsiguientes matices. Así podemos encontrar:

- Intraemprendedor: según la Escuela de Organización Industrial ([Escuela de Organización Industrial \(EOI\), 2014](#)), es “aquel trabajador con visión empresarial que invierte tiempo suficiente en las ideas innovadoras desde el interior de la propia empresa, a través de procesos abiertos que las recogen, moldean, mejoran y canalizan en forma de negocio, beneficiándole a él mismo y al crecimiento de la propia empresa en la que presta sus servicios”. Por su parte, Alemany ([Alemany et al., 2011](#)) define ‘intraemprendedores’ como empleados que desarrollan actividades de nuevos negocios para sus empleadores, como la creación de nuevos puntos de venta o filiales, o el lanzamiento de nuevos productos o nuevas combinaciones de producto-mercado (véase también 262).
- Emprendedor social: se les llama emprendedores sociales a aquellas personas que ponen en marcha una actividad no necesariamente comercial o con fin de lucro (cívicas, sociales, asociativas, políticas). Esta definición es consecuencia de lo revisado en los puntos anteriores, en los que hemos identificado que la figura del emprendedor es una actitud que trasciende más allá de la mera actividad empresarial.

Siguiendo la documentación que recoge Chen ([Chen, 2014](#)), pasamos a realizar una propuesta de clasificación más exhaustiva y precisa, que trata de enmarcar a los emprendedores atendiendo a cuatro grandes grupos: emprendedores por el entorno, emprendedores por la actividad y, por último, emprendedores por personalidad.

Nuestra propuesta de clasificación, atendiendo a las estructuras vistas anteriormente se ceñirá a los siguientes apartados:

Emprendedores por el contacto previo con el emprendimiento

Emprendedores por experiencia. Los emprendedores por experiencia hacen valer precisamente su conocimiento del sector o de la técnica necesaria para el desarrollo de su actividad; son dinámicos, innovadores y suelen evaluar los riesgos.

Emprendedores informales. Son el conjunto de emprendedores que tienen una idea de negocio, pero no tienen experiencia ni saben por dónde empezar para convertir su proyecto en realidad. En ocasiones no saben que tienen espíritu emprendedor.

Emprendedores mixtos. Estos son los emprendedores informales que han adquirido experiencia o se han formado para desarrollar una idea de negocio. Pueden ser empleados con experiencia en el desarrollo de algún tipo de negocio que deciden abrir su propia empresa a partir de una actividad previa.

Emprendedores formales. Son emprendedores que tienen clara su vocación, con experiencia previa en la puesta en marcha de planes de empresa, gestión y con los contactos necesarios para poner en marcha el proyecto, además de fuentes de financiación a las que pueden recurrir para tratar de conseguir financiación para su idea.

Emprendedores por entorno. Este tipo de emprendedor es influenciado por su entorno familiar o empresarial, por el tipo de educación recibida, por su experiencia laboral y conocimiento sobre un mercado o sector, lo que le confiere una capacidad significativa para encontrar oportunidades de negocio.

Emprendedores inversores. Son emprendedores que cuentan con capital, pero sin una idea de negocio propia en la que aplicar sus recursos; entonces buscan otros emprendedores que tengan algún plan de negocio para invertir. Investigan y estudian la propuesta de plan de negocio y empresa; y su experiencia les ayuda a interpretar el potencial de las personas y equipo que hay detrás de cada proyecto. Se convierten en un importante aliado del emprendedor, al que aportan no sólo el capital sino conocimientos y experiencia.

Por el sector en el que pone en marcha su actividad

Emprendedor empresarial. Es un emprendedor formal que pone en marcha su actividad en un sector tradicional, segmento que dominan y que les permite desarrollar su empresa aprovechando su red de contactos, canales de distribución y conocimiento de sus proveedores.

Emprendedores innovadores. Este tipo de emprendedor normalmente nace de ambientes universitario, lugar de estudios o centros de investigación, y es influenciado o recibe soporte de núcleos de innovación, como pueden ser las universidades, centros de formación, pero también grupos de innovadores, como puede ser el caso de los programadores.

Por el origen del emprendimiento

Intraemprendedores⁶². Este tipo de emprendedor se desarrolla dentro de las organizaciones o empresas que animan a sus empleados a buscar mejoras en sus productos o servicios. A partir de un producto o servicio preexistente, el empleado apuesta por introducir una mejora y la empresa le facilita los medios y recursos para desarrollarla, pudiendo dar lugar a una *spin-off* que termine convirtiéndose en una empresa independiente.

Interemprendedor. Personas que durante años se han formado en una empresa y que con el paso del tiempo deciden apostar por su propia actividad dentro del mismo o de similar sector.

Emprendedores por necesidad. Emprendedores que se ven obligados a emprender por su cuenta por no encontrar un empleo por cuenta ajena que les satisfaga y no ven otra posibilidad que la de aprovechar sus conocimientos y recursos para salir adelante.

Emprendedores por azar. A veces suceden acontecimientos que avocan a las personas a convertirse en emprendedores: una oportunidad, una herencia, un gerente que decide abandonar la empresa y ofrece a los empleados quedarse con ella. Suelen tener experiencia o cierto espíritu emprendedor que les ayuda a tomar la decisión de convertirse en emprendedores.

Por el tipo de actividad que desarrollan

Emprendedores comerciales. Son aquellos emprendedores de clara vocación comercial, capaces de vender en distintos sectores. Empáticos y de trato cercano, conocen, bien por formación bien por experiencia, la fórmula idónea para conseguir la venta al cliente oportuno.

Emprendedores de servicios. Son los que se dedican a la prestación de servicios generales, que no requieren gran especialización, independientemente del campo de actuación. Peluquería, alimentación, limpieza, etc.

⁶² Vistas varias definiciones en este mismo apartado.

Emprendedores profesionales. Similar al emprendedor de servicios, pero ofrece servicios especializados a partir de profesiones o actividades específicas: abogados, médicos, arquitectos, etc.

Emprendedores sociales. Desarrollan actividades de carácter social buscando ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas con escasos recursos o con alguna necesidad, problema específico, etc. Suelen agruparse en entidades sin ánimo de lucro para conseguir contactar con emprendedores afines y lograr recursos que financien su actividad.

Emprendedores tecnológicos. Son aquellos que se dedican a proyectos empresariales basados en las nuevas tecnologías en cualquiera de sus modalidades: informáticos, gestores de redes sociales, *marketing on line*, etc.

Por el tipo de producto o servicio que ofrecen

Emprendedores innovadores. Dominan las técnicas y procesos y tienen capacidad para generar nuevos productos en sectores con una gran capacidad de crecimiento, generalmente vinculados a la tecnología y la innovación.

Emprendedores no innovadores. Generan productos no tan innovadores, pero de consumo masivo, lo que les permite desarrollar su actividad en sectores maduros.

Emprendedores especialistas. Tiene un perfil profesional técnico, son innovadores y creativos, y buscan mejorar procesos, productos, ideas, etc., en diversos sectores, innovadores o no. Su aportación de valor está en que son capaces de identificar aspectos mejorables.

Por personalidad

Emprendedores intuitivos. Se guían por su instinto a la hora de identificar oportunidades de negocio y son capaces de intuir dónde están los puntos clave de la actividad para rentabilizarla.

Emprendedores visionarios. Aparentemente indiferentes al riesgo, buscan ideas de negocio en mercados poco explorados o novedosos, lo que les suele generar problemas para concretar las ideas al carecer en muchas ocasiones de la información suficiente para pasar de la idea a la empresa.

Emprendedores persuasivos. Son líderes natos, motivadores, muy persuasivos y con gran capacidad para influir en otras personas como colaboradores, socios o inversores. Como buenos líderes, están firmemente convencidos de la viabilidad del proyecto e involucran a todo el equipo en él.

Emprendedores exploradores. Personas con una gran capacidad para entender su entorno y analizarlo, con una gran capacidad analítica y racional que les permite detectar errores u oportunidades de negocio.

La definición más ajustada del perfil de los emprendedores en la Comunidad Valenciana, más acotada y próxima a nuestro entorno y que nos va a permitir un modo de explicación de su metodología es la ofrecida por el Global Entrepreneurship Monitor de 2013 de la Comunidad Valenciana (Gómez Gras *et al.*, 2013) y del Informe GEM España 2014 (Peña *et al.*, 2014).

Definiciones de emprendedor

<i>Emprendedor</i>	Individuo de la población adulta, entre 18 y 64 años, inmerso en la puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual va a poseer al menos una parte. Se incluye el autoempleo y al propietario y gestor de una actividad empresarial de reciente creación
<i>Actividad naciente</i>	Actividad emprendedora que lleva menos de tres meses pagando algún tipo de salario u honorario (incluyendo pagos a propietarios)
<i>Actividad nueva</i>	Actividad emprendedora que lleva entre 3 y 42 meses pagando algún tipo de salario u honorario (incluyendo pagos a propietarios)
<i>Actividad consolidada</i>	Actividad empresarial que lleva más de 42 meses pagando algún tipo de salario u honorario (incluyendo pagos a propietarios)
<i>Emprendedor potencial</i>	Individuos entre los 18 y 64 años que piensan emprender algún tipo de actividad emprendedora en los próximos tres años

Tabla 15. Definiciones de emprendedor

Fuente: Gómez Gras (Gómez Gras *et al.*, 2013) y Peña (Peña *et al.*, 2014)

A los efectos de nuestro objetivo, como es la determinación de la vinculación existente entre los VE y los emprendedores, y la figura de la rentabilidad de dichos instrumentos para promover la creación de empresas, resulta de mayor interés interpretar adecuadamente las características del emprendedor. Identificando sus características, podremos analizar si los VE contribuyen a potenciar su figura y el éxito de su trabajo, así como el impacto en su entorno.

No todas las orientaciones en torno a la figura del emprendedor son determinadas en conceptos que integran una personalidad polifuncional, sino que también aprecian un modelo mucho más rígido. De esta manera, Camacho Picó (Camacho Picó, 1999) expresaba su certeza de que los emprendedores son personas fuertemente ligadas al ámbito académico, lo que permite albergar la posibilidad de que si bien se observa en la región de origen del autor, Colombia, puede ser un rasgo que no siempre se da en nuestro país (Hernández Mogollón, 2013). Según este informe, el perfil del emprendedor en nuestro país se corresponde con las siguientes características:

- Se trata de una persona de entre 37 y 40 años, con un aumento medio de la edad respecto al año precedente.
- Seis de cada diez emprendedores son varones, aunque la tendencia muestra que cada vez hay más mujeres emprendedoras.
- Casi el 48% de los emprendedores tenía algún tipo de formación superior o de postgrado.
- El 43% había recibido en algún momento de su vida formación específica para emprender.
- Los adultos con mayor propensión a emprender negocios nuevos fueron los de mayor nivel de ingresos.

En cuanto a la tipología de empresas que se pusieron en marcha en este periodo en España, a partir de este mismo estudio se puede determinar que fueron:

- Empresas de pequeño tamaño.
- Prestadoras de servicios a consumidores locales y que carecían de una aspiración firme de crecimiento.
- Siete de cada diez empresas operaban en el sector servicios.

- Cinco de cada diez nuevos negocios se debían a autónomos sin empleados.
- Seis de cada diez nuevas empresas no tenían ninguna orientación innovadora.
- Siete de cada diez manifestaron no tener intención de tener vocación internacional durante sus primeros cuatro años de existencia.
- Menos de dos de cada diez empresas creían que llegarían a cinco años de vida con un mínimo de cinco empleados.

En cuanto al perfil del emprendedor de la Comunidad Valenciana, resulta especialmente interesante el estudio que Gómez Gras (*Gómez Gras et al., 2013*) realiza a modo de radiografía del emprendedor en nuestra región. A partir de este análisis, se infiere que las personas emprendedoras presentan las siguientes características:

- Cuatro de cada diez son mujeres en la etapa de emprendimiento reciente, mientras que en la actividad consolidada⁶³ la proporción es de tres mujeres por cada siete hombres.
- La media de edad es de 39 años en la fase de puesta en marcha de proyectos.
- En cuanto a su formación, la mayoría son titulados universitarios o con el nivel educativo de secundaria.
- Un 50% ha recibido alguna formación específica sobre creación de empresas o de aspectos sobre la puesta en marcha y gestión de negocios.
- La encuesta refleja que el nivel de renta de los nuevos emprendedores en un 44,4% está por encima de los 20.000 euros y en un 22,2% entre los 10.000 y 20.000.
- El 61,7% de los nuevos emprendedores se encontraban en el mercado laboral en el momento de tomar la decisión de plantear el proyecto, mientras que el 28,3% restante se encontraba desempleado, en lo que podríamos entender como 'emprendedores por necesidad'.

⁶³ Se define por los autores la etapa consolidada como aquella en la que la empresa lleva más de 3,5 años en el mercado, lo que a efectos de definición en nuestro trabajo no encajaría con el perfil de 'emprendedor', pero lo indicamos en este caso al parecernos representativa la tendencia.

En cuanto a las características de las actividades puestas en marcha en la Comunidad Valenciana a la vista de los resultados del estudio antes mencionado, podemos indicar que:

- a) Generalmente son pertenecientes al sector terciario (83,4%).
- b) Se trata de empresas constituidas por un solo autónomo/a (50%) o dos socios (26,7%).
- c) Sin empleados a cargo (61,8%) o de 1 a 5 empleados (30,9%).
- d) El 69,1% de los emprendedores cree que su actividad no es nada novedosa.
- e) El 50% piensa que tiene mucha competencia y el 41,8% alguna competencia.
- f) El 78% no se plantea salir al exterior, aunque el 75% cree que el potencial de sus ventas se encuentra en mercados extranjeros.

Una vez definidos e identificadas las principales características de los emprendedores, que en fases posteriores del estudio contrastaremos con los resultados de nuestro trabajo de campo, vamos a proceder a identificar el concepto de PYME. Para ello procederemos de manera análoga a como hemos hecho con la idea de emprendedor: partiendo de un concepto más amplio, iremos convergiendo a una idea de aplicación para nuestro estudio.

7.5. La definición de empresa y de PYME

En el apartado anterior hemos realizado un seguimiento de la evolución, características y algunos de los rasgos principales de la figura del emprendedor. Nos hemos centrado en la figura moderna del emprendedor, refiriéndonos a las características que nos interesan en este caso, como es identificar a los sujetos que acceden a un VE.

En el siguiente punto abordaremos una metodología similar, pero ciñéndonos al concepto de empresa, pero sobre todo al de PYME, verdadero objeto de atención por parte de los VE. Por lo tanto, y teniendo en cuenta que los criterios de acceso a un vivero tienen en cuenta el proyecto de pequeña empresa y sus características, realizaremos una aproximación en dos fases:

1. Identificación, desde una perspectiva actual, que es la que se utiliza en la gestión de los VE. Para ello realizaremos una revisión de las principales definiciones en países de nuestro entorno (básicamente de la UE), impulsora de los VE y cuya normativa regula y condiciona las legislaciones nacionales. Nos referiremos también de manera especial a las referencias de las empresas públicas, puesto que la mayor parte de los promotores de empresas pertenecen al sector público y ejercen una actividad estrechamente vinculada con el sector privado.
2. En una segunda etapa, y puesto que los viveros generalmente se orientan hacia las PYME, acometeremos una revisión del concepto PYME, tratando de acotarlo a la definición que con posterioridad deberá ser utilizada en el trabajo de campo.

Al igual que hemos hecho en la etapa anterior con el concepto de emprendedor, procederemos a identificar el concepto de empresa a partir de la definición otorgada por el *Diccionario de Autoridades* de la RAE, donde, también en su tomo III encontramos la definición de ‘empresa’ como “vale también la acción y determinación de emprender algún negocio arduo y considerable, y el esfuerzo y acometimiento con que se procura lograr el intento”.

El concepto de empresa se comienza a consolidar a partir, como hemos visto, de la consolidación de la idea de *entrepreneur*. Es en los siglos XVII y XVIII cuando el mercantilismo potencia el capitalismo y, con él, la acción comercial adquiere toda su pujanza. La empresa se convertía en un elemento imprescindible para el tráfico de mercancías que en aquella época tenía en su vertiente internacional una vía importante de crecimiento.

Adam Smith con su obra *La riqueza de las naciones* (Smith, 1776) fue uno de los primeros economistas en disertar sobre el concepto de empresa, y lo hace fuertemente influido por las circunstancias de su época. Para él, una empresa era aquella unidad organizada que permitía la combinación de los factores de producción (trabajo, capital y recursos). Además, su estructura permitía la división del trabajo, todo ello promovido por un afán de lucro personal, pero que tiene un impacto en la colectividad al incorporar el empleo como parte necesaria para lograr esa ganancia del individuo.

En relación con este ‘interés particular’, Smith hace un guiño a la actividad pública, a la que reserva las obras o infraestructuras (se refería a faros, puertos, alcantarillado, etc.) que,

debido a su naturaleza o dificultad, derivan en unas estructuras cuya realización y mantenimiento no serán nunca de interés privado, al no tener opciones de obtener una rentabilidad que cubra los gastos depositados.

Smith incorpora la novedad de considerar que existe una serie de bienes y servicios cuyo beneficio no puede recaer en un único individuo o incluso en un pequeño conjunto de ellos. De esas obras o servicios se va a beneficiar una amplia pluralidad de individuos, incluso quienes no han pagado por ellos. El escocés hace una apuesta porque estas obras se financien a través de impuestos y que sean ejecutadas por empresas públicas.

Otro importante economista, Samuelson (Samuelson, 1947), retoma la idea del concepto de empresa para indicar que el beneficio máximo requiere que se contemple la idea de utilidad social⁶⁴ en convivencia equilibrada con el sector público. La aportación del autor americano estriba en que vincula de forma estrecha sector público y privado, estableciendo una relación de equilibrio que es lo que optimiza la utilidad pública.

En este ámbito, nos dirigimos ahora a la definición de la Real Academia Española, para quien una empresa es:

empresa.

(Del it. *impresa*).

1. f. Acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo.
2. f. Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.
3. f. Lugar en que se realizan estas actividades.
4. f. Intento o designio de hacer algo.
5. f. Símbolo o figura que alude a lo que se intenta conseguir o denota alguna prenda de la que se hace alarde, acompañada frecuentemente de una palabra o mote.

⁶⁴ Lo que se conoce como la “Condición de Samuelson”: “la relación de producción óptima de bienes y servicios requiere de la aportación pública y privada, de tal forma que, en situación de equilibrio entre ambos tipos de bienes, la sustitución de bienes públicos y privados o viceversa disminuirá la utilidad social”.

~ pública.

- 1) f. La creada y sostenida por un poder público.

Encontramos diferentes significados que, como podemos comprobar, difieren en el marco público privado en el que nos encontramos. Por una parte, en la acepción de empresa hace referencia (excepto el punto quinto) a conceptos ya conocido del término *entrepreneur*, por lo que ambas notas van en consonancia. Varias consideraciones al respecto:

- Cabe destacar que la amplia definición recoge varias de las acepciones históricas antes mencionadas.
- La primera de ellas hace referencia a un hecho actitudinal, como es la propensión a la acción para resolver una tarea compleja con la necesaria aportación por parte de la persona que la lleva a cabo en términos tanto de decisión como de coraje (rasgos del emprendedor).
- En el punto segundo expresa cierta diferenciación de empresas, pero por un lado lo hace atendiendo al sector en el que opera: industrial, o servicios; obviando otros sectores (agricultura), pero entremezclando una forma jurídica (mercantil).
- El punto cuarto se orienta hacia el término más antiguo de empresa, planteado como una vocación o intento de llegar a un objetivo.

Resulta llamativo cómo en la segunda acepción entiende como empresa pública la que está financiada con el erario común, sin referirse a tipologías ni clasificación de ningún tipo.

7.5.1. Tipologías de empresa

Existe una amplísima variedad de tipos de empresa. A continuación vamos a exponer algunas de las más conocidas.

Según el sector de actividad:

- Sector Primario o Extractivo. Son las empresas que trabajan las materias primas naturales: agricultura, ganadería, caza, pesca, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.
- Sector Secundario o Industrial. Se orienta a aquellas empresas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Empresas de conservas, alimentación elaborada, madera, textil, son algunas de ellas. El sector de la construcción solía incluirse en este apartado, pero su importancia reciente ha favorecido que en algunos textos lo podamos ver desagregado en un capítulo aparte.
- Sector Terciario o de Servicios. Considera las empresas que se caracterizan por la puesta en valor del capital humano, bien a través de realizar trabajos físicos o bien intelectuales. Se considera que las sociedades modernas deben tener un amplio predominio de este sector: investigación, transporte, bancos, comercio, educación, restaurantes, hotelería, asesorías son algunos ejemplos.

Según la propiedad del capital. Dependiendo de la propiedad del capital, encontramos:

- Empresa Privada: la propiedad del capital está en manos privadas, bien particulares o empresas.
- Empresa Pública: tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal, y que se financia con fondos públicos.
- Empresa Mixta: tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y particulares, estando sometida a normas que pueden ser públicas o privadas, dependiendo de la actividad y del ámbito en el que operen.

Según el tipo de establecimiento de que se trate⁶⁵:

⁶⁵ Véase www.dgPYME.es.

- Franquicia: sistema de comercialización de productos y/o servicios y/o tecnologías basado en una colaboración estrecha y continua entre empresas independientes (el franquiciador y sus franquiciados individuales).
- Oficina de representación: lugar fijo de negocios, establecido por una empresa no residente, con el objetivo de desarrollar una actividad de publicidad, promoción, suministro de información, realizar investigaciones científicas o análogas, realizar actividades de carácter auxiliar o preparatorio para la empresa. Una oficina de representación podrá llevar a cabo todo lo excluyente de los términos que definen un establecimiento permanente, esto es, todo aquello que no sea la realización directa (parcial o total) de su actividad.
- Sucursal: establecimiento secundario dotado de representación permanente y cierta autonomía de gestión a través del cual se desarrollan, total o parcialmente, las actividades de la sociedad matriz.
- Unión temporal de empresas: sistemas de colaboración entre personas físicas o jurídicas por cierto tiempo, determinado o indeterminado, para el desarrollo de una obra, servicio o suministro.

Según el ámbito geográfico donde se lleva a cabo la actividad. Implica el alcance de la empresa, determinado por la amplitud de los mercados en los que opera. Nada tiene que ver esto con el domicilio fiscal⁶⁶ de la empresa. En este sentido, las empresas se clasifican en:

- Empresas locales: aquellas que operan en los mercados más próximos, esto es, en el municipio o en un área determinada del mismo.
- Empresas provinciales: aquellas que operan en mercados que tienen el ámbito geográfico de una provincia.
- Empresas regionales: aquellas cuyas ventas se amplían a varias provincias o regiones.
- Empresas nacionales: su ámbito de actuación es un país.

⁶⁶ Es el que se toma de referencia a efectos fiscales.

- Empresas multinacionales: cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

Existencia o no de ánimo de lucro. Determinado en los estatutos de la empresa, esta diferenciación hace referencia al destino que la empresa decide otorgar a los beneficios que obtenga:

- Empresas con ánimo de lucro: cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios/accionistas.
- Empresas sin ánimo de lucro: los beneficios se reinvierten en la propia empresa para permitir su crecimiento.

Según la forma jurídica. Es la referida al modelo jurídico que la actividad va a utilizar para operar en el mercado. Son diversos los factores que orientan sobre la forma jurídica más adecuada para cada caso (capital necesario, sector, obligación legal, seguridad requerida, existencia o no de varios emprendedores, etc.). Las formas jurídicas más relevantes son:

Resumen de las formas jurídicas

Tipo de empresa	N.º socios	Capital	Responsabilidad
Empresario Individual	1	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Comunidad de Bienes	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad Civil	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad Colectiva	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Emprendedor de Responsabilidad Limitada	1	No existe mínimo legal	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedades Profesionales	Mínimo 1	Según la forma social que adopte	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Limitada Nueva Empresa	Mínimo 1 - Máximo 5	Mínimo 3.012€ - Máximo 120.202€	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Anónima	Mínimo 1	Mínimo 60.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Limitada de Formación Sucesiva	Mínimo 1	No existe mínimo legal	Limitada al capital aportado en la sociedad

Tipo de empresa	N.º socios	Capital	Responsabilidad
Sociedad Comanditaria Simple	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad Comanditaria por acciones	Mínimo 2	Mínimo 60.000€	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad Cooperativa	Cooperativas 1.º grado: Mínimo 3 - Cooperativas 2.º grado: 2 cooperativas	No existe mínimo legal (en algunas CC. AA. sí existe)	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Anónima Laboral	Mínimo 3	Mínimo 60.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral	Mínimo 3	Mínimo 3.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad de Garantía Recíproca	Mínimo 150 socios partícipes	Mínimo 10.000.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
Entidades de Capital-Riesgo	Al menos 3 miembros en el Consejo de Administración	Sociedades de Capital-Riesgo: Mínimo 1.200.000€ - Fondos de Capital-Riesgo: Mínimo 1.650.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
Agrupación de Interés Económico	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad de Responsabilidad Limitada	Mínimo 1	Mínimo 3.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad

Tabla 16. Resumen de formas jurídicas
Fuente: Dirección General de la PYME

Las formas más habituales en los VE, con empresas de reducida dimensión, sectores basados en el conocimiento y escasa capitalización, deberían ser:

EMPRESARIO INDIVIDUAL

Se trata de una persona física que realiza en nombre propio y por medio de una empresa una actividad comercial, industrial o profesional.

1. No tiene una regulación legal específica y está sometido en su actividad empresarial a las disposiciones generales del Código de Comercio en materia mercantil y a lo dispuesto en el Código Civil en materia de derechos y obligaciones.
2. El control de la empresa corresponde al propietario, que dirige su gestión y no hay distinción entre ambas, ya que la personalidad jurídica de la empresa es la misma que la de su titular (empresario), quien responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa, tanto presentes como futuras. No existe, por tanto, diferenciación entre el patrimonio mercantil utilizado para su actividad y para su patrimonio civil. No precisa proceso previo de constitución ante notario.
3. Los trámites se inician al comienzo de la actividad empresarial. La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad del empresario.

1. Ventajas

1. Es una forma empresarial idónea para el funcionamiento de empresas de muy reducido tamaño que inician su actividad.
2. Es la forma que menos gestiones y trámites exige para la puesta en marcha y realización de su actividad, puesto que no hay que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica.
3. Puede resultar más económica que otras formas jurídicas, dado que no se crea persona jurídica distinta del propio empresario y que buena parte de su justificación fiscal se integra dentro de la tributación personal.

2. Inconvenientes

1. El empresario responde con su patrimonio personal de las deudas generadas en su actividad, tanto presente como futura.
2. El titular de la empresa tiene que hacer frente individualmente a las deudas y a las inversiones, así como a la gestión y administración, con una forma jurídica que puede causar sensación de provisionalidad, tanto en clientes como en proveedores y entidades financieras, reacias a dar crédito a entidades con poca solvencia patrimonial o avales, como suele ser el caso de las nuevas empresas.
3. Si el volumen de ganancia es elevado puede tributar más que con otras formas societarias.

COMUNIDAD DE BIENES

Se trata de un contrato privado entre dos o más personas, mediante el cual se establece que una cosa o derecho pertenece a diferentes personas. No tiene personalidad jurídica propia, siendo responsables de las deudas que contraigan los propios comuneros.

1. Para ejercer la actividad mercantil se requiere un contrato privado donde se señale la naturaleza de las aportaciones y el porcentaje de participación que cada comunero tiene en las pérdidas y ganancias de la comunidad de bienes.
2. No se exige aportación mínima, se pueden aportar sólo bienes, pero no se puede aportar sólo dinero o trabajo.
3. Se necesita escritura pública cuando se aporten bienes inmuebles o derechos reales.

1. Ventajas

1. Es idónea para empresas pequeñas.
2. Requiere pocos trámites y gestiones para realizar la actividad.
3. Puede resultar económica al no presentar gastos de creación de personalidad jurídica.

2. Inconvenientes

- El comunero responde con todos sus bienes de las deudas que se puedan generar en la empresa con el porcentaje de participación que le corresponda.
- Si el volumen de beneficio es elevado puede tributar más que otras formas jurídicas.

SOCIEDAD CIVIL

Se trata de un contrato mediante el cual dos o más personas ponen en común capital, con la intención de repartir las ganancias entre ellos.

- Podrá tener personalidad jurídica propia o no según sus pactos sean públicos o privados.
- El capital está formado por aportaciones que pueden ser en dinero o bienes.

A continuación vamos a tratar algunas características de lo que se conoce como sociedades mercantiles, donde la diferencia principal respecto a las formas jurídicas anteriores es el alcance de la responsabilidad de los socios, limitada, en principio, al volumen del capital aportado en su constitución.

SOCIEDAD LIMITADA

a. Características:

- Tiene carácter mercantil, cualquiera que sea su objeto.
- Tiene personalidad jurídica propia.
- En la denominación tiene que figurar Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Limitada o sus abreviaturas SRL o SL.
- El capital social tiene que estar constituido por las aportaciones de los socios, que no pueden ser inferiores a 3.005,06€.
- Sólo pueden ser objeto de aportación social los bienes y derechos patrimoniales susceptibles de valoración económica, en ningún caso trabajos o servicios.

1) Ventajas

1. Es idónea para las empresas pequeñas que quieran limitar la responsabilidad de sus socios.
2. Dota de mayor formalidad al acto de constitución y a la gestión de la empresa.
3. Mejora la imagen del emprendedor al presentar un modelo de empresa más solvente jurídicamente hablando.

2) Inconvenientes

- Tiene algún gasto de constitución.
- Si el volumen de beneficio es reducido puede tributar más.

SOCIEDAD LIMITADA UNIPERSONAL

Se trata de la sociedad limitada con un solo socio. Se pueden dar dos situaciones:

1. Empresario que quiere limitar su responsabilidad.
2. Sociedad Limitada que se queda con un solo socio.

Los trámites son los mismos que para la Sociedad Limitada.

SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA SLNE

Se trata de una especialidad de la Sociedad Limitada, pero donde el capital social está dividido en participaciones sociales.

1. Ventajas

1. Es idónea para las empresas pequeñas que quieran limitar la responsabilidad de sus socios.
2. Es más sencilla que crear que la SL.

• Tiene ventajas fiscales:

- Aplazamiento sin aportación de garantías de:
- Durante un año, del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP/AJD), por los gastos derivados de la constitución de la sociedad.
- Durante los dos primeros periodos impositivos terminados desde su constitución, del Impuesto de Sociedades (IS).
- IRPF aplazado o fraccionado con garantías o sin garantías de las retenciones o ingresos a cuenta del IRPF que se reporte durante el primer año de su constitución.
- No tendrá obligación de efectuar pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades en los dos primeros periodos de pago.

2. Inconvenientes

- a) Tiene algún gasto de constitución más que el Empresario Individual y la Comunidad de Bienes.
- b) Si el volumen de negocio es reducido puede tributar más.

A continuación nos referiremos a la clasificación que nos permitirá deslindar, sobre la base del concepto de dimensión, el tipo de empresa con el que más operan los VE, que son aquellos de menor dimensión.

7.5.2. Definición de PYME

Tal como hemos visto en el punto anterior, son muy diversas las formas que permiten clasificar a una empresa. Una de las más importantes es, precisamente, la que atiende a su tamaño y dimensión. No nos referimos a la dimensión física, sino a una variedad de características que nos permiten deslindar unas empresas de otras.

Resulta de interés indagar sobre cómo han acometido en otros países la definición de PYME. Así, siguiendo el trabajo realizado por Cardozo, Velasquez de Nayme y Rodríguez Monroy (Cardozo, Velasquez de Nayme y Rodríguez Monroy, 2012), relativo a la identificación del concepto de PYME en Sudamérica, donde los autores concluyen en que no existe una definición de PYME generalmente aceptada, sino que cada país o entidad ha adoptado una fórmula diferente. A partir de este trabajo, se concluye, no obstante, que más que una definición de carácter literario, el formato más recurrente es el de identificar una serie de factores para concentrarlos en torno a un único término, pero que permite su modulación. Así, el estudio comparativo ofrece la siguiente referencia.

Variables que se tienen en cuenta a la hora de definir una PYME

Organismo	Ámbito territorial	Tipo de criterio	Empleo	Ventas	Activos
Banco Mundial	Mundial	Todos los sectores	X	X	X
Organización Mundial de Comercio (OMC)	Mundial	No tiene definición			
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	Mundial	No tiene definición			
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)	Mundial	No tiene definición. Cuando no existe en el país, utiliza la de la Unión Europea			
Asociación Interamericana de Integración (ALADI)	América	No tiene definición			
Tratado de Comercio América del Norte	América del Norte	Por sector	X	X	X

Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA)	América Latina	No tiene definición			
Comunidad Andina de Naciones	Región Andina	No tiene definición			
Corporación Andina de Fomento	Región Andina	No tiene definición			
Caricom	Antillana	No tiene definición			
Asociación de Estados del Caribe (AEC)	Costa Caribeña	No tiene definición			
Mercosur	Sudamérica (4 países)	Por sector y aspectos cualitativos (propiedad y evolución)	X	X	X

Tabla 17. Elementos de referencia para una definición de PYME
Fuente Cardozo (Cardozo et al., 2012)

Con el reconocimiento de la necesidad de apoyar a las PYME como motor del crecimiento económico y por tanto generadoras de una mayor calidad de vida, se han sucedido los trabajos tratando de identificar y definir el concepto de PYME. Es interesante revisar las distintas definiciones con las que se trabaja en el ámbito europeo. El trabajo realizado por el equipo de Sociología de la Universidad de Budapest ([Research Group for Sociology of Organisation and Work Institute of Sociology, 2006](#)) realiza una comparativa entre las distintas definiciones de PYME entre 9 países europeos, en referencia a las definiciones con las que contaban en el ejercicio 2005:

Dimensiones de las PYME según definiciones de diferentes países

País	Tipos por tamaño	Personal total	Cifra de negocios anual	Balance total anual
Bélgica	Mediana	50-249	-	-
	Pequeña	10-49	-	-
	Microempresa	0-9	-	-
Francia	SME	Menos de 250	Menos de 40M€	Menos de 27M€
Alemania	Mediana	50-250	Menos de 50M€	Menos de 43M€
	Pequeña	10-49	Menos de 40M€	Menos de 10M€
	Microempresa	0-9	Menos de 2M€	
Hungría	Mediana	50-249	Menos de 50M€	43M€

País	Tipos por tamaño	Personal total	Cifra de negocios anual	Balance total anual
	Pequeña	10-49	Menos de 10M€	Menos de 10M€
	Microempresa	0-9	Menos de 2M€	
Polonia	Mediana	50-250	Menos de 40M€	Menos de 27M€
	Pequeña	Menos de 50	Menos de 7M€	Menos de 5M€
Eslovaquia	Mediana	50-249	-	-
	Pequeña	10-49	-	-
	Microempresa	0-9	-	-
España	Mediana	50-249	-	-
	Pequeña	10-49	-	-
	Microempresa	0-9 ⁶⁷	-	-
Reino Unido	Mediana	50-250	Menos de 11,2M€	Menos de 5,6M€
	Pequeña	Menos de 50	Menos de 2,6M€	Menos de 1,4M€
Unión Europea	Mediana	49-250	Menos de 50M€	Menos de 43M€
	Pequeña	10-59	Menos de 10M€	Menos de 10M€
	Microempresa	0-9	Menos de 2M€	

Tabla 18. Dimensiones de las PYME según definiciones de diferentes países
Fuente: elaboración propia a partir del Leonardo Project Research Report

Tradicionalmente, los estados miembros de la UE tenían su propia definición de PYME, dándose diferencias notables en cuanto a su acepción. De esta forma, mientras para Alemania una PYME tenía que tener menos de 500 trabajadores, en Bélgica ese límite era de 100. Ha habido una clara intención por parte de la UE de uniformar las distintas legislaciones nacionales en torno al concepto de PYME, a través de la recomendación que entró en vigor el 1 de enero de 2005, con la finalidad de acercar más algunas políticas (investigación, innovación), relajando los límites de las firmas que podían concurrir a los mismos.

Durante el periodo de análisis de este trabajo (2002-2012), han existido dos orientaciones de la UE para la definición de PYME que se ha aplicado en la Comunidad Valenciana. A estos efectos, cuantas normas han tenido como objeto la PYME se han referenciado a la definición validada previamente por la UE:

⁶⁷ Excepto en minería, electricidad, manufacturas y sector de la construcción

Definición de PYME en la UE

Categoría de empresas	Personal	Recomendación de 1996		Recomendación de 2003	
		Volumen de negocio	Balance general	Volumen de negocio	Balance general
Mediana	<250	<=40M€	<=27M€	<=50M€	<=43M€
Pequeña	<50	<=7M€	<=5M€	<=2M€	<=2M€

Ilustración 27. Definición de PYME en la UE

Fuente: www.dgPYME.org

La definición de mayor profusión, por coincidir con nuestro ámbito temporal, ha sido la utilizada por UE recogida en la recomendación 2003/361/CE de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de pequeñas y medianas empresas, DO L 124 de 20-05-2003; en la p. 36 se define como empresa:

“Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular”.

Para sustanciar la definición y acotarla con cifras, la UE añade el Art. 2, que indica que los límites que separarán las PYME de aquellas que no lo son vendrán determinados por las siguientes características:

1. La categoría de microempresas, pequeñas y medianas empresas (PYME) está constituida por las empresas que ocupan menos de 250 personas y cuyo volumen de negocio anual no excede de los 50 millones de euros o cuyo balance general anual no excede de 43 millones de euros.
2. En la categoría de las PYME, se define a una pequeña empresa como una empresa que ocupa a menos de 50 personas y cuyo volumen de negocio anual o cuyo balance general no supera los 10 millones de euros.
3. En las categorías de las PYME, se define microempresa como una empresa que ocupa menos de 10 personas y cuyo volumen de negocios anual o cuyo balance general no supera los 2 millones de euros.
- 4.

Límites a la definición de PYME y micropyme

Categoría de la empresa	Empleados	Volumen de negocio	Balance general
Mediana	< 250	≤ 50 millones de euros	≤ 43 millones de euros
Pequeña	< 50	≤ 10 millones de euros	≤ 10 millones de euros
Microempresa	< 10	≤ 2 millones de euros	≤ 2 millones de euros

Ilustración 28. Límites a la definición de PYME y micropyme

Fuente: UE⁶⁸

El Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana, en su Convocatoria de ayudas a PYME para el desarrollo de planes de asesoramiento personalizado para fomentar y potenciar la iniciación en internacionalización de la PYME española [2013/9159], en su punto tercero indica que “con carácter general, podrán ser beneficiarios de las ayudas las PYME (incluyendo microempresas), según la definición de la Recomendación de la Comisión 2003/361/CE, de 6 de mayo de 2003 (DOCE L 124, 20.05.2003), que tengan su domicilio social y/o centro productivo en el ámbito de actuación de las cámaras de comercio de la Comunidad Valenciana”.

Por su parte, el Decreto Ley 2/2012, de 13 de enero⁶⁹, del Consell, de medidas urgentes de apoyo a la iniciativa empresarial y a los emprendedores, microempresas y pequeñas y medianas empresas (PYME) de la Comunidad Valenciana [2012/380] (DOCV núm. 6692 de 16-01-2012), en su Art. 2 hace referencia al Anexo I del reglamento (CE) 800/2008 de la Comisión Europea para lo que se entiende por PYME, señalando que:

“4. Se considera PYME (pequeña y mediana empresa) la empresa que cumple con los siguientes requisitos, de acuerdo con el anexo I del Reglamento (CE) número 800/2008 de la Comisión Europea:

⁶⁸ Véase http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_es.htm.

⁶⁹ Aunque bordea el ámbito temporal en el que opera este estudio, lo incluimos por considerar de interés tener la referencia completa, al tratarse de un documento, el de medidas urgentes de apoyo a emprendedores, microempresas y PYME, de gran relevancia en el territorio.

- a) Tener menos de 250 trabajadores.
- b) Tener un volumen de negocio anual no superior a 50 millones de euros, o bien un balance general anual que no sea superior a 43 millones de euros.
- c) No participar, en un 25% o más de su capital social o de sus derechos de voto, en otras empresas que no cumplan con los anteriores requisitos.

Dentro de la categoría de PYME se considera pequeña empresa aquella que tiene menos de 50 trabajadores, y un volumen de negocio anual o un balance general anual que no supera los 10 millones de euros. Las PYME que no cumplan estas características tienen la condición de mediana empresa.

Dentro del grupo de pequeñas empresas, se considera una microempresa aquella que tiene menos de 10 trabajadores y un volumen de negocio anual o un balance general anual que no supera los 2 millones de euros.

5. Se considera joven empresa innovadora a aquella pequeña empresa que tenga una antigüedad inferior a seis años y cumpla los siguientes requisitos: que pueda demostrar, mediante una evaluación realizada por un experto externo, en particular sobre la base de un plan de negocios, que desarrollará, en un futuro previsible, productos, servicios o procesos tecnológicamente novedosos o sustancialmente mejorados con respecto al estado tecnológico actual del sector correspondiente y que comporten riesgos tecnológicos o industriales, o que haya realizado unos gastos en investigación, desarrollo e innovación tecnológica que representen al menos el 15% de los gastos totales de la empresa durante los dos ejercicios anteriores, o en el ejercicio anterior cuando se trate de empresas de menos de dos años”.

Por su parte, el Ministerio de Hacienda, según la referencia del Art.108 del Real Decreto Legislativo 4/2004, entiende por empresa de reducida dimensión “aquella cuyo importe neto de cifra de negocios en el período impositivo inmediato anterior sea inferior a 10 millones de euros”. Este límite de facturación ha ido evolucionando a lo largo del tiempo elevándose paulatinamente hasta la cifra comentada, la cual se encuentra en vigor desde el 1 de enero de 2011.

Evolución del límite de facturación para consideración como PYME a efectos de la AEAT

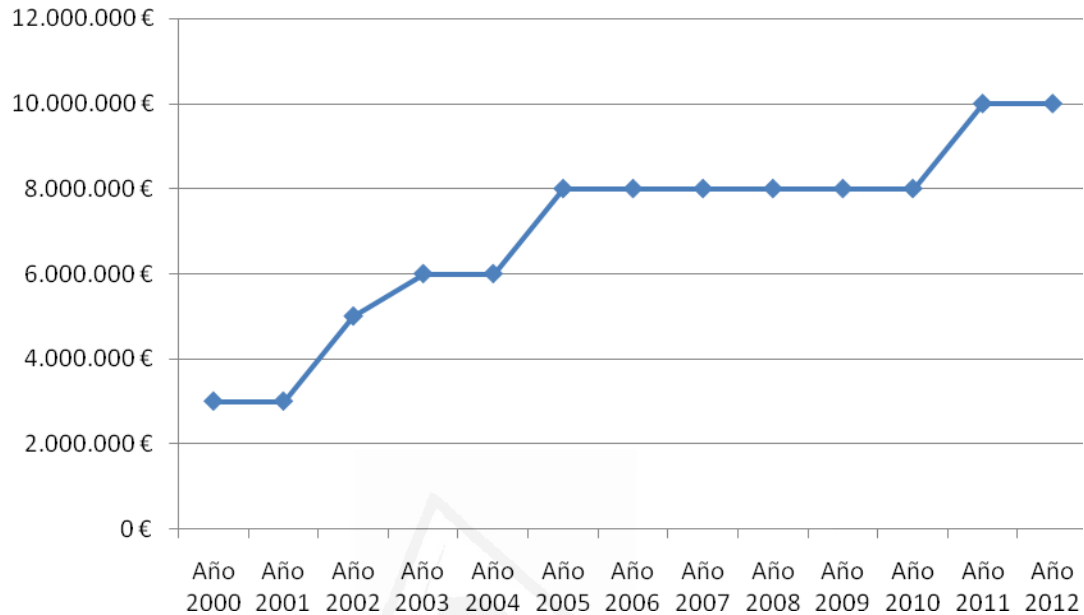


Ilustración 29. Evolución del límite de facturación para consideración como PYME a efectos de la AEAT
Fuente: elaboración propia

Tal como hemos comprobado, cada ámbito tiene su propia definición. Para el caso de referencia, y puesto que nos encontramos trabajando sobre el ámbito de la Comunidad Valenciana y desde el sector público, acogeremos para las definiciones las que vienen establecidas por la UE. En todo caso, cabe indicar que los VE, por sus propias características físicas (espacio, servicios, ubicación), difícilmente podrán acoger a una gran o incluso mediana empresa.

En el siguiente apartado nos referiremos, de manera específica, a todo el elenco de definiciones y conceptos que orbitan alrededor de la figura de los VE.

7.6. Fases para la puesta en marcha de una empresa

La puesta en marcha de una empresa atraviesa por distintas etapas, que dependerán del sector, de la dimensión, del mercado al que se dirigen, etc. Vamos a tratar de configurar un proceso uniforme que recoja la mayor parte de las etapas clásicas que toda empresa debe superar.

1. Identificación de la idea de negocio: en esta fase, los promotores del proyecto creen haber encontrado un proyecto de empresa con posibilidades de ser viable, de tener éxito. En esta fase deberán identificar cuál es su idea de negocio, qué es el producto o servicio que quieren poner en marcha y cuáles van a ser sus características.
2. Estudio de mercado: una de las etapas más importantes en la puesta en marcha de la futura empresa es la del estudio de mercado. Será necesario conocer las características y tamaño del público objetivo al que se va a dirigir la empresa, lo que le permitirá dimensionar el negocio y empezar a hacerse una idea de las cifras con las que se ha de poner en marcha el negocio.
3. Elaboración del plan de empresa: una vez se ha comprobado que la idea de negocio tiene suficiente respaldo en el mercado para salir adelante, es el momento de elaborar el plan de negocio o *business plan*. Este es el documento que debe recoger la estructura y funcionamiento de la empresa, planteará los costes, cifras de negocio que hay que alcanzar para su viabilidad y la composición de su estructura de personal, entre otras cuestiones. Recogerá también las necesidades de financiación de la actividad.
4. Obtención de la financiación: una vez determinadas cuáles serán las necesidades de capital, es el momento de buscar la financiación. En un país como España, extraordinariamente bancarizado, la visita a las entidades de crédito parece un trámite obligado, pero, como hemos comentado en otros apartados, están surgiendo cada vez con más fuerza vías de financiación alternativa para pequeñas empresas como es el *crowdfunding* o los *Business Angels*.

5. Elección de la forma jurídica: una vez se ha determinado con claridad la actividad y volúmenes económicos con los que se va a mover la empresa, es el momento de elegir la forma jurídica que soportará la actividad empresarial. Los emprendedores deberán hacer básicamente una elección por la forma jurídica de responsabilidad limitada (societarias, normalmente, una SL) o bien por aquella en la que la responsabilidad recae en el patrimonio y bienes del actor: a cambio de asumir esta carga, el promotor se encuentra con unas menores cargas administrativas que en el caso de las sociedades mercantiles.
6. Legalización y puesta en marcha: una vez constituida la empresa y presentada la documentación correspondiente (especialmente ante Hacienda y con la Seguridad Social), es posible iniciar la actividad, primeros pasos que se habrán de dirigir hacia la captación de clientes y la obtención de las primeras ventas.

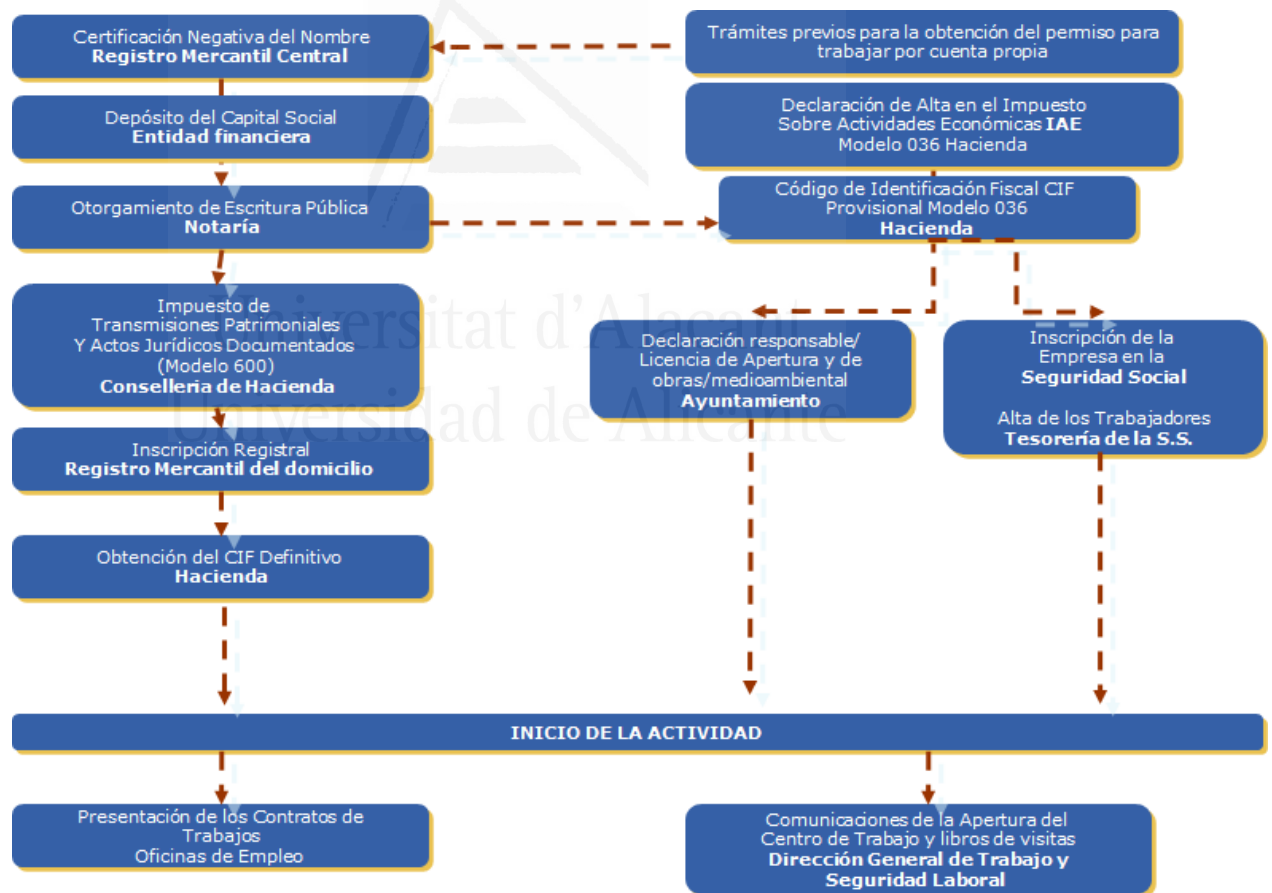


Ilustración 30. Fases para la constitución de una empresa
Fuente: elaboración propia

Todos los pasos anteriores se simplifican al poder disponer los emprendedores de los llamados 'Puntos PAE'⁷⁰ (Puntos de Atención al Emprendedor), donde en 48 horas se puede constituir una empresa mercantil y directamente, si se es un autónomo, salir con la documentación necesaria para poder ejercer la actividad empresarial o profesional desde ese mismo momento. Esta tramitación incluye todo lo relativo a la regularización documental con la Hacienda Pública y la Seguridad Social.

7.6.1. El papel de los viveros de empresas en la producción de innovación

Diferentes autores han estudiado el concepto de la expansión de la innovación a partir de la creación de empresas, generalmente referido a un país, aunque en la actualidad se ha extendido a una región e incluso a sectores y territorios más pequeños (Belso Martínez, 2002; Conselleria de Innovación y Competitividad, 2001; Díaz *et al.*, 2005; R. Méndez, 2006). También han sido muchos los países y organizaciones supranacionales como la Unión Europea o la OCDE las que se han posicionado respecto al correcto enfoque de sistemas de innovación (en lo local, nacional e internacional) como marco de base para la formulación de políticas (Al-Mubarak y Busler, 2013; Audretsch, 1995; Dilts y Hackett, 2004). En el caso de las entidades regionales y locales, este análisis se motiva por la necesidad de determinar la sensibilidad del municipio ante esta ola de necesidad de promover la innovación y en la que los territorios compiten unos con los otros, tratando de captar proyectos e inversión en torno a los nuevos yacimientos de creación de valor y empleo. Y para esta parte del sector público, los VE pueden resultar muy valiosos para generar innovación y posicionar sus territorios.

En todos los casos se pone de manifiesto una serie de ítems pertinentes sobre la importancia de la innovación y su conexión con los VE:

⁷⁰ Para más información sobre los puntos PAE se puede acudir a su página web en <http://portal.circe.es/es-ES/pait/Paginas/QueesunPAIT.aspx>.

a) El recurso más importante que debe presidir el núcleo de las actuaciones que persigan favorecer la acción innovadora es el conocimiento (Al-Mubarak y Busler, 2011; Coll Serrano y Cuñat Giménez, 2006; Rodríguez, 2010; Stephens y Onofrei, 2012), de modo que, consecuentemente, la formación es un elemento crucial (de individuos, organizaciones y regiones). Las entidades públicas regionales y locales deben ser capaces de identificar dónde está dicho conocimiento y poner en marcha iniciativas que vinculen la puesta en marcha de empresas y el conocimiento (Cerdán Chiscano, 2010). En este sentido, los viveros pueden ser catalizadores de este conocimiento.

b) Esta forma de transmisión de conocimiento requiere de elementos que favorezcan el aprendizaje real por parte de los emprendedores (*learning by doing, by using y by interacting*), lo que implica la necesidad de disponer de sistemas coordinados de formación y aprendizaje (Araujo de la Mata, Barrutia Guenaga y Retolaza Avalos, 2008; Pablo Martí, 2000), lo que se materializa en una conexión idónea entre personal capacitado, centros de formación y empresas. Aquí entran en juego todas las estrategias adoptadas por los VE para favorecer la contratación de personal cualificado, pero con escasa experiencia laboral por parte de las empresas alojadas en los viveros.

c) Se identifican tres factores y actores determinantes del sistema de innovación: los agentes económicos (empresas), las organizaciones (públicas y privadas) y las instituciones (reglas de juego del sistema) (Belso Martínez, 2002; Madoery, 2001). En el caso de la Comunidad Valenciana nos encontramos con una confluencia de empresas y entidades en torno a la innovación muy interesante, ya que, en ocasiones, ha dado buenos resultados (véase la interacción entre los centros de investigación especializados del IMPIVA –ahora IVACE– y las empresas).

d) En el centro del aprendizaje se encuentra el proceso de innovación (Guitán, 2005). Este concepto de innovación ha de entenderse en un sentido amplio, esto es, no sólo hablamos de empresas del sector de la informática o la biotecnología, sino de aquellas en las que se trabaja con métodos novedosos en lo que tiene que ver con su organización, estrategias, conceptos o, también, innovación social (Al-Mubarak y Busler, 2011; Miller y Bound, 2011). Este centro de aprendizaje se ha pretendido históricamente que se articulara en torno a

infraestructuras de referencia (un VE, un parque tecnológico, un instituto tecnológico), al que se ha pretendido convertir en un icono de la innovación en la región o en la localidad.

En definitiva, podemos apreciar que la innovación y las incubadoras de empresas se encuentran íntimamente relacionadas. En el caso de los VE porque, como veremos, muchos de ellos tienen como objetivo favorecer la diversificación del tejido empresarial local utilizando entre otros elementos la innovación como factor diferencial. Por otro lado, la innovación surgida de cualquier origen (centro de innovación, universidad) necesita espacios permeables que permitan su aplicación empresarial favoreciendo la interrelación del concepto de ciencia (teórica) e innovación (ciencia aplicada a la empresa).

7.7. Concepto de start-up

A lo largo de la bibliografía analizada, nos hemos referido en ocasiones al concepto de *start-up*, que en ocasiones se vincula a la idea de incubadora de empresas.

Una *start-up* se define como una empresa de nueva creación que presenta unas grandes posibilidades de crecimiento y que por lo general se articula a partir de un modelo de negocio escalable. En este ámbito se suelen referir a empresas del sector tecnológico o cualquiera de las variables 'bio' (biomedicina, biotecnología, etc.) que suelen ser capaces de generar importantes crecimientos en un escaso periodo de tiempo. Precisamente por esta capacidad de crecimiento suelen necesitar importantes aportaciones de capital en su fase de crecimiento que les permitan desarrollar sus proyectos en un corto periodo de tiempo, de modo que se evite la obsolescencia de sus productos o la entrada en el mercado de competidores.

A diferencia de otras empresas de sectores como la industria, las necesidades de inversión iniciales son menores puesto que la socialización de la tecnología ha puesto al alcance de muchos emprendedores recursos a muy bajo o nulo precio que les permiten arrancar con las primeras fases de su negocio sin necesidad de hacer importantes desembolsos.

En las *start-up* su capitalización no suele generarse a partir de la tradicional financiación bancaria, sino que se consigue a través de canales no habituales. En general los bancos son adversos a este tipo de iniciativas ya que no se soportan sobre activos (las ideas, el conocimiento)

que se puedan materializar en liquidez (como sí ocurre con las garantías hipotecarias) en caso de que la empresa no evolucione como era de esperar. Estas líneas de financiación alternativas son:

1. Los denominados *friends, family and fools* que constituyen el entorno de los emprendedores y a los que le piden ayuda económica para conseguir arrancar su proyecto en las fases iniciales. La aportación de este colectivo se realiza muchas veces por cuestiones puramente sentimentales y por la confianza que despierta la persona, vinculada afectivamente.
2. *Crowdfunding*: bajo diversas modalidades, consiste en la microfinanciación a través de pequeñas aportaciones que realizan los particulares a una idea de negocio. La contraprestación puede ser económica, pero en ocasiones también puede ser un compromiso para el futuro por el que el aportante termina recibiendo uno de los productos que genera la empresa.
3. *Business Angels* que aportan capital en alguna de las fases de la empresa, pero con una clara orientación a salir del accionariado de la empresa en un plazo de tiempo predeterminado.
4. Capital-Riesgo: se orientan normalmente a fases de alto crecimiento de las empresas y para entrar en las mismas se realiza un exhaustivo estudio de su negocio, del mercado potencial.

Debido al alto riesgo de sus modelos de negocio, la gran mayoría de *start-ups* mueren en etapas prematuras de su desarrollo. El estudio publicado en septiembre de 2012 por Shikhar Ghosh (Ghosh, 2012) y recogido en el *Wall Street Journal* afirmaba que tres de cada cuatro *start-ups* financiadas por Venture Capital no consiguen devolver el dinero prestado. Otro dato muy interesante recogido por este mismo autor analizaba la consecución de objetivos, esto es, evaluar si las empresas habían llegado al cumplimiento estimado de su cifra de negocios. Pues bien, el 95% de ellas no lo conseguía o, lo que es lo mismo, sólo el 5% de las empresas que

pretendían generar economías de escala muy superiores a la media conseguían satisfacer a sus *stakeholders*⁷¹.

7.7.1. Fases para la puesta en marcha de una *start-up*

Las fases de las que consta la puesta en marcha de una *start-up* no concitan la unanimidad de los analistas de este tipo de empresas. Hay discrepancias tanto en la delimitación de las fases como en el contenido de las mismas. A continuación se presenta una propuesta que pretende facilitar un esquema de lo que sería un proceso normal de puesta en marcha.

Seed Stage

Hace referencia a la primera etapa, en la que se diseña y se plantea el concepto que habrá de ser desarrollado en una idea de negocio. El equipo promotor realiza un borrador de lo que quiere que sea la empresa por lo que el *business plan* se realiza a partir de una idea de negocio proyectada sobre un mercado potencial que no se encuentra totalmente definido y no existe un prototipo que se pueda mostrar al mercado.

En esta etapa, los gastos iniciales de la empresa no exigen grandes cantidades de financiación ya que está financiando básicamente el coste del equipo promotor y algunos gastos básicos. La financiación en esta etapa se soporta con las aportaciones de los propios promotores fundadores y de familiares y amigos.

Early Stage

En esta etapa ya se puede considerar que hay un producto en el mercado y que las primeras ventas han generado una masa crítica de clientes que permiten examinar el resultado del producto y obtener información sobre el mercado potencial.

⁷¹ Personas que pueden verse afectadas por la evolución de un proyecto o empresa. Hace referencia a clientes, proveedores, accionistas, directivos, etc.

Se empiezan a generar las primeras ventas y el equipo de promotores generalmente ya necesita incorporar nuevos trabajadores. Llegados a este punto, las empresas se plantean un nuevo impulso, que suele venir de la mano de *Business Angels* o de fondos inversores expertos en procesos de expansión.

Growth Stage

La firma ya está consolidada en el sector y es necesario un incremento de las ventas sobre una cuenta de resultados que se encuentra estabilizada, lo que comporta una nueva aportación de fondos que permita adquirir una mayor dimensión. Los productos y servicios siguen mejorándose y haciéndose más competitivos.

Expansion stage

Llega un momento en el que la empresa debe dar el salto, expandirse a otros mercados y segmentos, produciéndose una adaptación de estructura y de concepto mucho más compleja que en las fases anteriores.

Aquí el apoyo de financiación externa es fundamental, ya que es un momento crítico por la apuesta que hace la empresa para conseguir volumen. Es el momento del *Venture capital*, que adquiere aquí un papel muy importante para financiar operaciones de cierta envergadura.

Exit

Tras superar todo este proceso, llega el momento de plantearse la venta de la empresa a una firma que quiera adquirirla. No sólo se encuentra la opción de la adquisición por parte de otra compañía que vea en ella una oportunidad para crecer o mejorar su producto o servicio, sino también la entrada a cotizar en bolsa.

7.8. Incubadoras de empresas: antecedentes en la literatura

La actividad investigadora en torno a los VE ha sido poco prolija a lo largo del tiempo, si la comparamos con otras áreas de investigación. A pesar de que las incubadoras son un servicio que existe desde hace muchas décadas, parece como si los autores especializados se hubieran

reservado para sí los resultados de sus investigaciones. Sin embargo, cuando nos centramos en el impacto de los VE, la revisión de la literatura existente es aún más exigua que la anterior. De esta forma, los especialistas (L. L. Gómez, 2008) manifestaban que en lo que corresponde a estudios del impacto de estos instrumentos sólo se habían identificado seis estudios de esta naturaleza, principalmente de Estados Unidos y Canadá. Además de los anteriores, y con posterioridad, hemos sido capaces de identificar algunos más, en Europa y España, siendo el análisis de estos documentos la función que dentro del trabajo de esta tesis tiene el presente capítulo.

7.8.1. El concepto de incubadora

Del estudio de la documentación de referencia, podemos apuntar que el concepto de incubadora de empresas no encuentra una única definición a lo largo del tiempo y mucho menos desvinculada del territorio ni del momento económico en el que se han desarrollado. De los documentos analizados para la elaboración de este trabajo de tesis doctoral, se puede colegir que el denominador común sobre la idea de incubadora de empresas es que se trata de un espacio compartido de oficinas que ofrece a sus inquilinos servicios de valor estratégico para ellas, así como un seguimiento y asesoramiento empresarial. A través de este sistema de asesoramiento se puede ayudar a las empresas facilitándoles contactos que mejoren sus posibilidades de éxito, al tiempo que minimizan los costes de una hipotética caída de la empresa. A estos factores hay que añadir un concepto ampliamente tratado a lo largo de la literatura y es el hecho de considerar el vivero en su totalidad, no sólo evaluarlo como un edificio de oficinas donde se comparten espacios e instalaciones comunes. El concepto de vivero (y en esto el autor de esta tesis coincide plenamente), es mucho más un conjunto de servicios sobre un espacio físico que la propia naturaleza inmobiliaria. La verdadera caracterización de los viveros estriba en la oferta y calidad de sus servicios, en las redes de contactos que se generen, en el valor añadido que se aporta a las empresas a través de la formación y la información que se les facilita. Es más, para algunos autores un VE es un espacio donde quienes inician un negocio “vencen la soledad” (L. L. Gómez, 2008), al poder relacionarse con otras empresas y emprendedores en su

misma situación. La capacidad para inducir servicios es el principal valor de los gestores de los viveros, que han de procurar que las empresas alojadas salgan en poco tiempo del vivero.

7.8.2. Origen histórico de la incubadora y los procesos de incubación de empresas

Los programas de incubadoras de empresas sirvieron para diversificar la economía y para ofrecer una solución a algunas infraestructuras empresariales que habían quedado obsoletas. La primera referencia sobre incubadoras de empresas se localiza en el centro Batavia Industrial en 1959 en la ciudad de Batavia, Nueva York (Lewis, 2002). Una antigua fábrica industrial de 260.000 m² quedó vacante después de que una gran empresa abandonara el local (Adkins, 2001). Incapaz de encontrar un inquilino que pudiera arrendar la totalidad de la instalación, el propietario optó por subarrendar particiones subdivididas del edificio a varios arrendatarios, algunos de los cuales buscaban también asesoramiento empresarial y ayuda para conseguir financiación. Acababa de nacer la primera incubadora de empresas.

En los años 60 y 70 los programas de incubadoras de empresas se fueron ampliando paulatinamente a partir de iniciativas públicas que pretendían dar respuesta a la necesidad de una revitalización urbana y empresarial. Un elemento importante en esta época fue el liderazgo ejercido por la University City Science Center (UCSC), que encabezó el proceso de investigación en torno a las incubadoras de empresas. En particular, a partir de 1970 el interés en el análisis de las incubadoras y de las empresas incubadas fue canalizado a través de la National Science Foundation's Innovation Centers Programs (Dilts y Hackett, 2004), por una decidida apuesta de esta entidad para canalizar la información sobre mejores prácticas en el ámbito de la creación de empresas a través de las incubadoras con una clara vocación para introducir la innovación en el territorio (Scherer y McDonald, 1988). A esto se unió el aumento de los beneficios derivado de la comercialización de productos biomédicos, que incentivó el crecimiento de empresas del sector que demandaban un entorno específico para su puesta en marcha. En esta situación, surgieron diversas guías de incubadoras de empresas, así como un número cada vez mayor de estudios y artículos provenientes tanto del mundo académico como de fuera de este. Muchos de estos trabajos se enfocaban a identificar las características del territorio y el marco normativo que operaba en el mismo, para *a posteriori* reseñar los esfuerzos que se estaban haciendo para

impulsar la creación de incubadoras de empresas como herramienta que facilitaba esta implantación de empresas innovadoras.

En los años 80 y 90 el incremento en la producción de estudios sobre las incubadoras de empresas creció significativamente. Esto se debió a que a comienzos de los años 80 se empezó a reducir la incertidumbre en torno a la comercialización de algunos productos y servicios innovadores impulsados con fondos públicos que era necesario introducir en el mundo empresarial. Esto favoreció que en Estados Unidos se reconociera la importancia de proteger la ciencia para que se convirtiera en innovación, por lo que se reforzaron las garantías legales para las patentes y los derechos de propiedad intelectual, y de la aportación de la propiedad intelectual a la mejora de la competitividad de las empresas y su impacto en el territorio. Es este periodo cuando surge una mayor intensidad en cuanto al estudio de las incubadoras de empresas, que terminan por converger formando la National Business Incubator Association (NBIA) en 1985.

La mayor parte de estos estudios tenía un carácter declarativo, y se dedicaba a tratar de explicar en qué consistía una incubadora de empresas y qué servicios serían necesarios para la puesta en marcha de una incubadora. El estudio de Temali y Campbell (Temali y Campbell, 1984), un trabajo de campo realizado sobre 55 incubadoras de empresas, fue el primer intento académico de dar respuesta de manera científica a estas preguntas, describiendo con detalle el funcionamiento de los VE en Estados Unidos. De manera metódica, analizaba la estructura de los viveros, su funcionamiento, su forma de gestión y los servicios que prestaba. Aunque este análisis no evaluaba ninguna hipótesis ni trataba de proponer ninguna teoría al respecto, la riqueza de detalles que aportaba sirvió de referencia para muchas incubadoras que se pusieron en marcha a partir de ese momento.

A finales de los 90, animados por la idea, que posteriormente se convertiría en un auténtico caos, de un mercado de capitales que apostaba ciegamente por las '.com' así como por la creciente demanda de las incubadoras de empresas para dar cabida a un número cada vez mayor de este tipo de empresas, los medios de comunicación popularizaron este tipo de servicios, haciendo creer que cualquier empresa tecnológica que se ubicara en ellas tenía la posibilidad de contar con los servicios necesarios para crecer de manera exponencial y, con ello, sus beneficios. Esta idea sobre las incubadoras de empresas fue abandonada tan pronto como

se produjo el colapso de la burbuja en la bolsa americana y, con ella, la pérdida de valor de las empresas '.com' del parque de Nueva York. Sin embargo, parece que aquella degradación de la utilidad de los VE no fue absoluta, aunque sí que fueron objeto de crítica las incubadoras de empresas privadas, un segmento relativamente pequeño del total, que contribuyeron precisamente por su ánimo de lucro a aumentar la burbuja de las tecnológicas. El resto de VE siguieron su actividad, aunque estrechamente vigiladas por los periodistas especializados.

Desde la puesta en marcha de la primera incubadora de empresas, la mayoría de estos espacios empresariales han sido identificados como medios para la creación de puestos de trabajo, una revitalización urbana y como fuentes para comercializar las innovaciones surgidas de muchas universidades, o también como espacios donde alojar proyectos con una gran capacidad de crecimiento (Scherer y McDonald, 1988; Temali y Campbell, 1984).

El hecho de que la mayor parte de las incubadoras estuvieran financiadas con fondos públicos es una cuestión pertinente. A pesar de que las asociaciones empresariales presionaban para que las incubadoras fueran gestionadas por empresas con la finalidad de que fueran autosuficientes, la orientación hacia la consecución de beneficios no consiguió su objetivo en la mayoría de las incubadoras públicas (Bears, 1998). En realidad, tal como indica Bears, la dependencia financiera obligaba a las incubadoras a operar en un entorno en el que tenían que estar demostrando constantemente el éxito tanto de su propia gestión como de la calidad y cantidad de las empresas incubadas, para justificar el mantenimiento de las subvenciones con fondos públicos. Sin embargo, esta necesidad de tener que demostrar continuamente buenos resultados podía tener como consecuencia una infravaloración de los fracasos y una sobrevaloración de los éxitos. Este será un factor que habremos de tener en cuenta a lo largo de nuestro propio estudio.

7.8.3. Definición de incubadora de empresas y del proceso de incubación

No hay una definición uniforme comúnmente aceptada sobre qué es una incubadora de empresas o un proceso de incubación de empresas. Podemos encontrar cerca de tres docenas de definiciones disponibles en la literatura al respecto y otras tantas adoptadas por las asociaciones y entidades que han propuesto estas políticas en diferentes países, reflejando la

propia cultura local y el enfoque de cada una de sus actividades (Bruneel, Ratinho, Clarysse y Groen, 2012). Es importante entender que es imposible tener una única definición de este concepto debido a varias razones:

- El estudio sobre el proceso de incubación de empresas se encuentra en constante evolución. Podemos distinguir al menos 3 etapas en este análisis.
- Diferentes países, diferentes economías y diferentes sociedades entienden este concepto de forma diferente.
- Hay poca claridad conceptual desde las diferencias que existen entre una incubadora de empresas, un VE y un centro de empresas innovadoras, produciéndose un intercambio de conceptos entre quienes utilizan estos servicios y el mundo académico, que no termina de estabilizarse.

El concepto puede variar de muchas maneras, también dependiendo del punto de vista, la tipología, los objetivos y las expectativas que se creen en torno a este fenómeno. Las incubadoras pueden ser con ánimo de lucro, sin ánimo de lucro, públicas, privadas, etc.

7.8.4. Evolución del concepto de incubación

De conformidad con distintos autores podemos encontrar hasta tres etapas en el proceso de desarrollo de las incubadoras de empresas:

- 1) Incubadoras de empresas que proveen espacio físico para establecerse.
- 2) Incubadoras de empresas que suministran servicios de apoyo a negocios.
- 3) Incubadoras de empresas listadas desde el punto de vista de creación de una red de contactos.

En el cuadro siguiente se aprecia un resumen de las características de cada una de las etapas anteriormente reseñadas:

Resumen de la evolución de las propuestas de valor de las incubadoras de empresas

Nombre del periodo	Primera generación	Segunda generación	Tercera generación
Valor añadido para las empresas alojadas	Infraestructura: economías de escala	Apoyo a las empresas: aceleración de la curva de aprendizaje	Creación de redes: facilitando acceso a recursos externos y a conocimiento
Oferta	Oficinas y recursos compartidos	<i>Coaching</i> y formación específica	Acceso a tecnología, profesionales y redes de financiación
Fundamentos que las soportan	Economías de escala	Aceleración de la curva de aprendizaje	Acceso a recursos externos, conocimiento y contactos
Periodo	1950 -1985	+1985 – 1995	+1995 – 2000s

Tabla 19. Resumen de la evolución de las propuestas de valor de las incubadoras de empresas

Fuente: Bruneel, Ratinho, Clarysse y Groen (Bruneel, Ratinho, Clarysse y Groen, 2012), NBIA (NBIA, 2012) y Lalkaka (Lalkaka, 2000)

a) El concepto de incubadora de empresas para la primera generación

La primera generación de incubadoras de empresas ofrecía espacios y recursos compartidos (Lalkaka y Bishop, 1996). El proveer un espacio físico donde alojarse era el elemento fundamental para una incubadora de empresas y este elemento fue identificado por los beneficiarios como una de las principales ventajas de las incubadoras de empresas. Algunos autores han conseguido desarrollar dos tipos de definiciones durante este periodo:

El propósito general de la incubadora de empresas es incrementar las oportunidades para las empresas de sobrevivir durante sus años de inicio, por lo que la incubadora de empresas facilita y maximiza el potencial de crecimiento de las empresas (Allen y Rahman, 1985).

Una incubadora de empresas se define como un proveedor de espacios a bajo coste para nuevas y pequeñas empresas, compartiendo zonas comunes y servicios logísticos, facilitando la gestión de la empresa y recursos financieros (Allen, 1988).

b) Una aproximación al concepto de incubadora de segunda generación

La segunda generación de incubadoras de empresas tuvo su momento álgido cuando los viveros se convirtieron en herramientas de desarrollo económico para promover la creación de compañías intensivas caracterizadas por el uso intensivo de tecnología (Lewis, 2002). Había una

necesidad, no sólo de proveer de espacios en oficinas y recursos compartidos, sino también de ofrecer servicios adicionales a los negocios (formación, *coaching*, asesoramiento y otra serie de servicios basados en el conocimiento). Durante ese periodo la mayoría de definiciones hicieron hincapié en los servicios que respaldaran y potenciaron el uso de la tecnología. La mayor parte de los VE puestos en marcha durante esta época fueron iniciados por la NBIA y la UKBI británica.

Una definición clásica de los viveros de este periodo sería “una incubadora de empresas ayuda a las empresas ofreciendo servicios todo en uno y facilitándoles recursos para lucir sus costes compartidos. Las incubadoras de empresas aumentan significativamente la capacidad de crecimiento y las tasas de supervivencia de las empresas” (Bearse, 1998).

Veamos a continuación algunas definiciones dadas por autores que, aplicando distintos puntos de vista, entendían los VE de manera diferenciada.

H. Sherman y Chappell (H. Sherman y Chappell, 1998) definen una incubadora de empresas como una herramienta primaria de desarrollo diseñada para ayudar a crear nuevos negocios en determinado entorno. Las incubadoras de empresas ayudan a negocios prestando servicios de apoyo, tales como asistencia al desarrollo de negocios y planes de *marketing*, entrenamiento de equipos, captación de capital y acceso a una amplia gama de servicios especializados. También favorecen un alojamiento flexible, equipos compartidos y servicios administrativos.

Chinsonboon (Chinsonboon, 2000) realiza una interesante aportación con su definición de incubadora de empresas en la nueva economía. Para ello utiliza como base la definición dada por el Merriam-Webster's WWWebster online dictionary's sobre el concepto, diríamos originario, de incubadora: “a) aparato por los que los huevos son calentados artificialmente. b) Un aparato con una cámara que se utiliza para suministrar condiciones ambientales favorables especialmente para cultivo de microorganismos o el cuidado de niños prematuros o enfermos”.

Chinsomboon utilizar esta definición y la sintetiza en otra nueva, adaptada al lenguaje de los negocios, aportando una nueva definición de incubadora de empresas: así la define como “un espacio que provee un entorno controlado que protege y anima el crecimiento de nuevas empresas en sus edades tempranas”. Además, introduce factores exógenos como son el entorno y resalta la importancia de las tecnologías de la información e internet como parte habitual del

entorno empresarial. En este sentido, el autor apunta el término de “entorno controlado” que, según él, debería entenderse tanto en un sentido físico (espacio para oficinas, recursos compartidos) como virtual (redes corporativas, comunicaciones).

Por su parte, Duff (Duff, 1993) interpreta que una incubadora de empresas en este periodo se corresponde con una organización que ofrece una amplia gama de servicios a empresas en desarrollo. Y ese espacio físico es un entorno flexible donde las empresas incubadas encuentran cubierta buena parte de sus necesidades. El paquete de servicios ofrecidos por la incubadora de empresas está diseñado para impulsar al éxito y al crecimiento, en términos superiores a la media, a las empresas, de modo que estas aumenten su impacto en el desarrollo económico de su entorno.

c) Definiciones de negocio de incubación e incubadora de empresas de tercera generación

De las definiciones anteriores se puede apreciar claramente que hay un fuerte énfasis en resaltar los servicios que la incubadora de empresas debe prestar a sus usuarios. Por su parte, las incubadoras de tercera generación incorporan una nueva variable como es la necesidad de generar redes de *networking*. En ese momento también aparece un nuevo concepto, que adquiere diferentes nombres: “incubadora virtual” o “incubadora *on-line*”, desligando la idea que se tenía en la primera y segunda etapa de un espacio físico, pasando a un entorno virtual. A continuación se mencionan algunas definiciones de este tercer periodo:

Sebastian Ion (Sebastian Ion, 2015) define las incubadoras de empresas como espacios vinculados a clústeres de empresas que trabajan en alta tecnología y cuyo papel es aglutinar recursos para proveer herramientas, proporcionar ayuda práctica y contactos sectoriales que faciliten un rápido crecimiento de las empresas. A veces estos clústeres también colaboran a la hora de obtener financiación para las etapas de lanzamiento de las empresas.

M. González y Lucea (M. González y Lucea, 2001) interpretan la idea de incubadora de empresas como un entorno controlado (físico o virtual) que cuida y ayuda a nuevas empresas en etapas tempranas hasta que son capaces de mantenerse por sí mismas a través de sus propias gestiones. En este caso el énfasis se produce en el concepto de entorno, que se considera crítico para promover el desarrollo y la incorporación de la innovación a sus sistemas productivos, y de

gestión, como forma de apoyo que requieren estas empresas hasta que son capaces de mantenerse por sí mismas.

Costa-David, Malan y Lalkaka (Costa-David, Malan y Lalkaka, 2002) definen la incubadora de empresas como una herramienta de desarrollo económico diseñada para acelerar el crecimiento y el éxito de emprendedores a través de la prestación de una amplia variedad de servicios a los nuevos negocios. Como elementos clave de esta definición se consideran la prestación del servicio de asesoramiento *in situ*, la colaboración en el *marketing* y recursos de gestión, la calidad del espacio físico, la compartición de servicios tecnológicos, etc. Un aspecto importante en esta definición es la ayuda para conseguir financiación que asegure el crecimiento de la empresa.

Sin embargo, de acuerdo con la definición de la Comisión Europea (Comisión Europea, 2002a), el término incubadora de empresas es el término genérico utilizado para describir a una amplia variedad de organizaciones que de una manera u otra ayudan a emprender y a desarrollar la propia idea de negocio. Abarca desde las etapas más primarias llegando hasta la ayuda a la comercialización del lanzamiento de la nueva empresa. Para esta entidad, por tanto, una incubadora de empresas es una organización que acelera y sistematiza los procesos de ayuda para crear empresas de éxito facilitándoles una amplia variedad de ayudas y soporte que incluyen desde alojamiento, ayuda a la gestión del negocio, contactos con otras empresas del sector y oportunidades derivadas de su acción de *networking*.

Dilts y Hackett (Dilts y Hackett, 2004) indican que una incubadora de empresas es un espacio de oficinas compartido que busca suministrar una serie de activos estratégicos, que unidos a una monitorización de los nuevos negocios tendrán como objetivo facilitar el éxito del desarrollo de nuevas empresas a la vez que limitan los factores que podrían abocarles al cierre. Es importante considerar la incubadora en su conjunto, tanto por sus usuarios individuales como por la red que se crea con el conjunto de todos ellos.

Aernoudt (Aernoudt, 2004) interpreta que la incubación de empresas debería ser considerada como un proceso interactivo y dinámico para favorecer empresas con el propósito de estimular a la gente a poner en marcha su propia actividad y dando soporte sobre todo a las empresas que desarrollan su actividad en el área de la innovación. Una incubadora de empresas, según el autor, y el doctorando coincide plenamente, no solo es un espacio de oficinas con

mobiliario. Debe ofrecer servicios de asesoramiento, búsqueda de financiación, servicios jurídicos, asistencia para las operaciones corrientes, así como facilitar el acceso a nuevos mercados y clientes, pudiendo ser todo esto ejecutado a través de servicios bien físicos o bien virtuales.

Hamdani (Hamdani, 2006) identifica el proceso de incubación de empresas como un proceso innovador que abarca a organizaciones que pretenden ayudar a otras en su proceso de creación, sobre todo aquellas que son innovadoras, poniéndose a su disposición recursos que son únicamente aptos para medianas y grandes empresas. Las incubadoras protegen a las nuevas empresas durante su periodo formativo y de creación, cuando son más vulnerables, ayudándoles a sobrevivir y a convertirse en empresas comercialmente viables.

Steyn, P. D. y Du Toit (Steyn, P. D. y Du Toit, 2007) recogen la definición dada por Lepeak (Lepeak, 2000), que define la incubadora de empresas como un servicio organizado (individual o virtual) que suministra un amplio abanico de servicios para diseñar, desarrollar y favorecer las operaciones de *ebusiness* ofreciendo servicios de postincubación. Algunos de los servicios ofrecidos incluyen asesoramiento legal, captación de inversión, diseño de servicios y productos, estructuración y organización de la empresa y asesoramiento en operaciones. El objetivo último es ayudar a construir una entidad y un equipo humano que pueda captar rápidamente la idea de negocio (en apenas unas semanas) y desarrollarla para conseguir un negocio incipiente.

La National Business Incubation Association (Bergek y Norman, 2008), una de las entidades más veteranas del sector de la incubación de empresas, entiende que este proceso que acelera y mejora las posiciones de éxito de las *start-ups* es la verdadera razón de una incubadora de empresas y, para ello, ha de hacer uso de todas las herramientas a su alcance, con una amplia profusión del trabajo para favorecer la creación de redes de contactos para sus usuarios. Estos servicios son prestados de manera directa tanto por la incubadora de empresas como por su red de contactos. El objetivo principal de una incubadora de empresas es crear empresas de éxito que abandonen su programa cuando estén en vías de consolidación y sean financiera y comercialmente viables. Estas empresas egresadas tienen el potencial de crear puestos de trabajo, revitalizar barrios, comercializar nuevas tecnologías, y potenciar y desarrollar las economías locales y nacionales.

United Kingdom Incubation (Bruneel *et al.*, 2012) entiende como incubadora de empresas un espacio flexible para los usuarios en cuanto a sus condiciones de utilización y en el que convergen una combinación de servicios dirigidos a facilitar el desarrollo de negocios, dotar de infraestructuras compartidas y formar a personal especializado. Todo ello orientado a potenciar el crecimiento de nuevas empresas dándoles asistencia técnica y favoreciendo su crecimiento en sus etapas de desarrollo más tempranas.

Resultará de gran interés para el lector aplicar la metodología que Azalea Canales y Vergara González (Azalea Canales y Vergara González, 2013) realizan para evaluar la eficacia de las redes sociales generadas alrededor de los VE y entender el alcance de esta proactividad de las incubadoras de empresas de tercera generación hacia la construcción y generación de puentes formales e informales que permitan a las empresas alojadas en los viveros tejer un ecosistema que les posibilite disponer de una red de contactos lo suficientemente extensa como para poder recurrir por sí mismos hacia cualquier empresa, persona o entidad que sea beneficiosa para potenciar su actividad. Es precisamente el trabajo de Bravo García (Bravo García, 2012) el que hace una aproximación de carácter más científico y el que establece de forma metódica un análisis del impacto de las redes sociales en el resultado de los VE.

Existen otras definiciones generadas desde entidades más próximas y en contacto con las particularidades en nuestro entorno.

De esta forma, la Dirección de Política Regional de la Comisión de las Comunidades Europeas (DG XVI) describe a los viveros como un conjunto de organismos que actúan como interlocutores públicos y privados. Se localizan en una zona que presenta un potencial empresarial suficiente, ponen en marcha y ofrecen un sistema completo e integrado de actividades y servicios de excelencia para la pequeña y mediana empresa, con el objetivo de crear y desarrollar actividades innovadoras independientes (Simón Elorz, 2003).

Por su parte, COTEC⁷², valora los VE como aquellos organismos que potencian la creación de empresas innovadoras, extendiendo sus servicios al asesoramiento y formación de

⁷² Fundación para la innovación tecnológica. Véase: www.cotec.es.

emprendedores.

Blanco (Blanco, 2013), en su calidad de presidente de la Asociación de viveros e incubadoras de empresas, los define como “programas destinados a favorecer la puesta en marcha y el desarrollo de las empresas que están comenzando su actividad”. Añade que ponen a disposición de los emprendedores los conocimientos y medios que se necesitan para recibir un servicio de asesoramiento y formación, y las indicaciones necesarias para poner en marcha en negocio y su fase inicial.

7.8.4.1 Diferencias entre los conceptos de incubadora de empresas y vivero de empresas

A lo largo de las definiciones anteriores, no hemos encontrado diferencias de concepto entre en lo que se llama una incubadora de empresas y un VE. En la terminología anglosajona ambos términos hacen referencia a la misma idea. Sí hemos encontrado, en cambio, una idea en estudios españoles. Blanco (Blanco, 2013) establece como diferencias entre lo que se llama una incubadora de empresas, “*business Incubator*”, y un VE que aquella se trata de un programa de preparación y desarrollo de la idea empresarial con la finalidad de preparar al equipo emprendedor y elaborar un plan de negocio adecuado para la puesta en marcha de la futura empresa. En este sentido, no se hablaría de una incubadora de empresas si no de un programa de incubación empresarial, preparatorio al acceso al VE. Por tanto, una incubadora de empresas no sería un espacio físico, ni siquiera virtual, sino un programa preparatorio para todos aquellos emprendedores que en el futuro quieran integrarse en un VE.

En el caso del trabajo realizado por Ortega Cachón (Ortega Cachón, 2012), este autor plantea que se pueden llegar a encontrar los siguientes conceptos, que, según su interpretación, son sinónimos: así, podemos encontrar que son muchos los lugares donde las incubadoras son llamadas viveros, semilleros de empresas, centros de desarrollo empresarial o *business innovation centres* (BICs).

7.9. Otros modelos de incubación: centros de *coworking* y aceleradoras de empresas

7.9.1. Los centros de *coworking*

El *coworking* (*cotrabajo*, en español), término acuñado por Brad Neuberg, que creó el primer espacio de *coworking*, es una tendencia que surge en EE.UU. en el año 2009 y que rápidamente se ha extendido al resto del mundo. España se ha convertido en un breve periodo de tiempo, 2012-2015, en el tercer país por detrás de EE. UU. y Alemania con más oficinas para desarrollar cotrabajo.

Básicamente son espacios amplios destinados a profesionales (autónomos y *freelance* de sectores tecnológicos, pero también profesionales del mundo del periodismo, la consultoría, etc.) y micro-PYME donde se fomenta la colaboración y las redes de conocimiento. En ellos el emprendedor dispone de un espacio de trabajo individual (mesa y silla de trabajo), acceso a Internet y otros servicios de valor agregado, a un precio bajo en una sala o espacios comunes. No existe un sitio asignado para trabajar, sino que cada *coworker* puede utilizar cualquiera de los espacios de trabajo que pueda encontrar libre en el momento que llega al lugar de trabajo.

7.9.2. Las aceleradoras de empresas

7.9.2.1 Antecedentes

Las aceleradoras de empresas podríamos considerarlas como una versión especializada de las incubadoras de empresas. Su origen lo podemos datar en el año 2005 y, al igual que ocurriera con los VE, se pusieron en marcha en Estados Unidos. La primera referencia de la que

disponemos es la aceleradora YCombinator⁷³, instalada en Cambridge Mass. En poco tiempo le surgieron imitadoras como TechStars⁷⁴, que arrancó en 2006, y Seedcamp⁷⁵, que se puso en marcha en 2007.

Fue precisamente esta última la que decide trasladar su modelo de negocio a Europa, instalando una sede en Londres como referencia en el viejo continente. Pronto le salió una réplica en Startupbootcamp⁷⁶, aceleradora europea con programas de aceleración y oficinas situadas en Copenhague, Ámsterdam, Berlín, Israel, Estambul y Londres.

En el caso de España, la primera referencia que encontramos es la aceleradora BusinessBooster⁷⁷, nacida en 2010, lanzando su primera convocatoria en octubre de ese mismo año.

7.9.2.2 Descripción

Las aceleradoras de empresas son empresas que ayudan a otras empresas en sus fases iniciales y que pretenden que estas crezcan de forma rápida para poder poner su producto en el mercado y generar ingresos. Por lo tanto, las aceleradoras se interesan específicamente por aquellos tipos de negocios que tienen rápidas perspectivas de crecimiento, siendo importante su escalabilidad. Como condición de acceso se suele pactar que los propietarios de la aceleradora recibirán un % de los ingresos futuros o bien una cantidad de acciones. En cualquier caso, el formato de la contraprestación que reciben éstos se está sofisticando en los últimos años con opciones mixtas que tienen como finalidad que los promotores de la aceleradora puedan recibir una rentabilidad que compense sus inversiones globales.

Las aceleradoras ponen a disposición de los emprendedores espacios comunes dotados de los elementos necesarios para el desarrollo de su actividad, así como despachos individuales

⁷³ Véase <https://www.ycombinator.com/>.

⁷⁴ Véase <http://www.techstars.com/>.

⁷⁵ Véase <http://seedcamp.com/>.

⁷⁶ Véase <http://www.startupbootcamp.org/>.

⁷⁷ Véase <http://www.bbooster.org/>.

de trabajo. Disponen igualmente de aulas de formación, salas de reuniones, conexión a Internet, etc.

Su formato podría parecerse al de los VE en cuanto a la prestación de servicios, pero se caracterizan por ser mucho más intensivas en las cuestiones de capitalización y generación de redes de contactos con inversores. De hecho, el origen de las aceleradoras suelen ser inversores que deciden apostar por un modelo de negocio en el que no solo revisan el plan de negocio sino que acompañan el proyecto incluso desde sus fases de diseño y conceptualización, lo que les permite tener una mejor perspectiva tanto del proyecto como del equipo que lo respalda. Normalmente, el espacio físico en el que se ubica la aceleradora adquiere mayor relevancia y simbolismo que en el caso de los VE.

7.9.2.3 *Ventajas de una empresa que se instala en una aceleradora de empresas*

- Disponer de un espacio compartido, en el que se podrá encontrar con otras empresas seleccionadas, normalmente, en sectores tecnológicos y/o con gran potencial de crecimiento y con las que podrá generar sinergias.
- Contar con un equipo de asesores que facilitan orientación de alto nivel y que generan a su vez redes de contactos a partir de su experiencia previa. Esto facilita que la empresa adquiera rápidamente conocimientos que por su cuenta serían muy difíciles de generar.
- Una clara orientación por parte de los mentores del proyecto hacia la consecución de resultados, lo que puede ayudar a conformar un proyecto más realista que si el diseño de la empresa se realizara de forma individual.
- Contar con una mayor oferta para poder captar liquidez, gracias al capital aportado por la aceleradora.
- El respaldo que supone haber sido seleccionada por una aceleradora que tiene exigentes procesos de admisión, llegándose a porcentajes de admisión que no superan el 5% de las solicitudes.

Tal como podemos apreciar, se podría considerar que una aceleradora es una versión especializada de una incubadora de empresas, ya que a un servicio que podríamos denominar

clásico de incubadora de empresas agrega una mayor especialización y orientación hacia resultados a corto y medio plazo.

Diferencias entre viveros de empresas y aceleradoras

Aceleradoras de empresas	Viveros de empresas
Se orientan hacia proyectos con alta capacidad de crecimiento y de generar ingresos rápidamente.	El tipo de proyectos que se admiten no es tan restrictivo, valorándose tanto la capacidad de crecimiento como la inducción de empleo, la diversificación que introduce en el territorio, etc.
Los propietarios de la aceleradora se involucran con las empresas aportándoles capital para su arranque. A cambio recibirán parte de los ingresos futuros de la empresa o acciones de la misma.	No existe una vinculación accionarial ni económica en el futuro entre la entidad promotora del vivero y los usuarios.
Existe un estricto proceso de selección para acceder a la aceleradora en el que se valora tanto el plan de negocio como la capacidad del equipo que está detrás para su puesta en marcha.	El proceso de selección se realiza en función de la presentación de un plan de negocio y una entrevista informal con los usuarios.
Aplican metodologías de aceleración, con un seguimiento estricto de las empresas.	El seguimiento de las empresas es más oficioso.
Los ingresos no se generan por el alquiler o uso de espacios, sino de las ganancias futuras que genere la empresa.	Los ingresos se generan por las cuotas que se reciben de los usuarios por los servicios y espacios utilizados.
Se realizan convocatorias periódicas para recibir solicitudes.	No existen convocatorias de aceptación; si existen espacios libres, los solicitantes pueden acceder en cualquier momento.
Se da una gran importancia a la mentorización por el gran valor añadido que pueden aportar a las empresas.	Las labores de mentorización más relevantes son todas aquellas dirigidas a cuestiones administrativas, fiscales, así como de gestión del negocio, pero no llegan al grado de especialización de las aceleradoras.
Suelen contar con un programa de tutorización de obligado seguimiento por parte de las empresas alojadas.	No suele haber programa de tutorización de obligado seguimiento.
Existe un plazo máximo de estancia que se puede ver acortado si la evolución de la empresa no es la prevista.	La estancia en el vivero se determina por una norma que establece unos plazos máximos de permanencia que son independientes de la marcha de la empresa.
Las aceleradoras de empresas están promovidas por entidades privadas, pero también por servicios públicos.	La mayor parte de los viveros de empresas corresponden a instituciones públicas.

Tabla 20. Diferencias entre viveros de empresas y aceleradoras

Fuente: elaboración propia

En general, las aceleradoras de empresas aceptan las empresas y aportan un capital en la fase 'semilla de las empresas' que oscila entre los 10.000 y los 60.000 euros. El programa de incubación inicial tiene una duración de entre 3 y 6 meses, de acompañamiento, y finaliza con lo que se denomina *Demo Day*, en el que los emprendedores realizan una presentación de su proyecto ante inversores, de los que se espera aporten financiación para el crecimiento de la empresa.

7.9.2.4 Aceleradoras de referencia en España

- 1) **Lanzadera:** (<http://www.lanzadera.es/>) es el programa puesto en marcha por el presidente de Mercadona, Juan Roig. Busca empresas de largo recorrido apoyándolas en el terreno financiero y con mentorización. Es la referencia en la Comunidad Valenciana.
- 2) **Wayra:** (<http://wayra.co/>) es la aceleradora de *start-ups* de Telefónica. Se dedica a impulsar empresas de reciente creación, formarlas en academias y facilitarles financiación.
- 3) **Grupo Intercom** (<http://www.grupointercom.com/>): está especializado en la creación y el desarrollo de negocios relacionados con Internet. Ha creado más de 45 empresas desde sus inicios, en 1995, entre las que destaca Injojobs o emagister.
- 4) **Cloud incubator** (<http://cincubator.com/>): su objetivo es el fomento de la educación en el emprendimiento y la innovación en el sector TIC por toda Europa. Su aspiración es que se extienda en Europa la cultura emprendedora.
- 5) **Impact Hub Madrid** (<http://madrid.impacthub.net/>): se trata de una comunidad de proyectos colaborativos. Entre los miembros hay emprendedores, *start-ups*, inversores, *freelance* o artistas.
- 6) **Zarpamos** (<http://zarpamos.com/>): es una pre-aceleradora que busca emprendedores en los que invertir o empresas a las que acelerar. Todos los proyectos están relacionados con Internet (*software*, web y *app* para móviles).
- 7) **Yuzz:** (<http://yuzz.org.es/>) empresa financiada por el Banco de Santander, se dedica a buscar jóvenes emprendedores, especialmente relacionados con la tecnología, para formarles y asesorarles en su plan de negocio. Generan proyectos en toda España a través de acuerdos con universidades.

- 8) **Dad** (<http://www.digitalassetsdeployment.com/>): las siglas Digital Assets Deployment corresponden a una empresa dedicada a la búsqueda de inversores interesados en realizar ampliación de capital a PYME o proyectos con buenas perspectivas.
- 9) **Impact Accelerator** (<http://www.impact-accelerator.com/es/>): se dedica a buscar *start-ups* en Europa para formarlas, asesorarlas y subvencionar proyectos relacionados con Internet a través del móvil.
- 10) **Partizipa** (<http://partizipa.com/>): es una plataforma que localiza tanto inversores en busca de un negocio en el que apostar como emprendedores con los conocimientos y aptitudes necesarios para desarrollar una idea concreta.
- 11) **Everis** (<http://www.fitalent.es/>): empresa internacional que ha diversificado su negocio y se dedica a buscar *start-ups* y, además de invertir en ellas y acelerar su crecimiento, procura reducir al máximo los riesgos de su negocio.
- 12) **Sonarventures** (<http://www.sonarventures.com/>): se autodenomina como una productora de *start-ups*. Selecciona emprendedores para formar equipos que se conviertan en una empresa.
- 13) **Topseedslab** (<http://www.topseedslab.com/>): aceleradora de empresas que ha conseguido entrar en el GAN (Red Global de Aceleradoras presente en 59 países, y con 50 aceleradoras miembros), está centrada especialmente en la búsqueda de proyectos tecnológicos.

7.10. Los viveros de empresas

En este capítulo trataremos los aspectos relativos a la figura de los VE. Como paso previo a la puesta en marcha de un VE, se requiere la realización de un análisis de investigación para determinar, inicialmente, la demanda potencial del servicio y, a continuación, las peculiaridades que esas condiciones van a exigir al proyecto de promoción empresarial que se desea desarrollar. De esta forma, se configuran una serie de servicios que serán de interés y contribuirán a mejorar las posibilidades de crecimiento y supervivencia de los negocios alojados.

7.10.1. Definición de un vivero de empresas

Como hemos visto en capítulos anteriores, la evolución de los VE ha generado a su vez que su concepto haya evolucionado a lo largo del tiempo, con sus correspondientes matizaciones. A continuación aportamos una muestra de la forma en la que las entidades y los expertos en la materia han conceptualizado la idea de VE:

Definiciones de viveros de empresas

Entidad	Definición
Dirección de Política Regional de la Comisión de las Comunidades Europeas, 1984	Aquel lugar donde, a través de la participación de agentes públicos y/o privados, se ofrece a los nuevos empresarios un sistema completo e integrado de actividades y servicios que permita fomentar la creación y el desarrollo de actividades innovadoras e independientes.
Kurato y LaFollette, 1987	Servicios que contribuyen a la transferencia de tecnología e inversión en proyectos para impulsar la creación de empresas y acelerar el crecimiento de nuevas empresas.
Martínez, 1987	Instalaciones generalmente cercanas a una institución académica y/o de investigación, donde se habilitan temporalmente espacios para el emprendimiento de actividades de investigación y desarrollo de prototipos.
Fundación COTEC, 1999	Organismos que potencian la creación de empresas innovadoras, extendiendo sus servicios al asesoramiento de innovaciones y a la formación de emprendedores.
Duff, 1993	Organización que ofrece una amplia gama de servicios y acceso a pequeñas oficinas en condiciones ventajosas, de acuerdo con las necesidades de la empresa.
Velasco, 1995	Es una de las políticas de desarrollo industrial potenciadas por el sector público o privado, que oferta espacios para albergar actividades empresariales y/o industriales en las primeras etapas de desarrollo productivo, prestando asistencia técnica y apoyo para la constitución como empresa.
National Business incubation association (NBIA) y University of Ohio, 1997	Proceso de acompañamiento a nuevas empresas que acelera su desarrollo y que potencian su crecimiento facilitándoles una serie de servicios.
Juncar et al., 1995	Instalaciones acondicionadas para ofrecer locales a las empresas en régimen de alquiler, donde los empresarios comparten un conjunto de servicios como sala de reuniones, recepción de clientes, servicios de comunicaciones, etc.
ELAN (Francia), 1998	Organizaciones de apoyo a empresas innovadoras y emprendedores, de carácter público, que ofrecen una

	amplia gama de servicios a las empresas alojadas de tal forma que contribuyan al desarrollo local y regional.
UK Business Incubation, 2000	Lugar donde se oferta un proceso dinámico del desarrollo del negocio durante los primeros años de existencia de la empresa, lo que permite una reducción del porcentaje de fracaso, un aumento de ventas y un mayor nivel de empleo.
Mark P. Rice, 2002	Servicios que ayudan a nacer y crecer empresas de la nueva economía.
European Business Incubation Centres Network, 2009	Instalaciones creadas y potenciadas en un área determinada, por lo general mediante financiación pública, con el objetivo de desarrollar proyectos realizados por las PYME innovadoras, contribuyendo al desarrollo local y regional.
Dilts y Hackett, 2004	Una incubadora de empresas es un espacio de oficinas compartidas que busca facilitar a las empresas incubadas una ayuda de acompañamiento y asistencia técnica.
Andrea et al., 2005	Las incubadoras de empresas también conocidas como semilleros de empresas, centros de innovación empresarial, centro de innovación y tecnología, hoteles de empresa, entre otros, son entidades encargadas de apoyar el nacimiento y las primeras etapas del desarrollo de nuevas empresas. Dan estructura y credibilidad a las empresas nacientes para lograr la promoción de la innovación y la creación de éstas, con el fin de incrementar la competitividad de sectores productivos y cadenas de valor en los diversos territorios en los que se encuentran.
Ferreiro Seoane, 2008	Lugar donde se establecen nuevos proyectos empresariales por un tiempo limitado, prestando una serie de servicios para poder competir. Con los viveros no se busca una mera cesión de espacios en condiciones ventajosas. Se trata de un centro empresarial que persigue ayudar en la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales que tengan viabilidad, fomentar la cooperación empresarial entre los usuarios del vivero y las empresas de su entorno. También pretenden favorecer el empleo, potenciar el carácter innovador y contribuir a la diversificación y a la dinamización de la economía global.

Tabla 21. Definiciones de viveros de empresas
Fuente: elaboración propia

El desarrollo de los VE ha generado conceptos complementarios, como el de ‘incubadora virtual’. Lepeak (Lepeak, 2000) define una incubadora virtual como aquel servicio que ofrece servicios de asesoramiento y acompañamiento sin una ubicación física, especialmente en etapas de postincubación. En realidad, estos servicios, la mayoría de las veces no son mucho más que

un alquiler de oficina por horas en caso de que el usuario lo necesite y el servicio de recogida postal, no teniendo las características propias de una incubadora.

7.10.2. Tipología de viveros de empresas

Dentro de cualquier proyecto analítico, el apartado correspondiente a la clasificación del elemento objeto de estudio debe tratarse con especial singularidad. En el caso de los VE, como hemos colegido a lo largo de las páginas precedentes, la heterogeneidad de los viveros puede ser mucha, habida cuenta de las variables que se pueden analizar para diferenciarlos.

Podemos abordar la problemática de la clasificación de los VE desde múltiples perspectivas: desde la cantidad y alcance de los servicios que prestan a las empresas alojadas, las particularidades de las empresas a las que acogen, la naturaleza de la estructura física, la dimensión de sus instalaciones, la naturaleza del ente que los gestiona o cualquier otro de los elementos que lo conforman. Teniendo en cuenta que este apartado nos debe servir para situar y agrupar a los viveros analizados según sus características principales, recogeremos algunas propuestas que la literatura más reciente ha aportado al colectivo investigador.

Resultará pertinente comenzar este apartado proponiendo una diferenciación entre diversas figuras de apoyo a las empresas que se caracterizan porque acogen empresas para promocionarlas, pero que por sus características no pueden ser consideradas VE.

Para ello, podemos considerar la clasificación que hace la Dirección General de Política Regional y Urbana de la Comisión Europea, encargada, entre otras labores, de proponer estrategias para la reducción de las diferencias de los niveles de desarrollo económico entre las regiones. A través del desarrollo del contenido de su programa SPRINT⁷⁸ realiza una definición preliminar de los siete tipos de recursos que favorecen, a través de un sistema de servicios y alojamiento, la creación de empresas, pero cada uno de ellos con sus singularidades (Comisión Europea, 1994); y así, tendríamos:

⁷⁸ Véase http://cordis.europa.eu/programme/rcn/142_en.html.

- 1) Parques científicos. Son iniciativas generalmente desarrolladas en zonas próximas a universidades o centros de investigación superior, especialmente en el campo de la I+D+I y cuyo objetivo es el fomento de la formación y del crecimiento de empresas que apuestan por las nuevas tecnologías, creando y desarrollando nuevos productos.
- 2) Parques de investigación. Son centros de similares características que los parques científicos, también ligados a universidades o centros de investigación y que trabajan en colaboración con ellos, pero que a diferencia de los científicos se centran exclusivamente en la investigación de nuevos productos y no en su desarrollo.
- 3) Parques tecnológicos. Según varias definiciones, son polígonos industriales dotados de infraestructuras, servicios y, sobre todo, de una serie de relaciones con universidades, entidades financieras, académicas, etc., que promueven la instalación de empresas con gran capacidad innovadora o centros de investigación y desarrollo. Se diferencian de los parques anteriores porque no es necesaria la presencia de instituciones académicas y, además de la investigación, se producen los resultados de lo que se investiga.
- 4) Centros de investigación. Este tipo de entidades proporcionan servicios y apoyo a nuevas empresas que desarrollan y venden nuevos productos o procesos tecnológicos en sectores de alta tecnología. Su objetivo es proporcionar servicios y apoyo en el campo financiero, *marketing*, tecnología y administración, entre otros.
- 5) Parques de negocios. Son infraestructuras que proporcionan un ambiente de alta calidad para el desarrollo de actividades empresariales en todas sus fases, pero que no necesitan estar vinculadas a instituciones académicas ni de investigación superior.
- 6) Centros Europeos de Empresas e Innovación (CEEIs). Según señala la DG XVI de la Comisión Europea son sociedades locales o regionales que proveen a las pequeñas y medianas empresas de un completo abanico de servicios, en términos favorables orientados hacia la innovación para la industria, los servicios para la industria; además, identifica, selecciona y apoya a los emprendedores y a sus proyectos o a las PYME existentes.
- 7) Los VE. En el entorno europeo y americano son conocidos como 'incubadoras de empresas' y son infraestructuras donde se ubican o instalan empresas de reciente ubicación para el desarrollo de la iniciativa empresarial durante la primera etapa. Se les facilita espacio físico,

además de servicios comunes administrativos, como específicos (asesoramiento jurídico, financiero, fiscal, etc.).

Partiendo de la documentación existente al respecto, priorizaremos un documento de referencia para atacar esta parte del trabajo de tesis doctoral que bajo el título de *Tipología de viveros de empresas: tradicionales y especializados* (M. Viadiu y Martínez, 2006) apuntan a dar resuelta solución al título de este epígrafe de forma sencilla. Los autores establecen una doble clasificación:

- a) Lo que denominan viveros tradicionales: se trata de incubadoras de empresas en las que, partiendo de requisitos de acceso más o menos laxos en cuanto a la tipología de empresas, el tipo de actividad alojada está condicionado más por las características físicas del edificio (en un bloque de oficinas no tendría cabida una empresa industrial) que porque el vivero marque una serie de directrices claras al respecto.
- b) Viveros especializados: se orientan a determinado tipo de empresas, bien por sus características del sector en el que operan o bien porque las instalaciones están diseñadas para acoger una tipología específica de actividades (como es el caso de los viveros industriales).

En una segunda clasificación, estos mismos investigadores establecen una nueva propuesta de caracterización:

- a) Los VE de primera generación: hacen referencia a aquellas incubadoras que tenían como objetivo fomentar la aparición de emprendedores en un lugar determinado y proporcionar herramientas de desarrollo a territorios determinados. Normalmente, están gestionados por el sector público.
- b) Viveros enfocados a la nueva economía: su operativa corre a cargo del sector privado y se suelen especializar en prestar servicios y acoger a empresas de la nueva económica.

Por su parte, en los trabajos realizados por Blanco Jiménez (Blanco Jiménez *et al.*, 2013) y Fernández Martínez (Fernández Martínez *et al.*, 2011) se incorpora una sinopsis muy similar de lo que parece poner de relieve una sistemática aproximada de lo que podía ser una clasificación de los VE:

a) En función del sector al que se dirigen y los servicios que presta el vivero:

- 1) Incubadoras clásicas o generales: en las que su principal vocación es alojar a pequeñas y medianas empresas, dotándolas de la infraestructura básica para su puesta en marcha.
- 2) Viveros industriales: a partir de una tipología de construcción con capacidad para acoger procesos industriales, se orientan hacia la puesta en marcha de empresas de carácter industrial.
- 3) Centros de exportación: para empresas de comercio internacional, en los que confluyen los servicios tradicionales e incentivos en materia fiscal.
- 4) Incubadoras tecnológicas: ubicadas en parques tecnológicos, especializados en I+D+I y en acoger empresas innovadoras de base tecnológica (EIBTs).
- 5) Incubadoras de microempresas: su característica es que promueven la creación de empresas en sectores exigentes en cuanto a inversión y aportación de recursos, lo que condiciona en gran medida el desarrollo a medio y largo plazo. Se ubican sobre todo en áreas donde existe una gran problemática de desarrollo y desempleo y donde el sector privado tendría muchas dificultades en desarrollar, por sí solo, cualquier actividad de cierto volumen.

b) Según la fuente que financia el funcionamiento del vivero de empresas

- 1) Incubadoras públicas: en este caso es alguna Administración pública la que aporta los fondos para el funcionamiento del servicio. Además de proveer un espacio físico, suelen prestar servicios de asesoramiento a emprendedores. Normalmente de carácter gratuito, pueden incluir una serie de servicios en el precio mensual, pero para otros recurrir una tarifa de pago por su utilización.
- 2) Incubadoras privadas: en realidad no se trata de VE, sino de centros de negocios en los que la iniciativa privada provee, además de un alojamiento físico, servicios a empresas, normalmente, externalizados.
- 3) Incubadoras mixtas: en este caso la propiedad del servicio del VE recae en organizaciones sin ánimo de lucro o en sociedades en las que la Administración participa accionarialmente de forma mayoritaria.

c) Por su estructura operativa:

- 1) Incubadoras tutoras. se trata de aquellos VE que mantienen su influencia en las empresas que amparan durante un periodo de tiempo determinado. Para ello ofrecen a las empresas que quieren acceder al vivero un plan de seguimiento y formación previo, periodo de tiempo durante el cual se realiza una labor de orientación y tutorización de los proyectos, de tal manera que aquellas empresas que superan esta fase previa, entran con un perfil y unas características que facilitan su estancia en el vivero y sobre todo la proyección de la actividad. Se trata de un periodo previo en el que la formación y la depuración del plan de negocio son esenciales tanto para la empresa como para el vivero, ya que permite conocer de manera más intensa tanto las características del proyecto como el perfil de quienes se encuentran detrás respaldándolo.
- 2) Incubadoras participativas: son aquellas en las que el VE, además de ofrecer una serie de servicios y un alojamiento, toma participación en la estructura financiera de la empresa, normalmente, a través de la adquisición de acciones y operando mediante una sociedad de capital.
- 3) Incubadoras libres: se trata de espacios que simplemente actúan como meros arrendadores, sin aportar valores añadidos.

Esta última acepción de lo que se entiende como clasificación de una incubadora de empresas entendemos que ha de ser puesta en cuarentena: si en la propia definición de VE se encuentra indisolublemente unido el concepto de servicio no se sostiene una incubadora de empresas que no ofrezca servicios a sus arrendatarios. No cabe, por tanto, clasificar una incubadora de empresas como tal a aquella que no cumple los requisitos básicos para ser identificada como tal.

Por su parte, Vaquero García y Ferreiro Seoane ([Vaquero García y Ferreiro Seoane, 2013a](#)) realizan una propuesta del siguiente alcance:

- **Según la naturaleza de la entidad financiadora y promotora:**
 - Pública: su puesta en marcha y gestión se financia por las administraciones públicas.
 - Privada: cuando son promovidas por empresarios o entidades empresariales.

- Mixta: cuando la titularidad corresponde a entidades sin ánimo de lucro o con participación parcial de una entidad pública.
- **En función de su localización:**
 - Urbana: está ubicada en zonas urbanas.
 - Rurales: localizadas en zonas rurales o aledañas a las ciudades.
 - Metropolitanas: instaladas en grandes ciudades.
- **Orientación sectorial:**
 - Generales: destinadas principalmente a PYME sin especificar su tipología.
 - Especializadas: solamente acogen a determinado tipo de empresas.
- **Según la estructura operativa:**
 - Tutoras: realizan un seguimiento detallado de las empresas instaladas.
 - Participativas: el vivero toma una participación en el capital de las empresas alojadas.
 - Libres: su único objetivo es sacar un espacio.
- **Según la característica de la estancia en el vivero:**
 - Física: el vivero tiene su sede en un edificio o instalación industrial en donde acuden los viveristas para trabajar en sus empresas.
 - Virtual: se prestan servicios de forma virtual, usando plataformas tecnológicas sin que exista un espacio físico ni de alojamiento ni de reunión.
 - Mixta: ofrecen servicios tanto de forma presencial como virtual.
- **Según el público al que se dirigen:**
 - Público en general.
 - Estudiantes.
 - Otros colectivos.

Tal como hemos podido comprobar, las características de los VE pueden ser tan sencillas o prolijas en función de la profundidad de los conceptos que queramos incluir en ellas. Una cuestión común a todas las clasificaciones anteriores es el hecho de que solamente se fundamentan en un solo elemento cada vez para encuadrar cada vivero, evitando agrupar factores debido a la complejidad para homogeneizarlos.

7.10.3. Objetivos de un vivero de empresas

La literatura de estudio sobre los VE ha evolucionado conforme lo han hecho las propias incubadoras. Es por esto por lo que en lo que corresponde a los objetivos de una incubadora, estos también han sufrido modificaciones a lo largo del tiempo, caracterizándose de manera diferente, también en función de su ubicación geográfica. En lo que corresponde a los VE de ámbito nacional, siguiendo a Ferreiro Seoane (Ferreiro Seoane, 2013), así como el trabajo de Blanco (Blanco, 2013), podemos conferir las siguientes funciones a los VE existentes en la actualidad:

- Facilitar la puesta en marcha de empresas que contando con un proyecto prometedor no tienen la capacidad de buscar una ubicación que les permita disponer de elementos de apoyo que contribuyan a su lanzamiento y posterior crecimiento fuera de la incubadora.
- Potenciar y dinamizar el tejido empresarial local, contribuyendo a la introducción de empresas en sectores que sean de especial interés para el territorio en el que se ubican.
- Generar sinergias con las empresas del entorno, facilitando tantos servicios para que *spin-offs* tengan un espacio donde materializar sus propuestas como a través del fomento de empresas que ejerzan de elementos tractores de empresas del entorno.
- Ofrecer un entorno laboral que añada valor a las empresas que se ubican en él, tanto por la imagen de sus instalaciones como por los servicios de los que se pueden disponer.
- Prestar un seguimiento y asesoramiento a las empresas con la finalidad de realizar un seguimiento que mejore sus opciones de supervivencia a corto plazo.
- Potenciar y dinamizar el tejido empresarial y su aportación al crecimiento económico y el empleo.
- Generar una red de contactos que permita el establecimiento de sinergias entre las empresas, tanto entre las que se encuentran alojadas en el vivero como con las del exterior.

7.11. Modelos modernos de incubadoras de empresas

A lo largo de la historia de los VE, han existido tantos modelos como procesos evolutivos. A efectos de nuestro estudio, vamos a realizar una evaluación de los modelos identificados en los últimos años, todo ello con la finalidad de contextualizar en mejor medida los viveros objeto de nuestro ámbito de estudio.

De la literatura analizada, además de las clasificaciones sobre incubadoras de empresas que hemos localizado entre otros en Blanco Jiménez (Blanco Jiménez *et al.*, 2013), en el panorama español no hemos localizado análisis de esta materia, por lo que indefectiblemente nos hemos tenido que remitir a la literatura americana, más prolija con el análisis de este tipo de herramientas de promoción económica. Conscientes de las diferencias entre ambos entornos, introduciremos los matices necesarios para encontrar referencias útiles en nuestro marco de actuación.

7.11.1. El Infodev Process Model (2001)

Este modelo tiene su origen en una ramificación de la iniciativa del Banco Mundial que tenía como objetivo promover el crecimiento de la innovación en todo el mundo. Se enfocan hacia la construcción de cinco áreas diferentes: acceso a la financiación, emprendimiento de negocios en el entorno de la agricultura, desarrollo de actividades en relación con la tecnología de análisis y predicción del clima, innovación en tecnología móvil y el fomento del emprendimiento en las mujeres. Una de las acciones en las que inciden es ayudar a los futuros empresarios a través de intervenciones *coaching*, facilitándoles acceso a la financiación inicial y procurando mejores entornos de emprendimiento, que incluyen incubadoras de empresas. Uno de los aspectos más interesantes de este modelo es que pone en relación las fases de incubación de empresas y el ciclo de vida empresarial. A partir de la investigación que Ryzhonkov (Ryzhonkov, 2014) realiza sobre el mismo, discrepamos del autor en su segmentación temporal, puesto que mientras Ryzhonkov lo encuadra hacia finales de la primera década del siglo XXI; tanto por el enfoque, como por las aproximaciones que de los modelos hacen Hua (Hua, 2014) y

Zedtwitz (Zedtwitz, 2003) planteamos una referencia anterior, más próxima a principios de este siglo XXI.

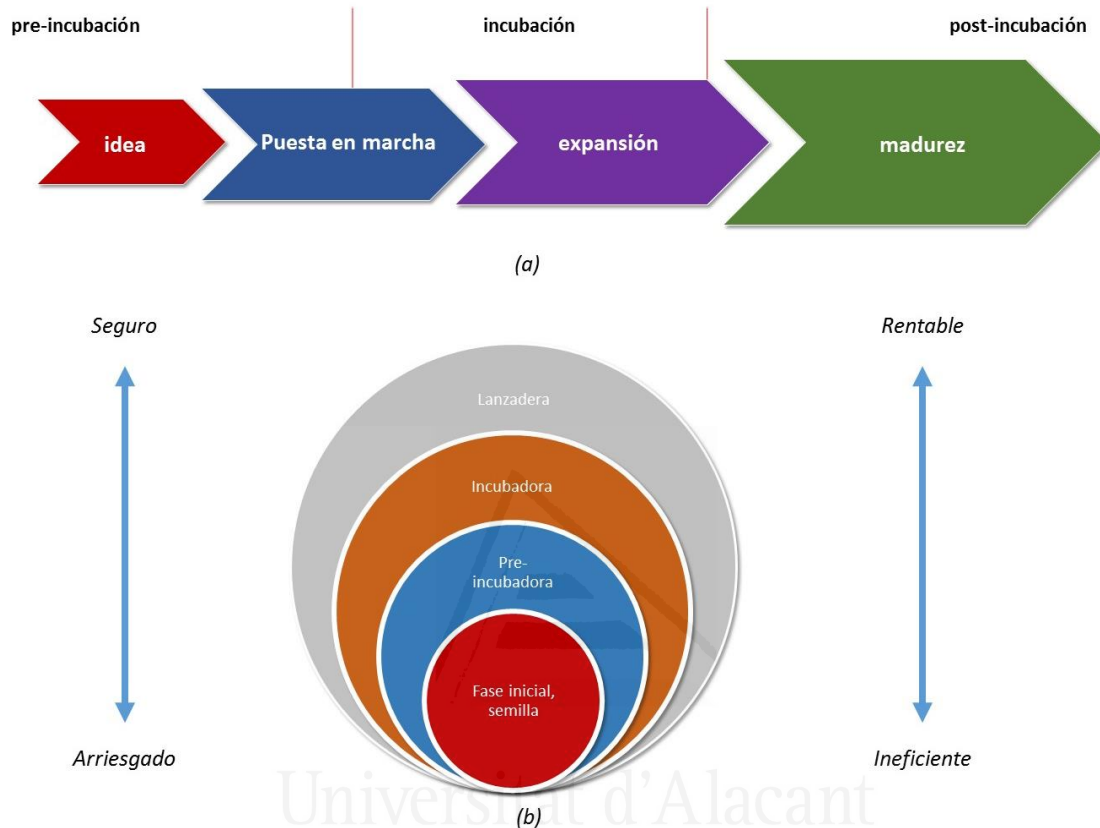


Ilustración 31. Modelo Infodev (2001)
Fuente: elaboración propia a partir de Ryzhonkov (Ryzhonkov, 2014)

El modelo Infodev propone una forma de vincular el ciclo de vida de la empresa respecto a un proceso de incubación. Según este modelo, una empresa atraviesa cuatro etapas a lo largo de su proceso de puesta en marcha: una fase inicial, comprensiva del desarrollo de la idea, otra de puesta en marcha, una etapa de expansión y la última de entrada en la madurez. Frente a esto las incubadoras deben proponer, según este modelo cuatro etapas principales:

- 1) **Fase semilla.** Esta es la etapa más temprana de la intervención, donde surgen y se desarrollan las ideas emprendedoras. Esta es también la parte más inestable de la empresa, porque existe un alto nivel de incertidumbre, debido en buena parte a la

falta de conocimiento, habilidades, etc.

- 2) **Pre-incubación.** El objetivo principal de la etapa es ayudar a una persona que ya tenga una idea elaborada en un nivel básico. Según este modelo, los servicios que se prestan en este entorno deben estar relacionados de alguna manera con empresas innovadoras y con incubadoras estrechamente vinculadas a las universidades.
- 3) **Incubación.** Una vez la idea ha evolucionado de manera consistente, se ha podido elaborar un plan de negocio, con un equipo más o menos integrado y con un arranque de las primeras operaciones de las empresas que incluso pueden haber culminado en alguna venta, se debe acometer una fase de expansión y consolidación. El riesgo sigue siendo elevado, las inversiones son caras y todavía no tienen ningún beneficio. Las incubadoras ayudan en la generación de un modelo de negocio, proporcionan asistencia empresarial, construyen el equipo, proporcionan recursos, acceso a las redes y fuentes de capital. Bajo este modelo, se entiende que algunas incubadoras inviertan en empresas, tal como en España hacen algunas aceleradoras (véase el caso de Wayra o Lanzadera).
- 4) **Post-incubación.** Se entiende que en esta fase se encontrarían aquellas empresas que simplemente buscan un determinado tipo de instalaciones y no buscan necesariamente los servicios de la incubadora. Sobre la base de nuestro planteamiento, ponemos en duda que este tipo de empresas deban alojarse en este tipo de servicios. No obstante, el modelo Infodev plantea que no hay necesidad de intervención de una incubadora, pero la **experiencia** demuestra que las incubadoras todavía ayudan a las empresas. Por ejemplo, muchas empresas siguen alquilando espacios en una incubadora, ya que para las empresas alojadas en algunas incubadoras con una larga trayectoria empresarial esta relación con empresas maduras puede ser una estrategia fundamental para facilitar sinergias y acceso a nuevos mercados, proveedores y redes de contactos (Ryzhonkov, 2014).

7.11.2. Modelo de Cadena de Valor de Jones (2010)

El modelo de Jones (Jones, 2010) es muy simple pero muy consistente. Es un primer enfoque para vincular un proceso de incubación a los procesos en el ecosistema de la innovación y el ciclo de vida del empresario e incorpora elementos que exceden a la mera actuación de las incubadoras de empresas.

Según este modelo, el proceso consta de varias etapas:

- **Pre-incubación.** Esta etapa no se incorpora como parte de los servicios de la incubadora de empresas, sino que deben ser los emprendedores quienes por sí mismos, o haciendo uso de otros servicios públicos o privados, acometan los primeros pasos de su idea de negocio. Es la etapa de la formación inicial, la planificación y el apoyo a la investigación que, según este modelo, el futuro empresario deberá gestionar fuera de la incubadora.
- **La etapa temprana de la incubación.** Ya dentro de la incubadora, incluye acceso a financiación, apoyo a las empresas, *marketing*, tutoría, servicios financieros y de contabilidad, alojamiento, etc. Esta etapa no debe durar más de un año. La mayoría de las aceleradoras trabajan en esta etapa temprana de incubación.
- **Incubación.** Etapa que dura unos 2-3 años con el acceso a los servicios y recursos típicos de los VE.
- **Programa de empresas consolidadas.** Después de la graduación, los emprendedores o empresas podrían obtener soporte de programas especiales de apoyo a las empresas o conseguir algunos beneficios en impuestos y en la esfera financiera del gobierno.

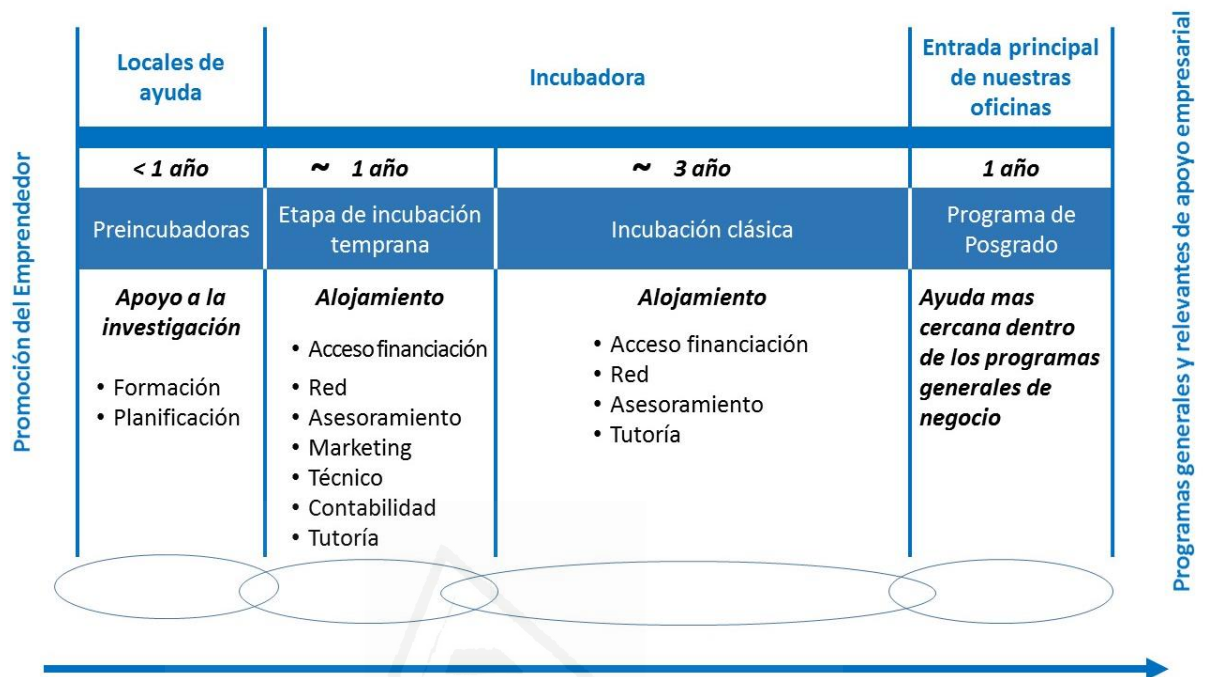


Ilustración 32. Modelo de Jones (2010)
Fuente: elaboración propia a partir de Jones (Jones, 2010)

La principal aportación del Modelo de Jones es que considera la incubadora de empresas como parte de una cadena de valor que nos permite pensar en objetivos a largo plazo del sistema de innovación en el conjunto, constituyéndose como una herramienta dentro de un sistema al servicio de quienes tienen que diseñar una acción más amplia. Estaríamos hablando de un ámbito estatal o, en nuestro caso, de las políticas públicas a favor de la creación de empresas de la Generalitat Valenciana.

7.11.3. Modelo de incubación de Chandra y Chao (2011)

El modelo de Chandra y Chao (Chandra y Chao, 2011) conceptualiza el flujo de los recursos entre los actores clave en el ecosistema de innovación que están en relación con las incubadoras de empresas. Como podemos comprobar, estos autores incorporan el concepto de *networking*, pero a una esfera institucional, alineados con los fundamentos que North (North,

1995) nos mostraba en su interpretación de la interrelación de las políticas públicas y los elementos del sistema económico. Los autores distinguen 4 intervinientes clave: sector público, incubadora de empresas, emprendedores y universidades.

Una característica importante de este modelo es la conceptualización de cómo transita el flujo (o ciclo) de los recursos (dinero, conocimiento) entre las partes implicadas. Las incubadoras de empresas son vistas como moderadoras de estos recursos. Chandra y Chao (Chandra y Chao, 2011) plantean que la eficacia de cualquier incubadora de empresas está directamente vinculada al volumen de impuestos que la Administración utiliza con el fin de apoyar a los emprendedores.

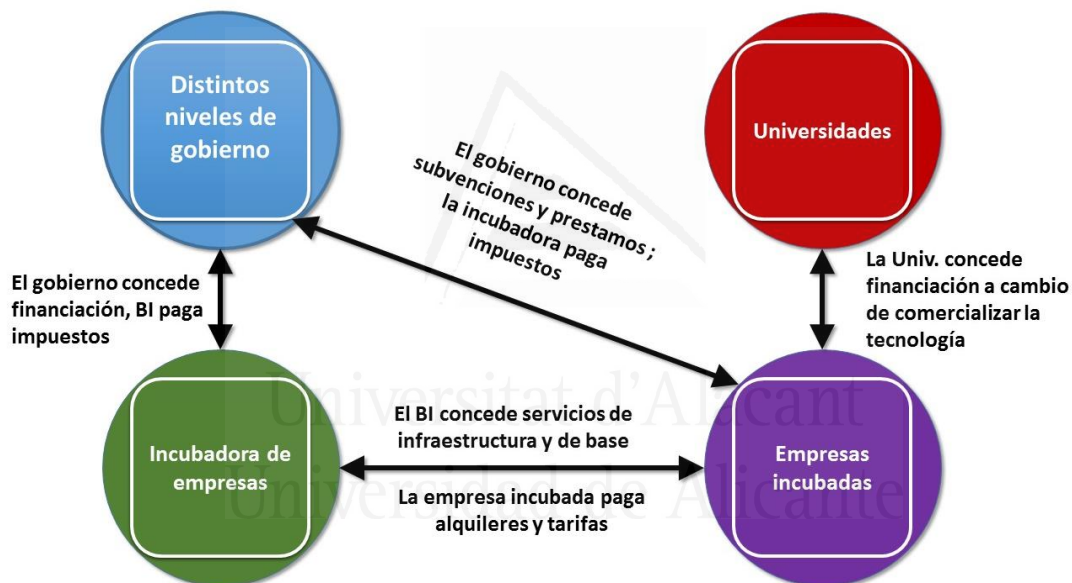


Ilustración 33. Modelo de Chandra y Chao (2011)
Fuente: Elaboración propia a partir de Chandra y Chao (Chandra y Chao, 2011)

7.11.4. El modelo de Metibtikar (2012)

No existe demasiada documentación sobre este modelo, del que encontramos solamente algunas referencias en presentaciones localizadas en la red. Nos apoyaremos en el material gráfico localizado. Lo incorporamos como resumen de modelos de VE, porque incorpora

de forma bastante completa a todos los agentes que intervienen en el proceso de incubación, aspecto que no se tenía en cuenta en los modelos anteriores.

El autor estructura el modelo en varios aspectos que deben ser considerados:

- 1) Detección de las necesidades de los emprendedores.
- 2) Intervención a través de un proceso de incubación.
- 3) Actuaciones de seguimiento y apoyo a las empresas.
- 4) Ciclo PDCA (*Plan-do-check-act*) o círculo de Deming, por el que se estructura un sistema de mejora continua basado en 'planificar-hacer-verificar-actuar'.

Los tres primeros apartados son los conocidos hasta el momento. Pero donde radica el interés de este modelo es en el último punto. Para el autor, cualquier parte del proceso de incubación de empresas está sujeto a una mejora continua.



Ilustración 34. Modelo de Metibtikar (2012)

Fuente: elaboración propia a partir de Ryzhonkov (Ryzhonkov, 2014)

De este modo, el ciclo PDCA que el autor plantea como referencia para las incubadoras debe contribuir a que los usuarios del vivero:

1. Logren los mejores resultados y desarrollo de sus propios procesos.
2. Obtengan mejoras continuas en la eficiencia del trabajo.
3. Les permita ver claramente en qué etapa de su proyecto se encuentran.
4. Les ayude a planificar y dirigir su actividad bajo unos parámetros claros y con una sistemática.

7.11.5. Modelo de incubación de empresas de Ryzhonkov (2014)

Ryzhonkov (Ryzhonkov, 2014) realiza una síntesis de más de una veintena de modelos de incubadoras, y tratar de recoger lo mejor de cada uno para proponer uno propio que aúne las bondades de los anteriores.

El análisis de alrededor de veinte modelos de incubación de negocios mostró que todavía hay muchos retos en el sector de las incubadoras de empresas y que los modelos existentes deben ser mejorados para ajustarse mejor a las necesidades de los empresarios. El modelo de Ryzhonkov fue creado con el fin de comprender mejor cómo se organiza el proceso de incubación, integrar una estructura del programa de incubación de empresas, evaluar cómo interactúa con el resto de empresas, especialmente con aquellas en sectores innovadores, y cómo los viveros ayudan al empresario a aumentar sus posibilidades de éxito.

Fase 1: generación de ideas de negocio y acceso a las incubadoras de empresas

Los emprendedores generan con sus ideas un plan de negocio (idea o modelo) que elaboran y tratan de someter a control a través de concursos o concurrencia a procedimientos de selección de incubadoras de negocios. Si el empresario se ajusta a los requisitos de la incubadora pasará a disfrutar de los servicios que se ofrecen en la misma. Es a partir de ese momento cuando el ciclo de incubación comienza estimándose en un periodo que puede oscilar entre los 3 meses y los 3-5 años, dependiendo del sector, el tipo de la incubadora, las capacidades de la actividad propuesta, del perfil del empresario y su equipo y de la evolución de la actividad del proyecto. Cada incubadora que pretenda tener tasas de éxito estables tiene ciertas

condiciones de salida que determinan las condiciones ante las cuales un usuario debe abandonar la incubadora. Según Ryzhonkov, las incubadoras deben definir varios criterios tales como plazos, rentabilidad o ingresos, o incluso participación en rondas de inversión. Estima que el 80% de los esfuerzos de la incubadora son dedicados a esta etapa de incubación y que por cada 1000 solicitudes anuales de acceso a las incubadoras, se generan apenas entre 20 y 40 proyectos anuales de cierto éxito.

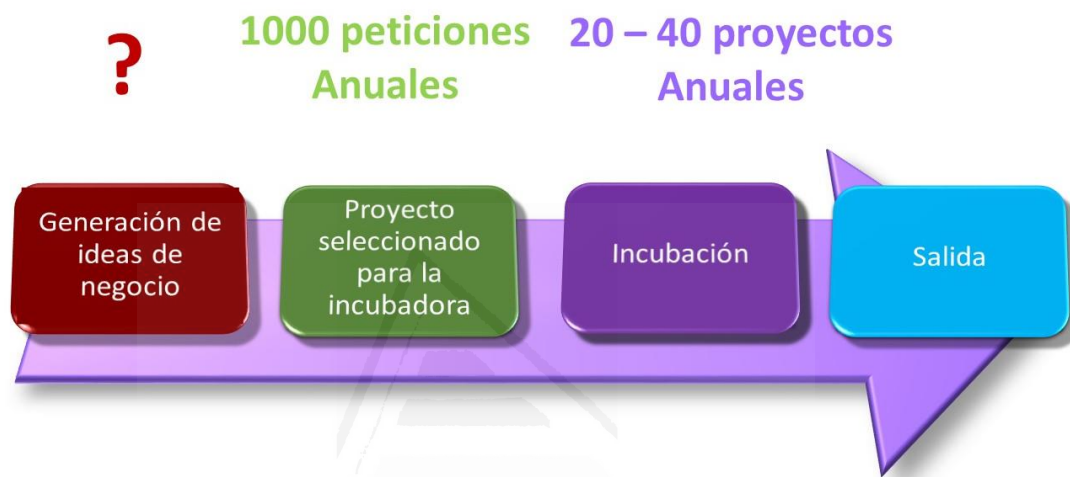


Ilustración 35. Modelo de Ryzhonkov (2014)
Fuente: elaboración propia a partir de Ryzhonkov (Ryzhonkov, 2014)

Sin embargo, el mismo Ryzonkov afirma que el éxito del programa de incubación depende en gran medida de los factores externos, más allá de los procesos y operaciones internas que pueda llevar a cabo la incubadora, por lo que vemos por tanto una de las contradicciones importantes de este modelo. Por un lado, la incubadora trabaja (teóricamente) con los mejores proyectos, que han sido seleccionados de acuerdo con unos criterios que han sido elaborados a partir de criterios de eficiencia económica, oportunidad y de carácter sectorial, entre otros. Pero al mismo tiempo afirma que no tiene influencia significativa en la generación de emprendedores, de sus ideas y su calidad, y que dependen más de variables del entorno externo. El impacto de la incubadora para producir una empresa de éxito depende de las características de los candidatos. Y como la incubadora no tiene ninguna influencia sobre estos perfiles de emprendedores o sobre la calidad de las ideas que se generan, se convierte en un rehén del ecosistema de innovación en el que opera. Si el ecosistema es sostenible y produce gran cantidad de buenos proyectos y empresarios brillantes, entonces las incubadoras pueden

convertirse en un punto de referencia de empresas punteras y de éxito. Sin embargo, si tenemos en cuenta que en muchos casos las economías (incluso las desarrolladas) no disponen de sistemas eficientes que impulsen la innovación de forma estructurada, la aleatoriedad de los candidatos a acceder a los viveros está asegurada.

Fase 2: Incubación

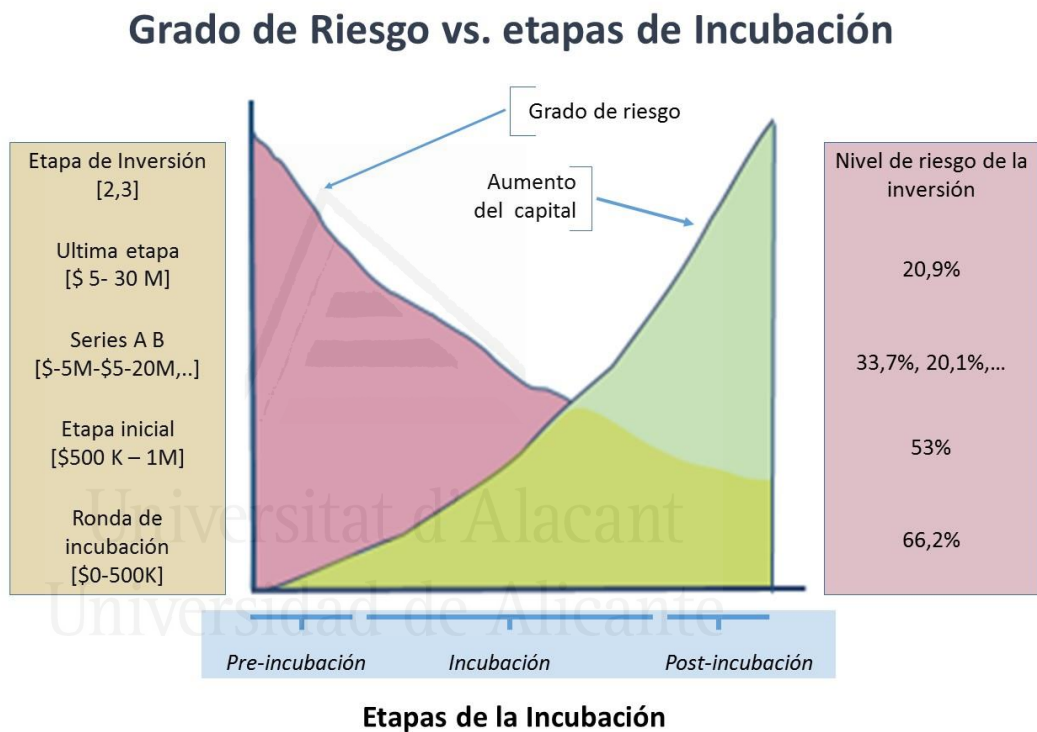
Los inversores pueden ver las incubadoras de empresas como un espacio donde encontrar proyectos que les ayuden a diversificar su cartera de activos, mientras que los aspirantes a empresarios pretenden acceder a los VE por el soporte técnico que le pueden ofrecer, además del ahorro en costes que encuentran al utilizar sus instalaciones. En algunos casos, los inversores financian estas incubadoras como una forma de reducir el riesgo de las empresas en las que van a tomar participaciones.



Ilustración 36. Variables que influyen en el proceso de generación de empresas de éxito
Fuente: elaboración propia

Cuanto antes se evalúe una *start-up* mayor es el riesgo, porque (casi) todo es incertidumbre. La probabilidad de éxito en las primeras etapas es muy pequeña, y las perspectivas de ganar dinero son muchas veces meras aproximaciones. Por eso los emprendedores en fase inicial tienen más problemas para conseguir financiación en comparación con los empresarios que ya tienen detrás una trayectoria más o menos consolidada.

Ilustración 37. Grado de riesgo de la inversión en función de la etapa de incubación
 Fuente: Ryzhonkov (Ryzhonkov, 2014)



Pero lo que es interesante es determinar qué factores contribuyen a que los emprendedores de las incubadoras de empresas sean capaces de superar los problemas en las fases incipientes de su actividad. La aportación de los *Business Angels*, las ayudas y subvenciones que desde la Administración autonómica, estatal y, a veces, incluso local, se pueda dar, así como los programas formativos y de mentorización, y son elementos clave. Capítulo aparte, como ya hemos reiterado a lo largo de este trabajo, es la problemática de la financiación. Las incubadoras

de empresas tradicionales por lo general refieren apoyar a los emprendedores en una etapa más tardía, cuando el modelo y el plan de negocio ya están terminados.

7.12. La responsabilidad social corporativa en los viveros de empresas

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un concepto relativamente novedoso dentro de nuestro contexto empresarial. Su carácter potestativo para las empresas, exigente en cuanto a la necesaria apuesta estratégica que supone, con consumo de recursos económicos pero también humanos, ha hecho que su desarrollo a lo largo de los años haya estado sujeto al vaivén de procesos cíclicos que han ido posponiendo su aplicación, por lo que ha tenido un desarrollo irregular. Toda vez que el análisis que de los VE pretendemos realizar pretende ir más allá del mero examen de los resultados económicos, atendemos en este concepto de RSC al análisis de lo que se podría considerar como resultados complementarios de la acción e impacto global de un VE, en su vertiente social.

En este apartado trataremos de revisar, tomando como base los antecedentes en los estudios de investigación previos, cómo la RSC, como parte del concepto de rentabilidad social, se puede vincular a la figura de los VE en alguna de estas tres vertientes:

1. Si las entidades promotoras de los VE han incorporado cláusulas de RSC en su propio funcionamiento.
2. Existencia de algún tipo de actuación o incentivo para que las empresas se encuentren vinculadas y comprometidas con la RSC.
3. Determinaremos si las empresas de los viveros son socialmente responsables en mayor medida que las que no están alojadas en los viveros.

Para ello realizaremos un análisis del concepto de RSC y de cómo se enhebra con la acción de las administraciones públicas en alguna de sus tres variables: económica, medioambiental y social. A partir de aquí, en el capítulo del proyecto de investigación, identificaremos cuáles han sido los vínculos de los VE con la RSC, siempre desde el punto de vista

del nexo que las incubadoras de empresas generan entre el sector público y la creación de nuevas empresas.

7.12.1. Antecedentes

La Responsabilidad Social Corporativa surge por primera vez en Estados Unidos a principio de los años 60 como consecuencia de la respuesta de la sociedad a conflictos bélicos que se desataron en la época como la guerra de Vietnam y conflictos interraciales, y que tenían un marcado carácter de desequilibrio y desigualdad económica entre los contendientes (F. J. García, 2005). En ese momento despierta el interés de los ciudadanos por averiguar de qué forma contribuyen con sus compras y trabajo a perpetuar prácticas políticas o económicas con las que entraban en desacuerdo ético. En ese entorno, la sociedad civil comenzó pedir a las empresas una mayor implicación para superar las desigualdades y que introdujera cambios en sus estructuras que les aproximaran a una mayor participación en la reducción de los problemas sociales. De esta forma, la aportación de los negocios a su entorno debería ir más allá del mero voluntarismo de sus dirigentes (Burke y Logsdon, 1996). Recientemente una serie de investigaciones ha ligado la RSC con la estrategia económica de la empresa y afirma que la diferencia entre una responsabilidad social que influye positivamente en la rentabilidad financiera y crea valor a la empresa es el diseño de la misma como una estrategia social relacionada con la estrategia económica (Toro, 2006).

La Unión Europea desde el año 2000 ha ido avanzando en el proceso de fomentar la responsabilidad social entre las empresas, proceso que inició desde que el Consejo de Lisboa lanzó su llamamiento al sentido de responsabilidad social de las empresas en marzo de 2000. Desde esa fecha sus principales hitos han sido:

2000

- El Consejo Europeo de Lisboa. Se marcó el objetivo estratégico de convertir la Unión Europea en “la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, antes del 2010, capaz de un crecimiento económico duradero acompañado por una mejora cuantitativa y cualitativa del empleo y una mayor cohesión social”.

- Lanzamiento de la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

2001

- La Comisión Europea publica el Libro Verde de RSE, COM (2001) 366, para fomentar un marco europeo de RSE, abriendo un debate sobre cómo impulsar esta responsabilidad en el ámbito europeo e internacional.

2002

- La Comisión Europea presenta una comunicación sobre RSE bajo el título “RSE: una contribución empresarial al desarrollo sostenible”, COM (2002) 347, la cual dio lugar a la creación en ese año del Foro Europeo Multistakeholder sobre RSE.

2005

- La Comisión Europea aprueba la estrategia para el crecimiento, el empleo y el desarrollo sostenible.

2006

- La Comisión Europea presenta una comunicación sobre RSE bajo el título “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE COM (2006) 136”, en la que se anuncia la creación de la Alianza Europea para la RSE.

2007

- Resolución del Parlamento Europeo, de 13 de marzo de 2007, sobre la RSE, bajo el título “La RSE: una nueva asociación” (2006/2133 INI).

2011

- La Comisión Europea presenta una comunicación sobre RSE bajo el título COM (2011) 681 sobre estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas.

2014

- Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas.
- Recomendaciones de la Comisión Europea sobre RSC 2014/208/UE.

La Unión Europea ha impulsado diferentes iniciativas para promover la implantación de la RSC en las empresas europeas, potenciando diferentes estudios. Éstos tenían como finalidad demostrar el vínculo positivo entre la implantación de procedimientos responsables y su rentabilidad (Mandl y Dorr, 2005), análisis que en nuestro país tuvo continuidad en el trabajo realizado por De Godos (De Godos *et al.*, 2011).

En España, la introducción de la RSC surgió a finales de los años 90 de la mano de la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO), bajo el término de Responsabilidad Social, que apelaba a la inversión responsable de sus activos. Con posterioridad, y alentada por el creciente interés por la materia, se aprobó ante el Parlamento una Proposición no de Ley en el año 2002 que instaba al Gobierno a constituir una Comisión de Expertos con la finalidad de estudiar las diversas posibilidades y mecanismos para evaluar la Responsabilidad Social Corporativa.

En el año 2005 se creó la Subcomisión Parlamentaria para potenciar la responsabilidad social de las empresas, cuyo primer objetivo fue presentar un informe preliminar que estableciera las recomendaciones al gobierno necesarias para establecer una política de apoyo y fomento de la responsabilidad social. A partir de este informe, junto con las conclusiones del Foro de Expertos en RSE y de la mesa de diálogo social en la que participaban la patronal y los sindicatos, el Gobierno tenía previsto el desarrollo de una normativa sobre la responsabilidad social de las empresas y la constitución de un Consejo de Responsabilidad Social de las Empresas en el que estuvieran presentes todas las partes interesadas (Fundación Alternativas, 2010).

Las principales iniciativas públicas españolas en materia de responsabilidad social empresarial:

Año 2003

- 1) Ley de Transparencia.

Año 2003

- 2) Ley de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal para personas con discapacidad.

Año 2006

- 3) Código Unificado de Buen Gobierno (Código Conthe).

Año 2006

- 4) Proyecto de Ley de Contratos del Sector Público.

Año 2007

- 5) Ley de Promoción de la autonomía personal y atención a personas en situación de dependencia.

Año 2007

- 6) Ley Orgánica de igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Año 2007

- 7) Proyecto de Ley de Responsabilidad Ambiental.

Año 2008

- 8) Creación del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE).

Año 2011

- 9) Ley de economía sostenible.

Año 2014

- 10) Estrategia española de responsabilidad social de las empresas.

Por otra parte, tanto cámaras de comercio como administraciones autonómicas y locales han ido desarrollando numerosos programas de sensibilización en distintas áreas. La Diputación de Vizcaya, la Junta de Andalucía, el Principado de Asturias se sitúan entre las más activas. Asimismo, algunos ayuntamientos ya han anunciado la intención de incluir criterios de responsabilidad social en las compras y contratos públicos.

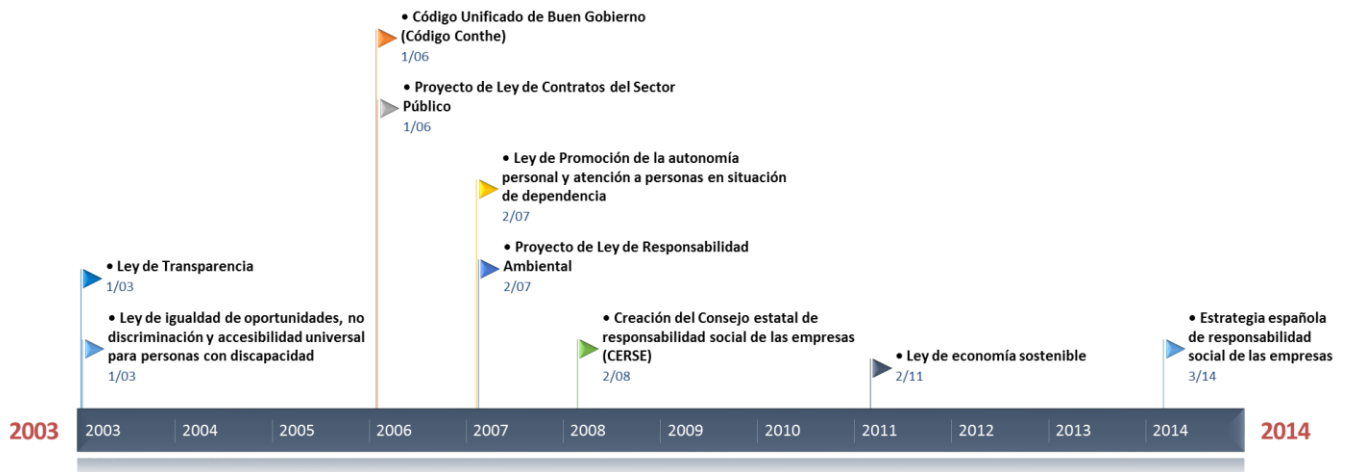


Ilustración 38. Resumen de las principales iniciativas legislativas nacionales a favor de la RSC

Fuente: elaboración propia

7.12.2. Definición de RSC

El concepto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha ido evolucionando a lo largo de los años, desde que Bowen publicó su obra social *Responsibilities of the Businessman*⁷⁹, en la que se afirmaba que los hombres de negocios estaban obligados a actuar de manera acorde con los valores de la sociedad. Es cierto que, a lo largo del tiempo, diversos autores han desarrollado sus propias definiciones, a partir de la agregación de conceptos o bien de la matización del papel de los mismos sobre una idea que siempre se ha querido referir a la forma en la que la gestión e impacto de la actuación de las empresas y entidades debían trascender más allá del valor de una cuenta de resultados.

En este contexto y antes de abordar una definición sobre la Responsabilidad Social Corporativa es necesario marcar las diferencias terminológicas, ya que en ocasiones se habla de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), otras de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y

⁷⁹ Rothmann Bowen, 1953.

otras simplemente de Responsabilidad Social (RS). A pesar de significar prácticamente lo mismo, hay una sutil diferencia en la medida en que distinguen entre sociedad, empresa y corporación, entendiendo que esta última incorpora a todas las organizaciones, empresariales o no e independientemente de su tamaño (Vaz Ogando, Ruiz Blanco, Fernández-Feijóo Souto, 2013).

La Responsabilidad Social Corporativa se define como “la integración voluntaria, por parte de las organizaciones y empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones y en sus relaciones con sus interlocutores”. Es, por tanto, una forma de gestión que se define por la relación ética de la organización con todos los públicos y con todos con quienes se relaciona y por el establecimiento de objetivos compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad (Canyelles, 2011).

El documento de la “Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas” define la RSC como aquella función que “maximiza la creación de valor compartido para todos” e “identifica, previene y atenúa las posibles consecuencias adversas” de las compañías en el ejercicio de su actividad. Esta definición llega diez años después de que viera la luz el *Libro Verde para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* (Comisión Europea, 2001b), que definía el concepto de responsabilidad social como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores”, ya que las empresas son cada vez más conscientes de que un comportamiento responsable genera éxitos comerciales duraderos. Se matiza la RSC al indicar, en un sentido más amplio, que se articula como “un concepto conforme al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir a la consecución de una sociedad mejor y un medioambiente más puro”. Y añade “ser socialmente responsable no solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir (más) en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas”.

No obstante lo anterior, el Comisariado de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión, en 2014, definió la RSC⁸⁰ vinculando el liderazgo potestativo de la misma a las empresas al afirmar que “la responsabilidad social de las empresas viene dada por las iniciativas voluntarias de estas, más allá de sus obligaciones legales, para lograr objetivos sociales y ambientales en su actividad cotidiana, abarcando una serie de ámbitos como son Europa 2020 (en particular, nuevas cualificaciones y empleos, juventud y desarrollo local); empresa y derechos humanos; información sobre la RSE y la contratación pública socialmente responsable”.

Si bien en un primer momento el sector público tendió a realizar acciones de fomento de la Responsabilidad Social de las Empresas (Mandl y Dorr, 2005), se dieron cuenta de la pertinencia de reflexionar sobre cómo este nuevo modelo afectaba al mismo sector público en todos sus niveles, yendo más allá de la gestión que integra en la estrategia y en la operativa conceptos como la ética pública o la transparencia, y entroncando con los modelos de Administración relacional y la nueva gestión pública.

En consecuencia, yendo más allá y observando cómo se ha ido desarrollando, podemos entender que la Responsabilidad Social se consolida como una política de empresa según la cual una organización incorpora en sus procesos de creación de valor los intereses e inquietudes de los agentes que legítimamente forman parte de su interés (accionistas, trabajadores, clientes, ciudadanos, proveedores, financiadores, reguladores, agentes sociales, organizaciones sociales, etc.) y específicamente un compromiso con la sostenibilidad global (ambiental, social, económica).

Por otra parte, este comportamiento que hemos descrito, basado en el diálogo y en la buena ciudadanía corporativa, se suele orientar hacia una visión de mejora de la gestión de sus activos intangibles (talento de los equipos humanos, confianza de los clientes, solidez de las relaciones en cadena, licencia social para operar, reputación, marca, etc.) y pretende garantizar la sostenibilidad del propio proyecto empresarial.

⁸⁰ Véase <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=es>.

Más allá del cumplimiento de la ley, la empresa socialmente responsable se basa en un buen gobierno, fundamentado en la transparencia y en unos principios éticos, y construye su responsabilidad ante la sociedad teniendo en cuenta el impacto de sus operaciones, mejorándolas y poniéndolas en valor.

Desde un punto de vista tradicional, la responsabilidad social no entraría en los parámetros filosóficos de una empresa ya que ésta debe producir bienes y servicios de manera eficiente, atender las demandas del mercado para ser más competitivos y generar beneficios para sus socios y accionistas. Si incluimos la variables sociales en la formula, la antigua aportación del economista Milton Friedman (Friedman, 1962) sería la más adecuada: “la responsabilidad social de las empresas consiste en usar sus fuerzas y recursos para aumentar sus utilidades, en un juego competitivo, franco, libre, sin engaños ni fraude, con respeto a las reglas establecidas”⁸¹.

Sin embargo, esto acarrearía, como sostienen algunos autores críticos con Friedman, como es el caso de Klein (Klein, 2007), que la solución de los problemas sociales se debería resolver de forma monopolística con organismos públicos y de entidades sin ánimo de lucro, discrepando al entender que existe una mayor pluralidad de actores. La investigadora Adela Cortina (Cortina Orts, 2012) identifica tres razones por las que las empresas deben incorporar prácticas de responsabilidad social en sus organizaciones:

- Razones de justicia: los agentes vinculados a las empresas han de ser tratados de forma digna ya que de otra forma se estaría cayendo bajo mínimos de justicia.
- Razones de prudencia: es mejor trabajar en un entorno en el que haya cooperación en lugar de conflicto, en el que se respeten las normas básicas del mercado, en lugar de actuar sin tener éstas en cuenta.
- Razones de eficiencia: las empresas necesitan un ambiente social propicio para desarrollar su actividad de modo eficiente. De este modo, la asunción de la

⁸¹ En un artículo publicado por Friedman en el *New York Times*, el economista afirmaba, de forma pretendidamente provocadora, que “la única responsabilidad social corporativa de la empresa es maximizar sus beneficios”, en lo que sería el núcleo de su ‘Teoría del accionista’ o “Teoría de Friedman”.

responsabilidad social se muestra como una herramienta de gestión fundamental, ya que la empresa adquiere legitimidad social, cuestión esta fundamental para que una empresa perdure en el futuro.

Por lo tanto, observamos que la RSC hace referencia a un proceso estratégico e integrador que tiene como objetivo la sostenibilidad y en el que han de verse reflejados e identificados los diferentes agentes de la sociedad o partes interesadas (*stakeholders*) afectados por las actividades de la empresa. Para su desarrollo es necesario que las empresas identifiquen fielmente cuáles son sus diferentes partes interesadas, así como sus necesidades y expectativas, e introduzcan criterios de responsabilidad en la gestión (económica, medioambiental y social) que afecten a toda la organización y a toda su cadena de valor.

Si una empresa finalmente pretende desarrollar una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, debe adoptar políticas responsables que deben ser instrumentadas en la organización y ser medibles a través de indicadores que deben ser verificados externamente y comunicados de forma transparente. En conclusión la adopción de criterios de Responsabilidad Social Corporativa en la gestión empresarial implicaría (Nieto y Fernandez, 2004):

- 1) La formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental.
- 2) La transparencia informativa respecto a los resultados alcanzados.
- 3) El escrutinio externo de los mismos.

Como norma general, la introducción de nuevas prácticas y estrategias en el sector empresarial suele comenzar en las grandes empresas, aunque no puede decirse que una tendencia se haya consolidado hasta que no se impone entre las PYME. Lo mismo sucede con la RSC, que ha experimentado en los últimos tiempos un notable avance entre las multinacionales. No obstante, uno de los principales problemas observados en la implantación de políticas de RSC radica en su gestión y comunicación eficaz.

Según el estudio *European SMES and social and environmental responsibility* (Comisión Europea, 2002c), la mitad de las PYME europeas estaban implicadas en diversas causas sociales externas. Según este estudio, el grado de compromiso está directamente relacionado con el número de empleados y con la longevidad de las empresas, pues aquellas que tienen más de

cinco años de vida son más activas en este campo, por lo que las empresas que se alojan en los viveros se encuentran en las antípodas de este perfil. En España, de los 3,1 millones de empresas que hay, solo el 0,008% tienen que cumplir alguna exigencia al respecto⁸².

En el mismo estudio, los argumentos que explican la escasa implicación de las PYME en la RSC hacen referencia a la falta de información y conocimiento sobre la forma de integrarla en sus actividades y gestión y a la escasa afectación obligada por normas legales, más que a la falta de recursos.

Aunque muchas PYME europeas ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a partir de su participación localmente, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de buenas prácticas podrían contribuir a fomentar el desarrollo de prácticas de responsabilidad social.

7.12.3. Evolución de la RSC en la Administración

Estatalmente, en 2005 se creó una Subcomisión parlamentaria en el Congreso de los Diputados para afrontar cuál habría de ser el papel de la Administración Pública ante la Responsabilidad Social de las Empresas.

Promover la RSC en la propia gestión de las Administraciones Públicas e Instituciones dependientes es una de las recomendaciones que la Subcomisión consensuó destinadas a las administraciones públicas que muestran qué es lo que los grupos de interés y la sociedad esperan de las administraciones públicas en materia de compromisos de Responsabilidad Social. Algunas de ellas interpelan incluso al nivel local, a los ayuntamientos:

- Promover la Responsabilidad Social en la propia gestión de las Administraciones Públicas e Instituciones dependientes.

⁸² Véase http://economia.elpais.com/economia/2015/02/06/actualidad/1423238793_856395.html.

- Incluir en los pliegos públicos de compras y contrataciones aspectos en los que prevalezca la RSE.
- Promover un diálogo fluido de las administraciones con las empresas.
- Reforzar el movimiento asociativo de los consumidores.
- Impulsar la Inversión Socialmente Responsable (ISR).
- Liderar iniciativas para promover alianzas público-privadas para el desarrollo vinculadas a la agenda de la RSC y a los Objetivos del Milenio.

En nuestro país, la Administración Pública ha abordado con decisión la implantación de la RSC en España, tanto en la propia Administración pública como en su entramado empresarial. Ha participado activamente y desde una posición puntera en las actuaciones que la Unión Europea ha llevado a cabo en este tema, trabajo que concluyó con la creación del Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial en España, motor de promoción de todas las políticas públicas en este ámbito, y con la publicación de la “Ley de economía sostenible”.

En el sector privado, existen numerosas organizaciones, de toda índole, que trabajan a favor de la integración de la RSE en la gestión pública y empresarial. La Red Española del Pacto Mundial es una de ellas.

Los hitos más importantes en estas políticas en España han sido:

2002

- Se produce el Lanzamiento de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas tras el Lanzamiento de la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo del Milenio que se produjo en el año 2000.

2005

- El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales crea el Foro de Expertos en RSE. Como resultado de la labor desarrollada por este Foro surge el Informe del Foro de Expertos en RSE, que recoge las seis sesiones de trabajo que se llevaron a cabo desde su constitución.

2006

- En España, el Congreso de los Diputados crea una Subcomisión dedicada a tratar temas de RSE. Como fruto de su trabajo se publicó el Informe de la Subcomisión Parlamentaria para promover y potenciar la RSE, más conocido como el Libro Blanco de la RSE.

2007

- En España, el Gobierno, de la mano de empresas y sindicatos, crea la Mesa de Diálogo Social sobre RSE. Su responsabilidad quedó plasmada en el documento “La RSE. Diálogo Social”.

2008

- En nuestro país, el Gobierno aprueba la creación del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE): Real Decreto 221/2008, de 15 de febrero.

2011

El Gobierno aprueba la Ley de Economía Sostenible.

En el caso de la Comunidad Valenciana, la RSC ha tenido un desarrollo más proactivo en la última década:

2003

- Ley 9/2003, de 2 de abril, de la Generalitat, para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.
- Ley 11/2003, de 10 de abril, de la Generalitat, sobre el Estatuto de las Personas con Discapacidad.

2004

- Decreto 279/2004, de 17 de diciembre, del Consell de la Generalitat, por el que se regulan medidas en los procedimientos de contratación administrativa y de concesión de subvenciones para el fomento del empleo de las personas con discapacidad.

2007

- Ley 1/2007, de 5 de febrero, de la Generalitat, por la que se regulan las empresas de inserción para fomentar la inclusión social en la Comunidad Valenciana.

2009

- Decreto 81/2009, de 12 de junio, del Consell, por el que se dictan normas de desarrollo para la calificación, registro y fomento de las empresas de inserción en la Comunidad Valenciana.

Tal como podemos observar, la regulación autonómica respecto de la responsabilidad se ha dirigido tanto a cuestiones de ámbito estrictamente social, como a incentivar las prácticas responsables en las empresas que participan de los contratos públicos. La experiencia apunta al hecho de que pocas empresas recién alojadas en los viveros toman parte en las adjudicaciones de los contratos de la Administración, por lo que el impacto de estas medidas se espera sea poco pertinente en el perfil de análisis al que nos dirigimos.

Ha sido muy escasa la documentación que hemos localizado sobre RSC y VE, más allá del estudio realizado por Yang y He (Yang y He, 2010), que realizan una modelización de la relación entre nuevas empresas y la Responsabilidad Social Corporativa, pero que no incide en la relación con los VE. Por otro lado, Haugh (Haugh, 2015) destaca en su aproximación teórica cómo los emprendedores pueden ayudar a la introducción de los cambios sociales, pero sin que intervengan en ningún momento referencias a las incubadoras de empresas.

A la vista de la documentación analizada en este capítulo, podemos inferir que, a pesar de que las administraciones han realizado un esfuerzo importante para inducir la incorporación de buenas prácticas sociales en las empresas, las características de los negocios establecidos en los viveros parecen condicionar negativamente su receptividad a este tipo de políticas.

8. Investigación empírica

8.1. Introducción

Una vez revisada y analizada en los capítulos anteriores toda la literatura científica relativa al emprendimiento y su vinculación con los VE públicos, el presente bloque de la investigación pasa a realizar el análisis a partir de una aproximación de carácter empírico.

En este segundo apartado de la tesis vamos a abordar la investigación empírica estructurada secuencialmente en nueve grandes fases:

1. Análisis de los principales modelos de investigación aplicados al fenómeno de estudio con el objeto de reorientar la investigación hacia el marco geográfico y temporal que compete a la investigación.
2. La revisión de la literatura científica y de los modelos de investigación aplicados nos ha permitido plantear el objetivo principal, los objetivos específicos y las hipótesis de trabajo.
3. Posteriormente se han revisado los marcos metodológicos de referencia relativos a la construcción de modelos de evaluación de la rentabilidad económica y social de los VE.
4. En cuarto lugar, se han construido las bases de datos necesarias para iniciar el proceso de selección muestral de los dos públicos objetivos identificados: gerentes y/o

responsables de VE de la Comunidad Valenciana y emprendedores alojados en el año 2014.

5. Posteriormente se han diseñado los instrumentos necesarios para abordar la investigación: entrevistas en profundidad dirigidas a los gerentes de los viveros y cuestionarios dirigidos a emprendedores.
6. Una vez realizados los pretest para evaluar la calidad de los instrumentos se ha procedido a realizar el trabajo de campo, que debido a diferentes factores exógenos (especialmente por problemas de agenda de los responsables de los viveros) se ha extendido temporalmente desde noviembre de 2014 hasta julio de 2015.
7. Una vez depurados los datos obtenidos se han realizado las recodificaciones oportunas para realizar los análisis estadísticos pertinentes.
8. Por último, se han elaborado las argumentaciones justificativas para las hipótesis planteadas, así como las conclusiones finales de la tesis.

Esquema: fases de la investigación

1. Revisión de los modelos de investigación sobre los viveros de empresas en España	
2. Planteamiento de objetivos e hipótesis	
3. Marco metodológico de referencia	3.1. Guía de análisis coste-beneficio, proyectos de inversión
	3.2. Análisis coste-beneficio social (ACB)
	3.3. Retorno social de las inversiones (SROI)
	3.4. Método de valoración contingente (MVC)
4. Análisis exploratorio	4.1. Construcción de bases de datos: viveros de empresas y emprendedores
5. Etapa cualitativa: viveros de empresas	5.1. Diseño de las entrevistas en profundidad
	5.2. Establecimiento de agenda de contactos con responsables de los viveros
	5.3. Pretest de la entrevista
	5.4. Diseño definitivo de la entrevista
	5.5. Trabajo de campo: recopilación y depuración de la información
	5.6. Codificación y tabulación de la información
	6.1. Diseño del cuestionario

Esquema: fases de la investigación

6. Etapa cuantitativa: emprendedores	6.2. Pretest dirigido al 5% de la muestra diseñada
	6.3. Diseño definitivo del cuestionario
	6.4. Trabajo de campo: recopilación y depuración de la información
	6.5. Recodificación y tabulación de la información
7. Recopilación y análisis de información secundaria	
8. Análisis de la información	8.1. Análisis descriptivo de variables de estudio: viveros-emprendedores
	8.2. Aplicación del modelo de evaluación de rentabilidad
	8.3. Justificación de hipótesis: análisis de correlación y regresión lineal simple
9. Cumplimiento de las hipótesis: argumentaciones	
10. Conclusiones	

En los textos analizados se indica, en términos generales, que los VE públicos ayudan a reducir el riesgo de mortandad de las empresas, generan nuevos empleos e incentivan el crecimiento económico en los territorios donde se localizan (municipios, comarcas, etc.). Los VE contienen una serie de ventajas, pero también, y centrando la atención en el caso de los viveros españoles, un conjunto de desventajas o limitaciones (Ferreiro y Vaquero García, 2010).

Entre las principales ventajas se pueden destacar:

1. Los viveros incrementan las posibilidades de crear empresas y, por tanto, empleo.
2. Los emprendedores tienen más posibilidades de supervivencia que el resto de emprendedores que no pueden acceder a sus instalaciones al disponer de acceso a un ecosistema que facilita su actividad.
3. Teóricamente están en disposición de obtener éxito en su aventura empresarial al contar con un espacio donde alojarse y unos servicios de asesoramiento a un precio por debajo del mercado.
4. Favorecen el desarrollo económico y social de los territorios donde se localizan al fomentar la creación de empresas relacionadas con determinados sectores

productivos especialmente intensivos en conocimiento⁸³, etc.

En cuanto a las desventajas, podemos reseñar:

1. Se puede llegar a una excesiva dependencia de la concesión de ayudas y subvenciones económicas.
2. El desarrollo y construcción de viveros en determinados territorios por criterios políticos sin atender a las verdaderas realidades socioeconómicas donde se implantan.
3. La carencia de análisis a través de la medición de indicadores válidos que permitan, además de cuantificar su sostenibilidad económica, aportar información sobre su rentabilidad social en términos de empresas y puestos de trabajo creados.
4. La incertidumbre sobre la capacidad real de los viveros de incrementar el grado de supervivencia de las empresas post-incubadas, etc.

En el año 2013 la Fundación de las Cajas de Ahorro de España (FUNCAS) publicó un informe, reseñado en este trabajo con profusión, a modo de *ranking* sobre un censo de 353 VE (Blanco Jiménez *et al.*, 2013), donde, entre otras, se destaca que, pese al constante crecimiento de VE en España, estos se hallan en situaciones de gestión y desarrollo muy distintas: desde los que son meros arrendadores de oficinas baratas hasta los que prestan un servicio muy completo a los viveristas y que han conseguido una alta supervivencia de sus asociados. Según este estudio, el 42,9% de los VE incluyen servicios completos (asesoramiento, seguimiento, etc.) frente al 57,1%, que ofrece fundamentalmente una ubicación barata e infraestructura para comenzar. No

⁸³ Resulta de interés el artículo de Mas-Verdú, Wensley, Alba y García Álvarez-Coque (Mas-Verdú, Wensley, Alba y García Álvarez-Coque, 2011) en el que se analiza el impacto de los KIBS que tienen como función prestar servicios y actividades clave para la empresa basadas de manera muy intensa en los conocimientos de profesionales. Como podremos ver más adelante, la cualificación de los gestores de los viveros será uno de los elementos más relevantes en las propuestas de mejora.

obstante, en el informe también se destaca la principal bondad de los viveros como es “su capacidad de reducir la tasa de mortandad de las empresas nacionales”.

Hasta el año 2003 el número de VE en España era relativamente bajo (53 instalaciones), pero a partir del bienio 2003-04 y en parte debido a las recomendaciones establecidas en la Comisión de las Comunidades Europeas 2004 ([Comisión Europea, 2004](#)), donde se consideraba que la actividad emprendedora era básica para promover la innovación, la competitividad y el crecimiento, las administraciones públicas se lanzan a la construcción de VE para mejorar la capacidad emprendedora. El interés por parte de diversas instituciones públicas por aplicar estrategias que realmente favorecieran la creación de empresas se tradujo en un incremento significativo (624%) de nuevos VE, alcanzando en el año 2014 un total de 384 instalaciones. La Comunidad Valenciana no ha sido ajena a esta situación y en 2014 contaba con más de 40 viveros de empresa y se coloca como la tercera comunidad autónoma con más viveros de España.

La proliferación de viveros ha propiciado el interés desde las administraciones públicas (sobre todo de las comunidades de Andalucía, Galicia, Madrid y Cataluña, con interesantes aportaciones en diversos ámbitos, incluso en el constructivo, véase el caso de Barcelona ([Diputación de Barcelona, 2015](#)) generando manuales de buenas prácticas e informes relativos a su desempeño. De igual manera desde el ámbito académico, se ha tratado de estudiar, como hemos intentado identificar a lo largo de diferentes prismas, el papel desempeñado por estas entidades. Sin embargo, es a partir del año 2006 cuando la atención se centra específicamente en abordar la cuestión de la eficiencia (véase página 177 “Concepto de rentabilidad de un vivero de empresas”), entendida como la capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función, y la rentabilidad económica y, sobre todo, social de los VE. Las investigaciones al respecto no han sido numerosas. De la revisión de la literatura científica nacional podemos identificar cuatro investigaciones destacables por su rigor, pero en ninguna de ellas se analiza con detenimiento el modelo de incubación valenciano:

1. “Tipologías de viveros de empresa: tradicionales y especializados” ([M. Viadiu y Martínez, 2006](#)).
2. “Incubadoras de empresas, creación de empresas y redes sociales” ([Bravo García, 2012](#)).

3. “Medición de impacto socioeconómico y evaluación de las políticas de apoyo a emprendedores e impulso a la creación de empresas” (Ortega Cachón, 2012).
4. “Los viveros de empresa en Galicia: una estrategia generadora de riqueza” (Ferreiro Seoane, 2013).

La presente tesis doctoral pretende, por tanto, contribuir a llenar un vacío constatado en la producción científica sobre la situación del fenómeno de estudio en una de las comunidades con mayor número de VE, todo ello en un contexto marcado por la destrucción de empleos y empresas generado por la recesión económica, que se inicia con ferocidad a partir del año 2008 y que a fecha de finalización de esta investigación (agosto de 2015) sigue con penosa vigencia, afectando a todos los sectores productivos pero también a las instituciones titulares y a las entidades gestoras de VE. Todas ellas han tenido que adoptar medidas drásticas para seguir ofreciendo un servicio al emprendedor: reduciendo su personal, rebajando los precios de alojamiento, realizando recortes en la oferta y calidad de los servicios de asesoramiento, etc.

8.2. Objetivos de la investigación

Partimos de la premisa de que actualmente (2014, fecha que acota el marco temporal de análisis de este estudio) es posible el mantenimiento, desde el erario público valenciano y en una coyuntura de recesión y restricciones presupuestarias, de las políticas públicas de apoyo a emprendedores y a la creación de empresas y en particular de los viveros públicos como instrumentos útiles y necesarios para potenciar el desarrollo de iniciativas empresariales generadoras de empleo y riqueza. Por tanto, la investigación se centra en el estudio de los VE públicos de la Comunidad Valenciana en el periodo 2004-2014, recurriendo a una metodología que combina tanto fuentes primarias como secundarias que permita obtener información de los públicos objetivos identificados: los gerentes y/o responsables de los VE y los emprendedores alojados.

El objetivo principal de la investigación empírica será:

Determinar si los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana de carácter público son instrumentos necesarios, rentables y eficientes en el apoyo y consolidación de empresas y puestos de trabajo en el periodo 2004-2014.

En este sentido, los objetivos específicos se centran en:

- Analizar las principales características de los VE de la Comunidad Valenciana.
- Caracterizar a los emprendedores alojados en los viveros.
- Identificar y analizar los factores que permitan explicar la rentabilidad y eficiencia de los VE.
- Conocer el nivel de satisfacción y valoración de los recursos físicos tangibles e intangibles de los viveros (equipamientos, servicios, etc.) y de los recursos humanos (trabajadores en plantilla de los viveros y sus principales características), por parte de los emprendedores alojados y de los propios responsables de la gestión de los viveros.
- Conocer el impacto en cada uno de los ámbitos territoriales (provincia, comarca y municipio) en los que se localizan los viveros sobre la creación de empresas y empleo.
- Generar un conjunto de indicadores comunes a todos los territorios donde se localizan los viveros que permita a las autoridades competentes en localidades sin presencia de viveros disponer de una herramienta de evaluación para acometer futuros proyectos de características similares.

Los resultados esperados permitirán conocer la situación actual de los VE públicos en la Comunidad Valenciana y determinar si son útiles como instrumentos generadores de empleo y riqueza así como las medidas que deberán aplicarse para mejorar su funcionamiento.

8.3. Planteamiento de las hipótesis de trabajo

Llegados a este punto, y a la vista de la información recogida y analizada, resulta del todo necesario por encontrarnos, utilizando el símil jurídico, en el momento procesal oportuno

plantear las hipótesis de trabajo a las que trataremos de dar respuesta con el producto de nuestras investigaciones.

Hipótesis 1: Los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana no son rentables económicamente debido a que necesitan ayudas públicas para su construcción, gestión y mantenimiento, pero sí socialmente porque a través de la actividad desarrollada por los emprendedores devuelven a las administraciones públicas, vía fiscal, más de lo invertido.

Hipótesis 2: Los viveros de empresas que gestionan eficientemente sus recursos económicos, humanos, físicos e intangibles han contribuido en mayor medida a la creación de empresas y puestos de trabajo.

Hipótesis 3: Los viveros de empresas que cuentan con mayores recursos (económicos, humanos, físicos e intangibles) son mejor valorados por los emprendedores alojados.

8.4. Marco metodológico de referencia

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta una Administración pública cuando realiza cualquier iniciativa, y sobre todo cuando se trata de actividades que conllevan un coste elevado, como es el caso de la construcción y puesta en funcionamiento de un VE, es la de justificar su rentabilidad y eficiencia no solamente ante la población que se ve directamente afectada (parados, emprendedores, etc.), sino también respecto al resto de ciudadanos, que con sus aportaciones vía impuestos al erario público requieren una explicación de cómo se gestiona su dinero.

Debido a que los objetivos de la investigación tratan de determinar si los VE son rentables y eficientes, el marco teórico de referencia de la presente investigación empírica se inscribe en un conjunto de metodologías, ampliamente estudiadas, que tratan de dar respuesta a las inversiones públicas en infraestructuras, equipamientos, dotaciones, etc. Todas ellas parten de la misma premisa: la necesidad de comparar los beneficios y costes de los proyectos de inversión.

Desde un punto de vista económico-financiero se entiende la rentabilidad, además de como los ingresos generados por cualquier actividad o negocio, como aquello que se obtiene en

función de lo que se invirtió (véase página 167 y siguientes sobre “El concepto histórico de rentabilidad”).

Los indicadores del Valor Actual Neto (VAN) y de la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) como indicadores de rentabilidad son los más empleados en la valoración de inversiones productivas y financieras. En este sentido, se considerará realizable un proyecto de inversión, sea cual sea su naturaleza, si, en el caso del VAN, se obtiene un resultado positivo, que sería la riqueza en unidades monetarias que generaría el proyecto una vez recuperado el desembolso inicialmente realizado, o en el caso de la TIR, si se obtiene una tasa superior al coste de oportunidad o al coste del capital invertido en el proyecto. Así pues, la consideración de “realizable” en la interpretación del resultado obtenido con la aplicación de estos dos criterios parte de la exigencia de la recuperación del monto de la inversión o del coste en términos porcentuales.

No obstante, desde el momento en que la ciencia económica identifica el objetivo empresarial con la maximización del valor, sea para los accionistas o para el resto de grupos de interés, la interpretación de los resultados obtenidos a partir de los criterios VAN y TIR se centra en la creación de valor asociada a los proyectos de inversión. Es decir, si el VAN de un proyecto es positivo, éste se considerara realizable porque crea valor para la empresa, al igual que si la TIR es superior al coste de oportunidad o coste de capital (Jiménez Barandalla *et al.*, 2012; Rus, 2009).

Al tratar el concepto de la rentabilidad de un proyecto se piensa normalmente de manera casi exclusiva en el beneficio económico que éste va a reportar. Como vimos, es un concepto muy amplio y dependiendo de la naturaleza del proyecto (público o privado) puede incluir aspectos más cualitativos o intangibles como puede ser la “rentabilidad social”, derivada de aquellos beneficios que un proyecto puede reportar al entorno en el que se desarrolla y que no son directa ni económicamente mesurables.

El análisis coste-beneficio no siempre se utiliza como instrumento para determinar la conveniencia de destinar fondos públicos a un proyecto de inversión determinado, sino que a veces se esgrime por parte de las administraciones locales para obtener fondos para distintos fines de organismos regionales o nacionales (Rus, 2009). En este sentido, poder justificar a la población directamente afectada la rentabilidad de las medidas adoptadas se convierte en

urgente para sociedades que aspiran a transmitir la transparencia en sus actuaciones. Sin embargo, actualmente no existe un modelo teórico de análisis estandarizado y corroborado que evalúe la rentabilidad social de los recursos públicos invertidos para promover la actividad económica de una zona determinada como son los VE públicos (N. González, Valcárcel y Contreras, 2010).

8.4.1. Modelos de referencia

En este punto vamos a glosar las principales características de los modelos que hemos analizado y que nos servirán de fundamento para diseñar nuestra propia estructura de trabajo.

8.4.1.1 *Guía de análisis coste-beneficio de la UE*

La referencia más cercana es la *Guía de análisis coste-beneficio de los proyectos de inversión* establecida para las inversiones en polígonos industriales y parques tecnológicos (Unión Europea, 2003). En esta guía se definen los pasos a seguir para evaluar eficazmente, entre otros, las inversiones a realizar en la creación de centros de promoción de nuevas empresas y de apoyo a las ya existentes (parques tecnológicos o centros de innovación empresarial). Propone un análisis que prevea los ingresos (vía arrendamientos o concesión de terrenos y almacenes, y precio de venta de los servicios básicos –agua, electricidad, alcantarillado y depuración, almacenamiento, logística, etc.–), los servicios reales y los costes de gestión (costes de los bienes y servicios necesarios para el funcionamiento de la infraestructura y la producción de los servicios reales), con un horizonte temporal de 20 años como mínimo.

El análisis económico deberá tener en consideración: los beneficios sociales y su cuantificación, el coste económico de las materias primas y terrenos utilizados para la realización del proyecto así como los costes de personal, que deberán evaluarse en función de la pérdida que supone para la sociedad el no emplearlos para un uso óptimo alternativo, y los costes medioambientales que se producirán en las obras de construcción.

8.4.1.2 *Análisis de coste-beneficio social (ACB)*

Tiene su fundamento teórico en la Economía del Bienestar, rama del análisis económico que se ocupa de la formulación de proposiciones éticas útiles para determinar la conveniencia de una política concreta o de una particular asignación de recursos. La aplicación del ACB, utilizado sobre todo en el campo de las redes viarias y ferroviarias, persigue como objetivo aumentar el bienestar social, promoviendo la asignación eficiente de los recursos. Es por ello que el patrón ACB debe ser considerado como una ayuda para la toma de decisiones ante varias alternativas previamente adoptadas y no ante proyectos en funcionamiento, como es el caso que nos ocupa con VE operativos desde los años 90 del pasado siglo. Los problemas vinculados a la previsión y la valoración monetaria de los efectos externos es una de las principales limitaciones de esta técnica, requiriendo una gran precisión y consistencia en su aplicación. No obstante, el ACB es el mejor evaluador disponible para evitar la asignación ineficiente de los recursos públicos. El ACB consta metodológicamente de cinco etapas (Rus, 2009):

1. La necesidad de identificar el proyecto, definir sus objetivos socioeconómicos y la población afectada.
2. Asegurar la viabilidad financiera del proyecto. Para ello es necesario definir el ciclo de vida del proyecto y la distribución de los ingresos y gastos en el periodo relevante.
3. Identificar los costes y beneficios sociales del proyecto y su distribución en el tiempo. Estos costes y beneficios deben de reflejar todos los recursos empleados y los resultados obtenidos, incluyendo los impactos que afectan indirectamente a otros mercados, en particular en la oferta y demanda de trabajo, además de los posibles efectos externos directos: beneficios y costes reales del proyecto, que afectan al bienestar de los agentes económicos (individuos o empresas), pero que no son capturados (de manera cuantificable) por los mecanismos del mercado.
4. Los recursos empleados y los resultados generados por el proyecto deben de ser expresados en términos monetarios. Al estimar los valores monetarios de bienes y

servicios en mercados imperfectos⁸⁴ o en el caso de bienes y servicios que no se intercambian en el mercado y, como consecuencia, para los que no existe precio, la estimación de los costes y beneficios en términos monetarios se deberán establecer en precios contables (denominados precios sombra⁸⁵). En el caso de mercados imperfectos, los precios sombra a menudo difieren de los precios de mercado porque tienen que reflejar los costes y los beneficios reales para la sociedad de los recursos y los resultados del proyecto. En el caso de bienes que no tienen mercado (externalidades, bienes públicos, etc.), se ha de reconstruir el mecanismo de mercado para estimar la disposición de los individuos a pagar para evitar el coste o disfrutar del beneficio. Además, dado que los impuestos son transferencias de dinero entre unidades económicas, es necesario eliminar todos los efectos de la fiscalidad sobre los precios.

5. En quinto lugar y derivado del punto 2, habrá que calcular el Valor Actualizado Neto (VAN) del proyecto, descontando todos los costes y beneficios futuros (expresados en precios constantes) mediante la utilización de una tasa social de descuento, tasa que refleja la preferencia social por los beneficios y costes en la actualidad frente a los beneficios y costes futuros y, en general, no coincide con la tasa de descuento privada. Se considera entonces que el proyecto es socialmente deseable si el VAN calculado es positivo.

8.4.1.3 Retorno social de las inversiones (SROI)

El SROI es un método basado en principios de comprensión, medición y comunicación del valor extra-financiero: el valor social que actualmente no se refleja en las cuentas financieras convencionales, en relación a los recursos invertidos. Desarrollado a partir de un análisis tradicional del coste-beneficio y la contabilidad social, el SROI es un enfoque participativo que

⁸⁴ El precio de mercado no refleja el coste de oportunidad de los bienes y servicios.

⁸⁵ Entendemos por precios sombra (conocidos también como precio social o precio cuenta) al precio de referencia que tendría un bien en condiciones de competencia perfecta, incluyendo los costes sociales, además de los privados.

permite capturar en forma monetaria el valor de una amplia gama de resultados, tengan estos un valor de mercado o no.

El análisis SROI produce un relato de cómo una organización, programa, proyecto, iniciativa, etc., crea valor (Teoría del cambio) y un coeficiente que indica cuánto valor total en euros se crea por cada euro invertido. Es una herramienta para la toma de decisiones basada en la optimización de los impactos sociales y laborales del proyecto. Es una metodología creada en 1997 por George R. Roberts de la organización REDF (San Francisco), destinada a valorar las inversiones en iniciativas empresariales para insertar sociolaboralmente a colectivos en riesgo de exclusión. En el año 2000 fue revisada por la NEF (New Economics Foundation) con la colaboración de administraciones públicas en el Reino Unido y en la actualidad es una metodología muy utilizada por las administraciones públicas para la medición del retorno social de las subvenciones públicas (ECODES, 2013). Estudios más modernos como el de Nicholls (Nicholls *et al.*, 2012) plantean diversas tipologías en el carácter del análisis SROI distinguiendo un aspecto evaluativo (basado en *outcomes* que ya han tenido lugar, en un histórico del elemento evaluado) y por otro lo que denominan prospectivo (de pronóstico, con el que se trata de predecir cuánto valor social será creado si se producen los *outcomes* esperados).

El SROI es una metodología que no solo evalúa la rentabilidad del proyecto antes de iniciarse, sino que tiene especial énfasis en proyectos ya en funcionamiento⁸⁶. Su metodología se estructura en seis fases:

- Establecimiento del alcance e identificación de los grupos de interés.
- Mapeo de los resultados.
- Constatación de los resultados y asignación de valor.
- Determinación del impacto.

⁸⁶ Como es el caso de los Centros Especiales de Empleo en Navarra Tasubinsa y Grupo Gureak, que en el año 2013, con la colaboración de la Asociación de Centros de Empleo de Navarra (Acemna), midieron el impacto total de la actividad social, laboral y económica de las empresas de integración social.

- Cálculo del coeficiente SROI⁸⁷.
- Comunicación y uso de los resultados obtenidos.

La metodología bebe de diferentes fuentes de información primarias, secundarias, cuantitativas y cualitativas, grupos de trabajo, casos de éxito, etc., teniendo muy en cuenta las opiniones y valoraciones de los grupos de interés afectados por el proyecto.

De esta forma observamos cómo el método SROI entronca con otra de las metodologías más aplicadas para evaluar la rentabilidad social de un proyecto: el Método de Valoración Contingente (MVC). Este método se utiliza para medir valores asociados con bienes públicos y bienes que carecen de mercado, donde las preferencias individuales sobre el nivel de provisión de un bien de no mercado no están ligadas a comportamientos observables (Ready *et al.*, 1996). En el método de la valoración contingente, los cuestionarios juegan el papel de un mercado hipotético, donde la oferta viene representada por la persona entrevistadora y la demanda por la entrevistada. Existen numerosas variantes en la formulación de la pregunta que debe obtener un precio para este bien sin mercado real. Un procedimiento típico es el siguiente: la persona entrevistadora pregunta si la máxima disposición a pagar sería igual, superior o inferior a un número determinado de euros. En caso de obtener “inferior” por respuesta, se puede repetir la pregunta disminuyendo el precio de salida. Finalmente, se suele preguntar cuál sería el precio máximo que pagaría por el bien, teniendo en cuenta sus respuestas anteriores (Riera, 1994).

Como podemos ver, la mayor parte de los métodos de evaluación de la rentabilidad parten del análisis coste-beneficio, cuya clave es tratar de monetizar los resultados de los viveros en oposición a los gastos para su funcionamiento, de tal modo que las entidades que destinan recursos económicos para cubrir los gastos necesarios para su mantenimiento (inversión y amortización de los inmuebles, gastos operativos y gastos del personal del vivero, etc.) retornen a las arcas de las administraciones públicas la inversión realizada a través de la recaudación de

⁸⁷ El coeficiente de SROI es una comparación entre el valor generado por una iniciativa y la inversión necesaria para lograr ese impacto. Sin embargo, un análisis SROI no debe limitarse a un número, lo que en principio se utiliza para expresar el valor. Por el contrario, presenta un marco para explorar el impacto social en el que la monetización desempeña un papel importante, pero no exclusivo.

impuestos y de las cuotas de Seguridad Social tanto de los trabajadores del vivero como de los emprendedores alojados. En este sentido si los ingresos totales superan a los gastos se podrá afirmar que el vivero es rentable financieramente y, por lo tanto, podemos proponer que también lo sea socialmente ya que supone una contribución neta para la Administración pública.

El problema para poder aplicar un método determinado que evalúe eficientemente el retorno de la inversión parte, como se ha comentado anteriormente, en primer lugar de la inexistencia de un modelo estandarizado de medición de la rentabilidad de los VE (Ferreiro Seoane, 2013; Ortega Cachón, 2012). La Comisión Europea (Comisión Europea, 2010) propone para los proyectos de inversión públicos en general (no sólo para el caso concreto de los VE) obtener el valor monetizado a partir del cociente entre los gastos incurridos por los viveros y los puestos creados, para conocer el coste de cada nuevo empleo. Por su parte la NBIA (International Business Innovation Association) incluye además comparar las subvenciones recibidas por el vivero y el número de alojados y egresados, utilizando los impuestos y aportaciones a la Seguridad Social de las empresas alojadas y sus empleados (Ortega Cachón, 2012).

La utilización de un método de medición de la rentabilidad vendrá determinada por dos factores:

- 1) En primer lugar, por el tipo de evaluación que consideremos más adecuada aplicar a los VE. Consideramos dos tipos de aproximaciones:
 1. Una **evaluación interna** que se materializará mediante la realización de un análisis coste beneficio permitiendo la obtención de flujos de caja a partir de los cuales obtener indicadores que cuantifiquen la rentabilidad económica.
 2. Por otra parte, una **evaluación global** en la que se realizará esta valoración pero centrada en los ingresos y costes generados por la misma pero abarcando el impacto de la acción de los viveros y sus empresas en todas las administraciones, vía fiscal, y que nos ayudará a cuantificar su impacto social, más allá de la rentabilidad individual de los viveros.
- 2) En segundo lugar, abordaremos la problemática en función de la disponibilidad y validez de la información a obtener y su tratamiento, así como la inclusión o no de ayudas y subvenciones públicas.

Tomando como referencia las dos tesis doctorales que han tratado con mayor rigor el fenómeno de los VE en España, aplicando sus particulares metodologías, se pueden observar entre ellas más coincidencias que diferencias:

(1) El primer método, el más conocido, es el planteado por Iñaki Ortega en el año 2011 en su tesis *Medición de impacto socio-económico y evaluación de las políticas de apoyo a emprendedores e impulso a la creación de empresas*. Ortega utiliza el método del retorno sobre la inversión (ROI), que se obtiene de la comparación de flujos negativos con positivos a lo largo de 10 años; siendo los negativos la inversión pública necesaria para implementar una red de seis incubadoras de empresas en la ciudad de Madrid, y los positivos, la parte de la facturación de las nuevas empresas, que han ayudado a que no cierren los viveros, y que supone el retorno a la Administración pública de sus aportaciones vía ingresos fiscales a través del pago de impuestos.

(2) Y la segunda aproximación, es la utilizada por Francisco Ferreiro en el año 2013 en su tesis *Los viveros de empresa en Galicia: una estrategia generadora de riqueza*. Ferreiro plantea un método nuevo (la balanza fiscal aplicada a los VE) a partir de dos metodologías contrastadas que individualmente no se pueden aplicar al caso de los VE, pero que en conjunto suponen una aproximación con resultados interesantes al abordar el cálculo desde una doble perspectiva complementaria: (a) Balanza Fiscal de las Comunidades Autónomas, cuyo propósito es identificar el saldo que supone para una Comunidad Autónoma el total de gastos de la Administración Central en su territorio menos lo que aporta dicha Comunidad a las arcas de la Hacienda Pública y (b) la guía de análisis coste-beneficio de los proyectos de inversión de la Comisión Europea, ya descrita anteriormente. Ferreiro atiende, por una parte, a los ingresos recaudados por la Administración tanto por imposición indirecta (por ejemplo el IVA) como indirecta (IS, IRPF y cuotas a la Seguridad Social), generados por la creación de empresas y comparándolos en un escenario a cinco años con los costes de explotación y mantenimiento de los viveros.

El método del ROI aplicado por Cachón se explicita en la generación de una ratio a partir del cociente de los ingresos totales (fiscales y de pago de arrendamientos) y gastos totales

(inversión y mantenimiento del vivero), y el de la balanza fiscal de Ferreiro, más cercano al modelo de ACB social (Azqueta, 2002), parte del cociente o del saldo generado entre los recursos públicos disponibles para desarrollar la actividad de los viveros (aportaciones y subvenciones públicas y amortizaciones de los inmuebles) y los ingresos fiscales generados por los trabajadores y emprendedores. En ambos métodos la finalidad es la misma: determinar cuántos euros obtiene la sociedad por cada euro invertido. Como se puede observar, la diferencia estriba en la forma de computar los conceptos y partidas de inversión, gastos e ingresos, y en el supuesto de incluir o no las ayudas públicas. Además, y en concreto en el caculo del ROI, Cachón no sólo tiene en cuenta los ingresos fiscales de los trabajadores del vivero y de los viveristas actualmente alojados sino también de los egresados. En lo que coinciden ambos métodos es en no incluir en el cálculo otros impuestos como el Impuesto de Actividades Económicas de las empresas. Esto es debido a que, en los dos estudios referenciados, (incluyendo además el presente) ninguna de las empresas alojadas y constituidas como sociedades factura más de 1.000.000 de euros. De igual manera ocurre con el Impuesto de Bienes Inmuebles, debido a que la mayoría de los viveros están exentos del pago (todos los de gestión municipal, así como las universidades que lo soliciten, pero sí las cámaras de comercio).

Análisis de coste-beneficio según los métodos de cálculo de rentabilidad de viveros de empresas en España

Coste/beneficio	Métodos	
	ROI	Balanza fiscal
Costes recursos públicos destinados	Gastos de inversión: desembolso realizado por la entidad titular en la construcción del vivero y su equipamiento	Amortización anual de los costes de construcción y equipamiento del vivero
	Gastos de mantenimiento y/o operativos: importe de los contratos anuales de limpieza, seguridad, suministros varios y gestión de los viveros	
	Gastos salariales de los trabajadores empleados en los viveros	
	NC	Subvenciones y/o aportaciones de las entidades para el mantenimiento del vivero
Beneficios o ingresos generados por la actividad del vivero	IRPF y cotizaciones a la Seguridad Social de las empresas alojadas en el vivero	
	IRPF y cotizaciones a la Seguridad Social de las empresas egresadas del vivero	NC
	IRPF y cotizaciones a la Seguridad Social de los trabajadores de los viveros	
	Impuesto sobre sociedades	
	Facturación de las empresas alojadas: repercusión del IVA	NC

NC = No contemplado

Tabla 22. Análisis de coste-beneficio según los métodos de cálculo de rentabilidad de viveros de empresas en España

Fuente: elaboración propia a partir de (1) ROI Medición de impacto socio-económico y evaluación de las políticas de apoyo a emprendedores e impulso a la creación de empresas (Ortega Cachón, Iñaki, 2011); y (2) Balanza Fiscal, Los viveros de empresa en Galicia: una estrategia generadora de riqueza (Ferreiro, F., 2013)

En ambos métodos la finalidad es la misma: cuántos euros obtiene la sociedad por cada euro invertido. Como se puede observar, la diferencia estriba en la forma de computar los conceptos y partidas presupuestaria y en el supuesto de incluir o no las ayudas públicas, además y en concreto en el cálculo del ROI no sólo tiene en cuenta los ingresos fiscales de los trabajadores del vivero y de los viveristas actualmente alojados sino también de los egresados. En lo que coinciden ambos métodos es en no incluir en el cálculo otros impuestos: como el Impuesto de Actividades Económicas debido a que, en los dos estudios referenciados, incluyendo además el presente, ninguna de las empresas alojadas y constituidas como sociedades facturan más de

1.000.000 de € y el Impuesto de Bienes Inmuebles, debido a que la mayoría de los viveros están exentos del pago, como es el caso de los de titularidad municipal.

Por otra parte, uno de los objetivos marcados por el Ministerio de Fomento y que es de relativa actualidad⁸⁸ es la racionalización del gasto público. En un contexto económico marcado por la resaca de una crisis financiera sin precedentes, la eficiencia exigida en los proyectos de inversión pública obliga a una revisión de las metodologías tradicionalmente utilizadas.

La rentabilidad de la inversión, y siguiendo las recomendaciones del Ministerio de Fomento y en su concepción general, consistirá en medir la tasa de recuperación de la inversión realizada en los VE a partir de la generación de ingresos, utilizando finalmente indicadores de medición de la rentabilidad, a los que anteriormente ya hemos hecho referencia como son: la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actualizado Neto (VAN) o la relación Beneficio/Coste.

En el caso que nos compete en la presente investigación, en el ámbito de los VE públicos en la Comunidad Valencia, y debido a las limitaciones en la recopilación de información primaria por parte de los gerentes y/o responsables de los viveros en referencia a los costes de amortización y mantenimiento de los viveros (costes operativos y de recursos humanos), así como la importante carencia de subvenciones públicas, debido a las restricciones aplicadas por la Comunidad Valenciana con motivo de la crisis, se ha optado por recurrir a una metodología que combine los métodos aplicados, de tal manera que:

- Se opera por un lado con la sistemática aplicada en el Retorno Social de las Inversiones (SROI), prestando especial atención a las valoraciones y opiniones de los usuarios de los viveros (emprendedores).
- Se acompaña de la información del método de la Balanza Fiscal en aquellos indicadores donde se ha obtenido información válida. En este sentido las hipótesis de trabajo se agrupan en dos grandes grupos: las relativas a

⁸⁸ Nota de servicio 2/2014 sobre prescripciones y recomendaciones técnicas relativas a los contenidos mínimos a incluir en los estudios de rentabilidad de los estudios informativos o anteproyectos de la subdirección general de estudios y proyectos. Ministerio de Fomento. Gobierno de España.

determinar la rentabilidad económica y social, principal objetivo de la tesis, y las relativas a la eficiencia de los recursos disponibles.

8.5. Planteamiento metodológico

Para el cumplimiento de los objetivos marcados en la investigación se ha recurrido a diferentes técnicas de análisis cualitativo y cuantitativo que permitan la recogida y análisis de información primaria y secundaria y que se describen en cada una de las siguientes fases metodológicas.

8.5.1. Fase 1. Análisis exploratorio⁸⁹

Para determinar la metodología de trabajo más adecuada, así como para la construcción de las herramientas necesarias en el trabajo de campo y en la definición de variables se han tenido en cuenta las aportaciones recogidas en la literatura científica: tesis doctorales, estudios e informes, todo ello tanto *on-line*, como *off-line*, lo que se ha reflejado oportunamente en el apartado de bibliografía.

En segundo lugar, se ha construido una base de datos de los VE operativos a diciembre de 2014 en España a través del método de monitorización por Internet, y completada con fuentes secundarias, sobre todo las proporcionadas por FUNCAS y AVIE, del número, origen, antigüedad,

⁸⁹ El análisis exploratorio es un conjunto de procedimientos cuyo objetivo es proporcionar una visión detallada de las variables. Su finalidad es examinar los datos antes de utilizarlos para la aplicación de cualquier técnica, y se basa en el conjunto de herramientas estadísticas que permiten una visualización previa, para ordenarlos y prepararlos para su uso, identificar posibles errores o pautas extrañas, evaluar su calidad y consistencia, observar las principales características de las variables, aplicar el tratamiento de las observaciones ausentes, detectar los valores atípicos u *outliers* y condensar la información mediante el uso conjunto de medidas de resumen y de las técnicas gráficas. En general, se caracteriza por el uso de herramientas con mucha carga visual en busca de patrones no anticipados y requiere una mente abierta para la búsqueda de información y una actitud dispuesta y paciente para el rastreo del comportamiento de las variables (Olivares, 2002).

localización (municipio-provincia-Comunidad Autónoma), tipología, orientación sectorial, titularidad y gestión de todos los VE. El objetivo del análisis exploratorio ha sido doble: por un lado, obtener información de contacto de los VE, por otro, poder realizar un breve análisis de la situación de los VE en España y más concretamente de la Comunidad Valenciana.

8.5.2. Fase 2. Tipo y técnica de investigación

La tesis responde a un tipo de investigación descriptiva debido a que el objetivo de la misma es detallar las características y funciones tanto de los VE como de los emprendedores en un período determinado del tiempo, acotado al año 2014⁹⁰; sin embargo, el análisis exploratorio previo nos conduce a plantear la investigación desde dos perspectivas secuenciales: **cuantitativa y cualitativa**.

En la etapa inicial, **estudio cualitativo**, la técnica principal de obtención de información proviene de fuentes primarias de información y el instrumento de recogida de información utilizado ha sido la entrevista en profundidad estructurada⁹¹ realizada presencial y telefónicamente (en el caso de los viveros de la provincia de Castellón) en los VE y dirigida a los gerentes y/o responsables de los VE. Esta técnica ha sido aplicada en veintiún viveros, sin embargo, en veinte viveros los responsables no pudieron atendernos presencialmente, pero si telefónicamente y contestaron las preguntas a través de un cuestionario *online*.

⁹⁰ Aunque el estudio pretendía hacer una evaluación del periodo 2004-2014, la imposibilidad de recoger información consistente para todo el periodo nos ha obligado a ceñirnos de manera singular a este año. No obstante, la información recogida de diversas fuentes de años precedentes nos permitirá aportar información cualitativa que enriquecerá el estudio.

⁹¹ La entrevista en profundidad es una técnica de obtención de información que se realiza mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales (Quintana, 2000). Existen diferentes tipos de entrevistas en profundidad: informal, no estructurada, semiestructurada, estructurada, etc. Se ha considerado conveniente utilizar la entrevista en profundidad estructurada debido a que se puede ejercer un mayor control sobre la misma, al tener definidos los objetivos específicos, como es el de obtener datos concretos, y mediante un guión ordenado de preguntas abiertas y cerradas.

Entrevistas en profundidad a gerentes y/o responsables de viveros de empresas

La entrevista se estructura en seis grandes bloques de información:

- (1) En el primer bloque, compuesto por siete preguntas, se solicita la información de contacto y origen del vivero.
- (2) El segundo, desde la pregunta ocho hasta la dieciséis, está relacionado con las principales características del vivero: modalidad, titularidad, entidad gestora, tipo de tenencia del inmueble donde se ubica el vivero, vinculaciones con otras redes nacionales e internacionales de VE, orientación del vivero atendiendo tanto al perfil de emprendedor como a la orientación sectorial, capacidad de alojamiento, periodo máximo de estancia, y estrategias promocionales y de comunicación utilizadas para la divulgación del espíritu emprendedor así como para la atracción de actividades emprendedoras.
- (3) En el tercero, desde la pregunta diecisiete hasta la veinte, se solicita información sobre las principales características físicas e intangibles del vivero: superficie, dotaciones, equipamiento, oferta y tipo de alojamientos y oferta de servicios disponibles.
- (4) En el cuarto, desde la pregunta veintiuno hasta la veintisiete, se presta atención a los recursos humanos vinculados al vivero: número y características principales de la plantilla de trabajadores, perfil del gestor o responsable del vivero (formación, experiencia, dedicación, retribución, etc.); y a los recursos económicos disponibles, incidiendo en las inversiones iniciales para su construcción y/o acondicionamiento, ayudas y subvenciones recibidas, gastos de explotación y mantenimiento del vivero, gastos en personal, etc.
- (5) En el quinto, desde la pregunta veintiocho hasta la treinta y siete, se profundiza en las características de los emprendedores alojados y egresados desde el inicio de actividad del vivero: número de emprendedores que han solicitado alojamiento, que han sido alojados, egresados antes de finalizar el periodo de incubación, tasa de supervivencia de los viveristas egresados, criterios y/o requisitos de entrada de emprendedores impuestos por el vivero, obligaciones y derechos de los emprendedores alojados, etc.

- (6) En el último bloque, desde la pregunta treinta y ocho hasta la cuarenta y cinco, se solicita a los gerentes su opinión sobre las principales dificultades que se encontrarán los emprendedores para continuar la actividad una vez egresados del vivero, y, a través de una escala likert de cinco grados, su opinión y valoración sobre los aspectos más importantes y relevantes de la investigación.

En la etapa 2, **estudio cuantitativo**, la técnica principal proviene también de fuentes primarias de información, pero en este caso el instrumento de recogida de información ha sido un cuestionario estructurado con preguntas cerradas dirigido a los líderes de los proyectos empresariales y a los gerentes o responsables de las empresas actualmente alojados en los viveros, utilizando la técnica de encuestación *online*. Una vez recopilados todos los cuestionarios se procedió a su validación y depuración con el objeto de encontrar cuestionarios con inconsistencias, que han sido descartados del estudio por su baja calidad de información.

Cuestionario dirigido a emprendedores

En el cuestionario dirigido a emprendedores la extensión y el número de preguntas se reduce notablemente respecto a las entrevistas en profundidad debido a que el interés se centra más en conocer el perfil del emprendedor alojado en los viveros y en contrastar las opiniones vertidas por los gerentes. En este sentido el cuestionario está integrado por cuatro bloques de información:

1. En el primer bloque, desde la pregunta uno hasta la siete, se solicita información de contacto y de la actividad emprendedora desarrollada por el emprendedor.
2. El segundo, pregunta ocho hasta la diez, está relacionado con las principales características de origen y situación actual del proyecto empresarial.
3. En el tercero, pregunta once hasta la diecinueve, se solicita información sobre el número y características de los componentes vinculados a los proyectos empresariales, perfil sociológico del líder del proyecto (género, edad, formación, situación laboral, experiencia laboral, experiencia académica y/o laboral en la actividad emprendedora), recursos económicos necesarios para

llevar a cabo la actividad, tipología de clientes y mercados a los que se dirige, etc.

4. Y en el cuarto bloque, pregunta veinte hasta la treinta y uno, se profundiza en los principales motivos que conducen a un emprendedor a alojarse en un vivero, las dificultades con las que se encuentra para desarrollar su proyecto empresarial, y, al igual que en la entrevista a gerentes de los viveros, se solicita su opinión y valoración en una escala likert de cinco grados sobre diversos aspectos relacionados con la oferta de dotaciones y servicios de los viveros: estado físico de las dotaciones, oferta y calidad de los servicios ofertados, valoración de la plantilla de trabajadores de los viveros, etc.

8.5.3. Fase 3. Población objeto de estudio

Como se ha indicado anteriormente, se han identificado y cuantificado dos poblaciones objeto de estudio:

Público objetivo 1: gerentes y/o responsables de VE de la Comunidad Valenciana que a fecha de inicio del estudio (enero de 2014) estén operativos. El número total de viveros a estudiar asciende a 43, sin embargo la población de estudio se reduce a 41 debido a que en dos localidades, Moncada y Pinoso, las instalaciones que originariamente se destinaron a la construcción de un vivero actualmente responden a otros usos administrativos.

Público objetivo 2: empresas y/o emprendedores que aún no han constituido su empresa, alojados en los viveros de estudio operativos en el periodo de investigación. La población de estudio asciende a 394 sujetos.

8.5.4. Fase 4. Selección de la muestra

Público objetivo 1: en total se ha obtenido respuestas de los 40 viveros de los 41 operativos, únicamente el vivero de la Universidad Jaume I EspaiTec⁹² rehusó participar en la investigación.

Viveros de empresas de la Comunidad Valenciana incluidos en la investigación

Municipio	Provincia	Titularidad y gestión	Observación
Villena	Alicante	Cámara de Comercio de Alicante	Entrevista realizada
Elche	Alicante	Cámara de Comercio de Alicante	Entrevista realizada
Elche	Alicante	CEEI Elche	Entrevista realizada
Elche	Alicante	UMH-Fundación Quorum	Entrevista realizada
Elda	Alicante	Ayuntamiento-Emudesa	Entrevista realizada
Pinoso	Alicante	Ayuntamiento	No operativo*
Ibi	Alicante	Cámara de Comercio de Alicante	Entrevista realizada
Alcoy	Alicante	Cámara de Comercio de Alcoy	Entrevista realizada
Alcoy	Alicante	CEEI Alcoy	Entrevista realizada
Alicante	Alicante	UA-Fundación General	Entrevista realizada
Alicante	Alicante	UA-Parque Científico de Alicante	Entrevista realizada
Alicante	Alicante	Ayuntamiento-ALDES (Alicante Emprende)	Entrevista realizada
Alicante	Alicante	Ayuntamiento-ALDES (Príncipe Felipe)	Entrevista realizada
Mutxamel	Alicante	Cámara de Comercio de Alicante	Entrevista realizada
Sant Vicente del Raspeig	Alicante	Ayuntamiento	Entrevista realizada
Denia	Alicante	Cámara de Comercio de Alicante	Entrevista realizada
Calpe	Alicante	Ayuntamiento	Entrevista realizada
Torre Vieja	Alicante	Cámara de Comercio de Alicante	Entrevista realizada
Orihuela	Alicante	Cámara de Comercio de Orihuela	Entrevista realizada
Finestrat	Alicante	Cámara de Comercio de Alicante	Entrevista realizada
Benidorm	Alicante	Ayuntamiento	Entrevista realizada

⁹² Para intentar ofrecer el estudio de la forma menos sesgada posible por la ausencia de esta única entidad, se ha realizado una búsqueda de información física (dimensiones, algunas características que se han podido encontrar en redes, etc.), incorporándose el dato si ha estado disponible.

Viveros de empresas de la Comunidad Valenciana incluidos en la investigación

Municipio	Provincia	Titularidad y gestión	Observación
Villena	Alicante	Cámara de Comercio de Alicante	Entrevista realizada
Vinarós	Castellón	Ayuntamiento (Vinalab)-Init SL	Entrevista realizada
Castellón de la Plana	Castellón	CEEI Castellón	Entrevista realizada
Castellón de la Plana	Castellón	Universitat Jaume I-Espaitec	Entrevista no realizada
Villareal	Castellón	Cámara de Comercio de Castellón	Entrevista realizada
Sagunto	Valencia	Cámara de Comercio de Valencia-Ayto.	Entrevista realizada
Moncada	Valencia	Ayuntamiento	No operativo*
Torrent	Valencia	Cámara de Comercio de Valencia-Ayto.	Entrevista realizada
Paterna	Valencia	Cámara de Comercio de Valencia-Ayto.	Entrevista realizada
Paterna	Valencia	CEEI Valencia	Entrevista realizada
Quart de Poblet	Valencia	Ayuntamiento	Entrevista realizada
Manises	Valencia	Ayuntamiento	Entrevista realizada
Picanya	Valencia	Ayuntamiento-CEAM	Entrevista realizada
Xàtiva	Valencia	Cámara de Comercio de Valencia	Entrevista realizada
Buñol	Valencia	Ayuntamiento-Buñol Industrial SA	Entrevista realizada
Requena	Valencia	Cámara de Comercio de Valencia	Entrevista realizada
Algemesí	Valencia	Ayuntamiento	Entrevista realizada
Tavernes de la Valldigna	Valencia	Ayuntamiento	Entrevista realizada
Gandia	Valencia	Cámara de Comercio de Valencia-Ayto.	Entrevista realizada
Ontinyent	Valencia	Cámara de Comercio de Valencia	Entrevista realizada
Valencia	Valencia	Cámara de Comercio de Valencia	Entrevista realizada
Valencia	Valencia	StartUPV	Entrevista realizada
Valencia	Valencia	CREIX-Ayuntamiento	Entrevista realizada

No operativo: el vivero de empresas se ha destinado a otros tipos de uso, la entidad no ha facilitado información al respecto*

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Tabla 23. Viveros de empresas de la Comunidad Valenciana incluidos en la investigación

Fuente: elaboración propia

Público objetivo 2: el número de sujetos entrevistados asciende a 183 sujetos. Este tamaño de la muestra ha supuesto operar con un margen de error estadístico de +/-5,5 para un

intervalo de confianza 95,5% siendo $p=q=0,5$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple. Para alcanzar la muestra seleccionada se han utilizado dos métodos: por un lado, solicitamos a los gerentes de los viveros que nos facilitasen información de los emprendedores alojados y, en segundo lugar, a través de la información publicada en las páginas Web de los viveros donde se incluía un listado de empresas alojadas.

8.5.5. Fase 5. Información secundaria

Paralelamente a la obtención de información primaria se ha recopilado, revisado y analizado toda la información previa disponible (bases de datos, documentos, informes, estudios anteriores, etc.) sobre el objeto de estudio:

Estudios-información-bases de datos	Información	Fuentes/métodos
Los viveros de empresa: fenómeno nacional	Número, distribución regional y características de los viveros en España	Sitios Web de los viveros, literatura relacionada, bases de datos, asociaciones, etc.
Información socioeconómica municipios viveros	Evolución de la población, tasa de paro, sectores productivos, etc.	INE, CIS, SERVEF, Anuario La Caixa, Eurostat, etc.
Viveros y empresas alojadas	Responsable institucional, persona de contacto, empresas alojadas, etc.	<i>On line</i> : búsqueda de datos Webs oficiales <i>Off line</i> : contacto telefónico con responsable
Presupuestos orientados al emprendimiento y creación de empresas	Presupuestos (generales) destinados instrumentos relacionados	BOE, DOGV, webs oficiales, etc.

Tabla 24. Datos de origen de la información utilizada para la elaboración del análisis descriptivo
Fuente: elaboración propia

8.5.6. Fase 6. Metodología de análisis de la información

Una vez recopilada toda la información primaria y secundaria (entrevista a gerentes y/o responsables de los VE, encuesta a emprendedores y explotación de bases de datos de fuentes

oficiales), se ha procedido a la construcción de cinco matrices de datos para su posterior análisis estadístico:

- Matriz “Gerentes Viveros”: la información recopilada en las entrevistas se ha volcado en una matriz del paquete estadístico SPSS para su codificación, recodificación, y depuración y posterior análisis.
- Matriz “Cuenta de resultados y rentabilidad económica”: la información referente a las inversiones, ingresos y gastos de cada uno de los viveros facilitada por los responsables de los mismos ha sido volcada y depurada en una tabla Excel programada posteriormente para realizar los cálculos oportunos.
- Matriz “Emprendedores”: la información recopilada en los cuestionarios dirigidos a emprendedores se ha volcado en una nueva matriz SPSS para su codificación, recodificación, y depuración y posterior análisis.
- Base de datos oficiales: toda la información recopilada de las diferentes bases de datos procedentes de fuentes oficiales ha sido volcada tanto en hojas de cálculo de Excel como en matrices SPSS dependiendo del tipo de análisis a los que han sido sometidos los datos.

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

8.5.6.1 *Tratamiento y análisis de la información*

La estructura seguida para la valoración de la información ha seguido tres apartados diferenciados:

- En la primera parte de la investigación, donde se describen las principales características de los viveros y de los emprendedores, se ha recurrido a un análisis estadístico descriptivo de las variables de estudio utilizando tablas

de doble y triple entrada, ofreciendo distribuciones porcentuales y análisis de la media.

- En la segunda parte, relativa a la justificación de la rentabilidad económica y social de los viveros, se ha construido un modelo de análisis de evaluación de la rentabilidad partiendo de los modelos teóricos estudiados y que se define pormenorizadamente en el apartado “9.5. Medición de la rentabilidad económica y social de los viveros de empresas”.
- En la tercera parte, relativa a la justificación de hipótesis, se ha aplicado en primer lugar una técnica de análisis de relación de variables: el análisis de correlación, con el objeto de establecer la posible asociación entre los recursos disponibles en los viveros (económicos tanto públicos y privados, recursos humanos, físicos e intangibles) y las variables de resultados (ingresos y resultados económicos de los viveros en el año 2014, número de empresas creadas y puestos de trabajo generados).

Análisis de correlación y regresión lineal:

El análisis de correlación estadística determina la relación o dependencia que existe entre dos variables que intervienen en una distribución bidimensional, es decir, determinar si los cambios en una de las variables influyen en los cambios de la otra. En caso de que suceda, diremos que las variables están correlacionadas o que hay correlación entre ellas. La correlación es expresada por un único valor llamado coeficiente de correlación (r), el cual puede tener valores que oscilan entre -1 y $+1$: cuando “ r ” es negativo, una variable (“ x ” o “ y ”) tiende a decrecer cuando la otra aumenta (se trata entonces de una “correlación negativa”, correspondiente a un valor negativo de “ b ” en el análisis de regresión); cuando “ r ” es positivo, en cambio, esto significa que una variable se incrementa al hacerse mayor la otra (lo cual corresponde a un valor positivo de “ b ” en el análisis de regresión):

$$-1 \leq r = \frac{\text{Cov}(X, Y)}{s_X s_Y} = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X}) * (Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2} * \sqrt{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}} \leq +1$$

Propiedades del coeficiente de correlación lineal:

- El coeficiente de correlación no varía al hacerlo la escala de medición.
- El signo del coeficiente de correlación es el mismo que el de la covarianza.
- Si el coeficiente de correlación lineal toma valores cercanos a -1 la correlación es fuerte e inversa, y será tanto más fuerte cuanto más se aproxime a -1.
- Si el coeficiente de correlación lineal toma valores cercanos a 1 la correlación es fuerte y directa, y será tanto más fuerte cuanto más se aproxime a 1.
- Si el coeficiente de correlación lineal toma valores cercanos a 0, la correlación es débil.

Resumen del análisis del coeficiente de correlación entre dos variables:

Valor de R	Descripción
-1,00	Correlación negativa perfecta
-0,75	Correlación negativa fuerte
-0,50	Correlación negativa moderada
-0,25	Correlación negativa débil
0,00	No hay correlación
0,25	Correlación positiva débil
0,50	Correlación positiva moderada
0,75	Correlación positiva fuerte
1,00	Correlación positiva perfecta

Y, en segundo lugar y con el objeto de conocer las posibles relaciones entre las variables explicativas ya indicadas anteriormente, se ha utilizado un método explicativo de la dependencia de variables como es el **análisis de regresión lineal simple**⁹³.

El análisis de correlación, como estudio exploratorio de las variables de estudio, no es un fin en sí mismo, sino que su objetivo es establecer la pertinencia del análisis de regresión. El análisis de regresión es pertinente cuando, como en el caso que nos ocupa, la intención es estudiar la relación entre variables métricas o cuantitativas (por ejemplo: si una mayor aportación de recursos económicos públicos destinados a la construcción y mantenimiento de los VE conlleva una mayor recaudación fiscal). En este sentido nuestro interés radica en:

- Investigar si existe asociación entre las dos variables testeando la hipótesis de independencia estadística.
- Estudiar la fuerza de asociación de las dos variables: coeficiente de correlación.
- Estudiar la fuerza de la relación. En aquellos casos en que el coeficiente de regresión lineal sea cercano a 1 o -1, tendrá sentido considerar la ecuación de la recta que mejor se ajuste a la recta de mínimos cuadrados: si $r=1$ ó -1 entre ambas variables hay dependencia funcional. Uno de los principales usos de la recta será el de predecir o estimar los valores de una variable dependiente (Y) que obtendríamos para distintos valores de otra variable independiente (X).

La ecuación que describe cómo se relaciona (y) con (x) y con un término de error se llama modelo de regresión; en este sentido la ecuación matemática de regresión lineal adoptará la siguiente expresión:

$$y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

Donde β_0 y β_1 son los del modelo. ε es una variable aleatoria, llamada error, que explica la variabilidad en y que no se puede explicar con la relación lineal entre x e y. Los errores, ε , se

⁹³ Se ha descartado como método el análisis de regresión múltiple debido a que en los análisis de correlación previos y de los índices de tolerancia se observó un alto grado de multicolinealidad entre las variables predictoras.

consideran variables aleatorias independientes distribuidas normalmente con media cero y desviación estándar σ . Esto implica que el valor medio o valor esperado de y , denotado por $E(Y/x)$, es igual a $\beta_0 + \beta_1 x$.

Los parámetros, β_0 y β_1 , del modelo se estiman por los estadísticos muestrales b_0 y b_1 , los cuales se calculan usando el método de mínimos cuadrados y dando lugar a la ecuación estimada de regresión lineal simple:

$$\hat{y} = b_0 + b_1 X$$

El método de mínimos cuadrados consiste en hallar los valores b_0 y b_1 que hacen mínima la suma de los cuadrados de las desviaciones entre los valores observados de la variable dependiente, y_i , y los valores estimados de la misma, \hat{y}_i . Es decir se minimiza la suma: $\sum (y_i - \hat{y}_i)^2$. Al aplicar el método se llega al siguiente sistema de ecuaciones simultáneas (llamadas ecuaciones normales de la recta de regresión de y en x), cuya solución da los valores de b_0 y b_1 :

$$\begin{cases} \sum y_i = nb_0 + (\sum x_i)b_1 \\ \sum x_i y_i = (\sum x_i)b_0 + (\sum x_i^2)b_1 \end{cases}$$

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

9. Explotación y análisis de resultados

9.1. Los viveros de empresas en España

El desarrollo de VE en España no ha seguido el mismo ritmo que en otras economías occidentales. En EEUU, país pionero, aparecen en los años 50 y en Europa, sobre todo en los países más grandes de la Unión Europea como Alemania, Francia o Reino Unido, a partir de los años 90. En 1999 el número de VE en la Unión Europea (15 países) ascendía a 911 con una densidad de un vivero⁹⁴ por cada 19.786 empresas, frente a los 38 viveros y una densidad de un vivero por cada 61.816 empresas de España⁹⁵.

Los VE españoles, a diferencia de los americanos, son mayoritariamente de titularidad y gestión pública. Surgen especialmente por el impulso de cinco entidades que tienen como finalidad apoyar a emprendedores en la creación y consolidación de sus iniciativas: cámaras de comercio, ayuntamientos (especialmente a través de las Concejalías de Empleo y de las Agencias de Desarrollo Local), universidades y parques científicos, tecnológicos y/o empresariales, centros

⁹⁴ Empresas censadas en Eurostat y Dirce (INE).

⁹⁵ Enterprise DG (2001) and CSES Research and Ernest & Young “Evaluation of impact of structural Funds on SMEs” (1999). Fuente extraída del estudio “El papel de los viveros de empresa en la creación de empleo”, Consejería de Educación y Empleo de la Comunidad de Madrid (2011).

Europeos de empresas e innovación (CEEIS) y, en menor medida, asociaciones empresariales, añadiendo a éstos el apoyo por parte de los distintos gobiernos nacionales y autonómicos así como de diputaciones y confederaciones de municipios.

A finales de los años 80 empiezan a surgir los primeros VE a través de la disponibilidad de espacios físicos, a precios de alquiler por debajo del mercado, para el alojamiento de emprendedores con o sin empresa constituida, pero con un proyecto empresarial innovador y generador de empleo, junto a un abanico de oferta de servicios para el apoyo y seguimiento de los primeros meses de andadura de los emprendedores.

En el año 2004 el número de viveros en España era de 64 y la densidad de viveros por empresa se había reducido respecto a 1999 a un vivero por cada 54.099 empresas. En el año 2009 (ejercicio en el que la mayoría de analistas coincide en admitir que el país agudiza la recesión económica) el número de viveros ascendía a 215 y una densidad de un vivero por cada 15.755 empresas.

Entre 2008 y 2009 se desarrollan nuevas políticas de empleo especialmente en los ámbitos regionales y locales con la finalidad de potenciar la creación de nuevas empresas por su vinculación directa en la creación de puestos de trabajo. Esto se traduce en que a finales de 2014 el número de VE hubiera alcanzado la cifra de 387 y la densidad por viveros se situó en un vivero por cada 8.060 empresas. En sólo 11 años (periodo 2003-2014) se habían creado 334 viveros, lo que supone un crecimiento del 630,1% y un decremento de la densidad de viveros por empresa de -84,9%.

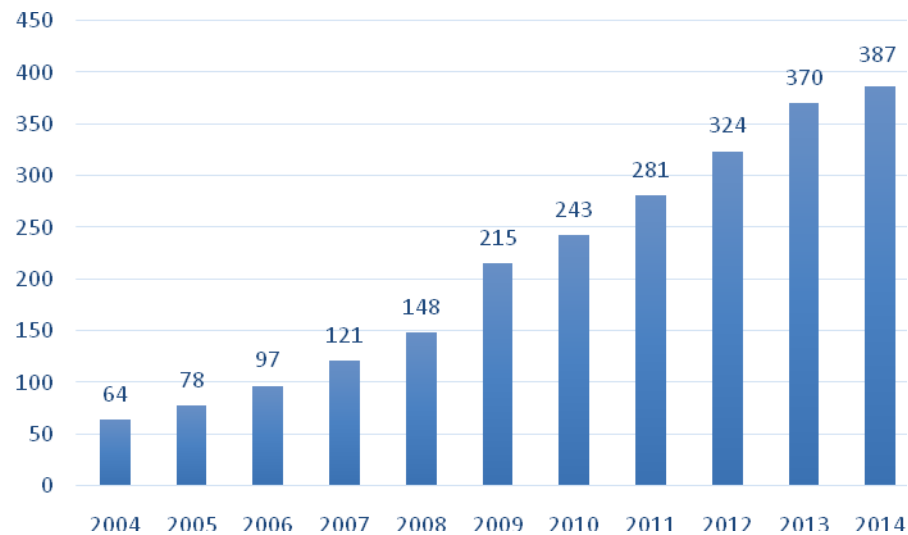


Ilustración 39. Evolución del número de viveros de empresas en España 2004-2014
Fuente: elaboración propia

La aparición de VE ha sido generalizada en todo el territorio, sin embargo, la distribución por Comunidad Autónoma y periodo de análisis no ha sido homogéneo.

1. En el año 2003 el 64,1% de los viveros se localizaban en cuatro comunidades autónomas (Cataluña con 14, Comunidad Valenciana con 8, País Vasco con 6 y Galicia con 6), mientras que cinco comunidades (Aragón, Extremadura, Cantabria, Islas Baleares, La Rioja) y las dos ciudades autónomas (Ceuta y Melilla) no contaban con ningún vivero operativo. En sólo un año se pusieron en marcha 11 más, terminando el ejercicio 2004 con 78 viveros en todo el territorio nacional.
2. En 2009 todas las regiones cuentan al menos con un vivero y se observan incrementos llamativos en el número de viveros en Andalucía, Castilla y León, Islas Canarias o Murcia.
3. En 2014 el 74,4% de los viveros se localiza en ocho comunidades, pero con diferencias notables entre las tres primeras y el resto: Cataluña (55), Andalucía (54), Comunidad Valenciana (43), Castilla y León (29), País Vasco (28), Castilla la Mancha (28), Madrid (27) y Galicia (24). Estas ocho comunidades son, además, las de mayor número de población y empresas censadas por el Instituto Nacional de Estadística.

Evolución del número de viveros de empresas por Comunidad Autónoma: 2003-2014

Comunidad Autónoma	2003		2009		2014		Variación 2003-14	
	N	%	N	%	N	%	Absoluta	%
Cataluña	14	26,4	32	14,9	55	14,2	41	292,9
Andalucía	3	5,7	26	12,1	54	14,0	51	1.700,0
Comunidad Valenciana	8	15,1	26	12,1	43	11,1	35	437,5
Castilla y León	1	1,9	16	7,4	29	7,5	28	2.800,0
País Vasco	6	11,3	15	7,0	28	7,2	22	366,7
Castilla La Mancha	3	5,7	14	6,5	28	7,2	25	833,3
Madrid	3	5,7	14	6,5	27	7,0	24	800,0
Galicia	6	11,3	20	9,3	24	6,2	18	300,0
Islas Canarias	1	1,9	12	5,6	22	5,7	21	2.100,0
Murcia	1	1,9	10	4,7	21	5,4	20	2.000,0
Asturias	4	7,5	13	6,0	16	4,1	12	300,0
Aragón			1	0,5	9	2,3	8	800,0
Extremadura			3	1,4	8	2,1	5	166,7
Cantabria			4	1,9	8	2,1	4	100,0
Navarra	3	5,7	3	1,4	6	1,6	3	100,0
Islas Baleares			3	1,4	4	1,0	1	33,3
Ceuta y Melilla			2	0,9	3	0,8	1	50,0
La Rioja			1	0,5	2	0,5	1	100,0
España	53	100,0	215	100,0	387	100,0	334	630,1

Tabla 25. Evolución del número de viveros de empresas por Comunidad Autónoma: 2003-2014
Fuente: elaboración propia

La Comunidad Valenciana ocupaba en diciembre de 2014 el tercer lugar en número de viveros (43) por detrás de Cataluña y Andalucía. Es la cuarta comunidad con mayor número de empresas (10,6% del total nacional), población (10,7%) y cotizantes a la Seguridad Social (9,8%), y su densidad de empresas por viveros (7.694) y por cotizantes (37.897) se sitúa ligeramente por debajo de la media nacional. Sin embargo, si tenemos en cuenta otras variables que permiten aportar más luz a la situación socioeconómica actual de las distintas regiones españolas y su relación con un mayor o menor número de viveros en el último quinquenio (2009-2014) se

observan las siguientes singularidades:

- El incremento en el número de viveros ha sido más moderado (65,3%) en la Comunidad Valenciana que en las restantes siete comunidades con características similares, a excepción de Galicia, con el menor incremento registrado (20%).
- La destrucción de empresas ha sido más agresiva en la Comunidad Valenciana (-8,8%), siendo además la tercera comunidad española, por detrás de País Vasco (-13,3%) y Murcia (-9,3%), que mayor destrucción relativa de empresas ha experimentado y la segunda en términos absolutos (31.989 empresas), superada únicamente por Andalucía (-41.142).

Densidad de viveros de empresas respecto al número de empresas y cotizantes a la Seguridad Social y por Comunidad Autónoma en el año 2014

Comunidad Autónoma	Empresas-Cotizantes 2014						
	Empresas	Cotizantes Seguridad Social			Viveros	Densidad 1: Emp./viveros	Densidad 2: Cotiz./viveros
		Régimen general	Autónomos	Total			
Islas Baleares	84.270	276.877	79.698	356.575	4	21.068	89.144
Madrid	494.509	2.379.154	365.331	2.744.485	27	18.315	101.648
La Rioja	22.314	89.962	25.927	115.889	2	11.157	57.945
Cataluña	576.565	2.408.281	530.301	2.938.582	55	10.483	53.429
Aragón	88.114	397.159	104.944	502.103	9	9.790	55.789
Andalucía	468.930	2.229.947	484.258	2.714.205	54	8.684	50.263
C. Valenciana	330.855	1.301.076	328.502	1.629.578	43	7.694	37.897
España	3.119.310	13.490.990	3.111.919	16.602.909	387	8.060	42.901
Galicia	191.745	698.776	216.287	915.063	24	7.989	38.128
Extremadura	62.929	283.281	78.694	361.975	8	7.866	45.247
Navarra	41.582	202.486	46.299	248.785	6	6.930	41.464
Islas Canarias	128.518	573.111	112.291	685.402	22	5.842	31.155
Castilla y León	159.473	637.396	201.091	838.487	29	5.499	28.913
País Vasco	149.245	705.340	173.456	878.796	28	5.330	25.197
Cantabria	36.698	153.158	41.710	194.868	8	4.587	24.359

Densidad de viveros de empresas respecto al número de empresas y cotizantes a la Seguridad Social y por Comunidad Autónoma en el año 2014

Comunidad Autónoma	Empresas-Cotizantes 2014						
	Empresas	Cotizantes Seguridad Social			Viveros	Densidad 1: Emp./viveros	Densidad 2: Cotiz./viveros
		Régimen general	Autónomos	Total			
Castilla La Mancha	123.095	458.044	146.127	604.171	28	4.396	21.578
Asturias	66.342	263.645	75.966	339.611	16	4.146	21.226
Murcia	86.782	399.216	93.648	492.864	21	4.132	23.470
Ceuta y Melilla	7.344	34.081	7.389	41.470	3	2.448	13.823

Tabla 26. Densidad de viveros de empresas respecto al número de empresas y cotizantes a la Seguridad Social y por Comunidad Autónoma en el año 2014

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Dirce (INE) y datos de cotizantes en alta el último día del mes de diciembre de 2014 (Ministerio de Empleo y Seguridad Social)

- La tasa⁹⁶ de paro alcanzó en el IV trimestre de 2014 al 23,5% de la población activa: la tercera tasa de paro más alta de las ocho principales comunidades, superada por Andalucía (34,2%) y Castilla-La Mancha (28,5%), sin embargo registra el segundo menor incremento (2009-2014) a nivel nacional en su tasa de paro (13,1%) y ocupa la cuarta posición en destrucción de empleo (-7,2%).

Respecto a los organismos e instituciones que disponen de VE para albergar iniciativas empresariales tanto en su fase embrionaria (pre incubación) como en su fase de desarrollo (incubación) o ya constituidas como empresas, se observa cómo actualmente:

- Los VE de titularidad y gestión municipal (ayuntamientos) representan el 52,7% del total de viveros con un incremento muy notable en el periodo de mayor destrucción empresarial y de empleos (2009-2014) y especialmente en las comunidades de Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid y Murcia.

⁹⁶La tasa de paro en España en el IV T de 2014 se situó en el 23,7% (INE).

- Las cámaras de comercio son la institución que mayor número de VE tiene actualmente operativos (96) representando el 24,8% del total de viveros a nivel nacional, teniendo presencia en la mayoría de lugares donde tiene sede cameral. A diferencia de los ayuntamientos, su mayor expansión se produce en el periodo previo al inicio de la crisis (2004-2009) con 63 nuevas instalaciones y sobre todo en las comunidades de Andalucía, Castilla y León y Comunidad Valenciana.
- Los viveros gestionados por la red de Centros Europeos de Empresas e Innovación (CEEIS) representan el 8,8% del total, y son los primeros centros de apoyo al emprendimientos que aparecen en España, sobre todo en Asturias, Comunidad Valenciana, Navarra y País Vasco, aconteciendo su mayor expansión entre 1991 y 2008.
- Las universidades, a través de fundaciones internas, así como los parques científicos, tecnológicos y empresariales representan el 9,5% del total de viveros con presencia prácticamente en todas las comunidades, y su mayor desarrollo se produce al igual que en las cámaras de comercio en el periodo 2004-2009 con 20 nuevas iniciativas de apoyo al emprendimiento y sobre todo en el País Vasco, Comunidad Valenciana y Madrid.

Evolución del número de viveros de empresas por tipo de organismo

Organismos e instituciones	Periodos de inicio de actividad viveros de empresas						Total 2014		Variación 2003-14	
	1988-2003		2004-2009		2010-2014					
	N	%	N	%	N	%	N	%	Absoluta	%
Cámara de Comercio	7	13,2	63	38,7	26	15,2	96	24,8	89	1.271,4
Ayuntamiento	24	45,3	63	38,7	117	68,4	204	52,7	180	750,0
CEEI	12	22,6	9	5,5	13	7,6	34	8,8	22	183,3
Universidad	7	13,2	20	12,3	9	5,3	36	9,3	29	414,3
Otros*	3	5,7	8	4,9	6	3,5	17	4,4	14	466,7
Total	53	100,0	163	100,0	171	100,0	387	100,0	334	630,2

Tabla 27. Evolución del número de viveros de empresas por tipo de organismo

Fuente: elaboración propia

Otros: Diputaciones, fundaciones, consorcios, asociaciones empresariales, etc.

Evolución del número de viveros de empresas por tipo de organismo

Organismos e instituciones	Periodos de inicio de actividad viveros de empresas						Total 2014		Variación 2003-14	
	1988-2003		2004-2009		2010-2014					
	N	%	N	%	N	%	N	%	Absoluta	%

Evolución (variación %) del número de viveros de empresas, empresas, tasa de paro y cotizantes por Comunidad Autónoma en el periodo 2009-2014

Comunidad Autónoma	Viveros	Empresas	Tasa de paro 2014	Cotizantes
Aragón	800,0	-5,5	42,9	-8,5
Extremadura	166,7	-6,3	45,2	-6,7
Murcia	110,0	-9,3	34,2	-7,9
Andalucía	107,7	-8,1	35,6	-6,6
Ceuta	100,0	-2,7	75,0	1,7
Castilla La Mancha	100,0	-8,5	51,0	-15,4
Cantabria	100,0	-7,4	53,5	-10,4
La Rioja	100,0	-5,1	35,8	-7,9
Navarra	100,0	-3,9	37,6	-7,0
Madrid	92,9	-3,4	29,9	-3,9
País Vasco	86,7	-13,3	46,4	-6,0
Islas Canarias	83,3	-7,8	19,5	-2,5
Castilla y León	81,3	-6,5	45,1	-10,2
España	80,3	-7,0	32,7	-7,4
Cataluña	71,9	-6,9	22,6	-7,1
Comunidad Valenciana	66,7	-8,8	13,1	-7,2
Islas Baleares	33,3	-8,2	5,4	-15,6
Asturias	23,1	-7,7	54,8	-12,2
Galicia	20,0	-4,7	67,8	-11,1
Melilla	-	1,5	25,7	9,1

Tabla 28. Evolución (variación %) del número de viveros de empresas, empresas, tasa de paro y cotizantes por Comunidad Autónoma en el periodo 2009-2014

Fuente: elaboración propia a partir de datos de INE, EPA (IV T 2009 y 2014) y Seguridad Social)

9.2. Caracterización de los viveros de empresas en la Comunidad Valenciana

En el año 2014 había censados en la Comunidad Valenciana 43 inmuebles dedicados a VE, tanto de nueva construcción como de rehabilitación de ya existentes, y en instalaciones independientes (como la mayoría de los gestionados por las cámaras de comercio) o formando parte de entidades de mayor tamaño, y con objetivos diversos como los viveros de los Centros Europeos de Empresa e Innovación y las universidades o Parques Científicos, Tecnológicos o Empresariales, cuya finalidad es la de albergar, asesorar y acompañar a emprendedores y empresas de nueva creación.

En las siguientes páginas abordaremos el análisis de sus principales características, comenzando por su localización a nivel comarcal y provincial; entidades titulares y/o responsables de su gestión; orientación sectorial; tipo de emprendedores a los que pretenden dirigirse; con qué recursos técnicos y humanos cuentan para desarrollar eficazmente su actividad; que obligaciones y derechos tienen tanto los emprendedores como los responsables de los viveros; periodos de estancia; precios por alojamiento, etc. Seguiremos con los indicadores que miden la eficiencia de los viveros y los recursos económicos con los que cuentan, y terminaremos esta sección con el análisis de las principales aportaciones de los viveros a la sociedad en términos de creación de empresas y empleo.

9.2.1. Localización de los viveros de empresas en el interior de la Comunidad Valenciana

La localización de los VE en el interior de Comunidad Valenciana no sigue una distribución homogénea ni a nivel comarcal ni provincial. La provincia de Alicante, que concentra el 38,2% (126.389) de las empresas y el 33,5% (546.246) de los cotizantes a la Seguridad Social de la Comunidad Valenciana cuenta, *a priori*, con un número de viveros superior a su realidad empresarial óptima (21 viveros localizados en ocho de las nueve comarcas en las que se distribuye el territorio), concentra el 48,8% del total de viveros y registra la densidad de empresas

por viveros (1 vivero por cada 6.018 empresas) y cotizantes (1 vivero por cada 26.011 cotizantes) más baja de la región y muy por debajo de la media nacional.

La provincia de Valencia, pese a concentrar el mayor número de empresas y cotizantes (50,3% de las empresas, con un total de 166.382, y el 53,6% de los cotizantes, hasta llegar a los 873.084), cuenta con un menor número de viveros 18 (41,8% del total de viveros de la región) en diez de sus diecisiete comarcas, registrando una densidad de viveros por empresas (1 vivero por cada 9.521 empresas) y por cotizantes (1 vivero por cada 48.504 cotizantes) similar a la media nacional.

La provincia de Castellón registra un menor peso en la región en cuanto a empresas (11,5%, 38.084 empresas) y cotizantes (12,9%, 210.248), y cuenta con 4 viveros en tres de sus siete comarcas, arrojando una densidad de 1 vivero por cada 9.521 empresas y por cada 52.562 cotizantes, similar a la provincia de Valencia y a la media nacional.

Distribución territorial de viveros de empresas, población y cotizantes a la Seguridad Social por comarcas y provincias, 2014

Provincia	Comarca	Viv.	Población	%	Autónomos	%	Régimen general	%	Total Cotizantes	%
Alicante	Alto Vinalopó	1	52.941	1,1	3.419	1,0	12.176	0,9	15.595	1,0
Alicante	El Baix Vinalopó	3	288.504	5,8	16.967	5,2	65.220	5,0	82.187	5,0
Alicante	El Comtat		28.407	0,6	2.163	0,7	6.158	0,5	8.321	0,5
Alicante	El Vinalopó Mitjà	2	170.264	3,4	10.710	3,3	32.463	2,5	43.173	2,6
Alicante	L'Álcoia	3	110.115	2,2	7.424	2,3	22.781	1,8	30.205	1,9
Alicante	L'Alacantí	6	478.973	9,6	26.495	8,1	160.364	12,3	186.859	11,5
Alicante	La Marina Alta	2	178.052	3,6	14.343	4,4	29.019	2,2	43.362	2,7
Alicante	La Vega Baja	2	371.212	7,4	20.968	6,4	59.034	4,5	80.002	4,9
Alicante	La Marina Baixa	2	189.970	3,8	12.566	3,8	37.613	2,9	50.179	3,1
	Sin distribución*				2.532	0,8	3.831	0,3	6.363	0,4
PROVINCIA DE ALICANTE		21	1.868.438	37,3	117.587	35,8	428.659	32,9	546.246	33,5
Castellón	El Alto Mijares		4.147	0,1	310	0,1	723	0,1	1.033	0,1
Castellón	El Alto Palencia		24.835	0,5	2.147	0,7	3.817	0,3	5.964	0,4
Castellón	El Baix Maestral	1	82.650	1,7	6.409	2,0	15.291	1,2	21.700	1,3
Castellón	Els Ports		4.810	0,1	762	0,2	983	0,1	1.745	0,1

Distribución territorial de viveros de empresas, población y cotizantes a la Seguridad Social por comarcas y provincias, 2014

Provincia	Comarca	Viv.	Población	%	Autónomos	%	Régimen general	%	Total Cotizantes	%
Castellón	L'Alcalatén		23.439	0,5	2.129	0,6	7.527	0,6	9.656	0,6
Castellón	La Plana Alta	2	254.991	5,1	16.411	5,0	85.394	6,6	101.805	6,2
Castellón	La Plana Baixa	1	192.636	3,8	11.614	3,5	49.770	3,8	61.384	3,8
	<i>Sin distribución</i>				1.104	0,3	5.857	0,5	6.961	0,4
PROVINCIA DE CASTELLÓN		4	587.508	11,7	40.886	12,4	169.362	13,0	210.248	12,9
Valencia	El Camp de Morvedre	1	90.093	1,8	4.812	1,5	16.093	1,2	20.905	1,3
Valencia	El Camp de Túria		154.973	3,1	11.470	3,5	34.692	2,7	46.162	2,8
Valencia	El Rincón de Ademuz		2.461	0,0	211	0,1	211	0,0	422	0,0
Valencia	El Valle de Cofrentes-Ayora		10.257	0,2	733	0,2	1.955	0,2	2.688	0,2
Valencia	L'Horta Nord	1	225.066	4,5	15.445	4,7	54.227	4,2	69.672	4,3
Valencia	L'Horta Oest	6	348.148	7,0	20.821	6,3	91.618	7,0	112.439	6,9
Valencia	L'Horta Sud		17.4042	3,5	10.516	3,2	43.818	3,4	54.334	3,3
Valencia	La Canal de Navarrés		16.803	0,3	1.204	0,4	2.743	0,2	3.947	0,2
Valencia	La Costera	1	72.320	1,4	5.109	1,6	13.138	1,0	18.247	1,1
Valencia	La Hoya de Buñol	1	43.113	0,9	3.124	1,0	9.168	0,7	12.292	0,8
Valencia	La Plana de Utiel-Requena	1	39.475	0,8	3.544	1,1	5.968	0,5	9.512	0,6
Valencia	La Ribera Alta	1	221.299	4,4	14.330	4,4	52.145	4,0	66.475	4,1
Valencia	La Ribera Baixa		81.279	1,6	5.389	1,6	29.463	2,3	34.852	2,1
Valencia	La Safor	2	176.544	3,5	10.785	3,3	37.220	2,9	48.005	2,9
Valencia	La Vall d'Albaida	1	89.653	1,8	6.636	2,0	20.486	1,6	27.122	1,7
Valencia	Los Serranos		16.948	0,3	1.640	0,5	2.182	0,2	3.822	0,2
Valencia	Valencia	3	786.424	15,7	50.872	15,5	281.050	21,6	331.922	20,4
	<i>Sin distribución</i>				3.388	1,0	6.878	0,5	10.266	0,6
PROVINCIA DE VALENCIA		18	2.548.898	50,9	170.029	51,8	703.055	54,0	873.084	53,6
COMUNIDAD VALENCIANA		43	5.004.844	100,0	328.502	100,0	1.301.076	100,0	1.629.578	100,0

Tabla 29. Distribución territorial de viveros de empresas, población y cotizantes a la Seguridad Social por comarcas y provincias, 2014

Fuente: elaboración propia a partir de la distribución de municipios por comarcas a 1 de enero de 2015 (Instituto Valenciano de Estadística), Padrón de habitantes a 1 de enero de 2014 (INE) y datos de cotizantes en alta el último día del mes de diciembre de 2014 (Ministerio de Empleo y Seguridad Social)

* Sin distribución = cotizantes no adscritos a municipios

Tomando la comarca⁹⁷ como la dimensión territorial que mejor recoge el impacto que supone la presencia de un vivero, se observa que las doce comarcas sin presencia de viveros (36,3% del total de comarcas) representan en términos de cotización a la Seguridad Social el 19,8% (172.946) de la región, sin embargo en el interior de cada provincia también se producen divergencias: en Alicante el porcentaje de cotizantes sin la presencia de un vivero en alguno de sus municipios es únicamente del 1,5%, en Castellón del 8,7% y en Valencia alcanza el 16,7%. Resulta especialmente llamativo que entre tres comarcas como L'Horta Sud, El Camp de Túria y la Ribera Baixa se concentre el 15,5% de los cotizantes a la Seguridad Social de la provincia de Valencia.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

⁹⁷ De acuerdo con lo que apunta Ferreiro Seoane (Ferreiro Seoane, 2013).

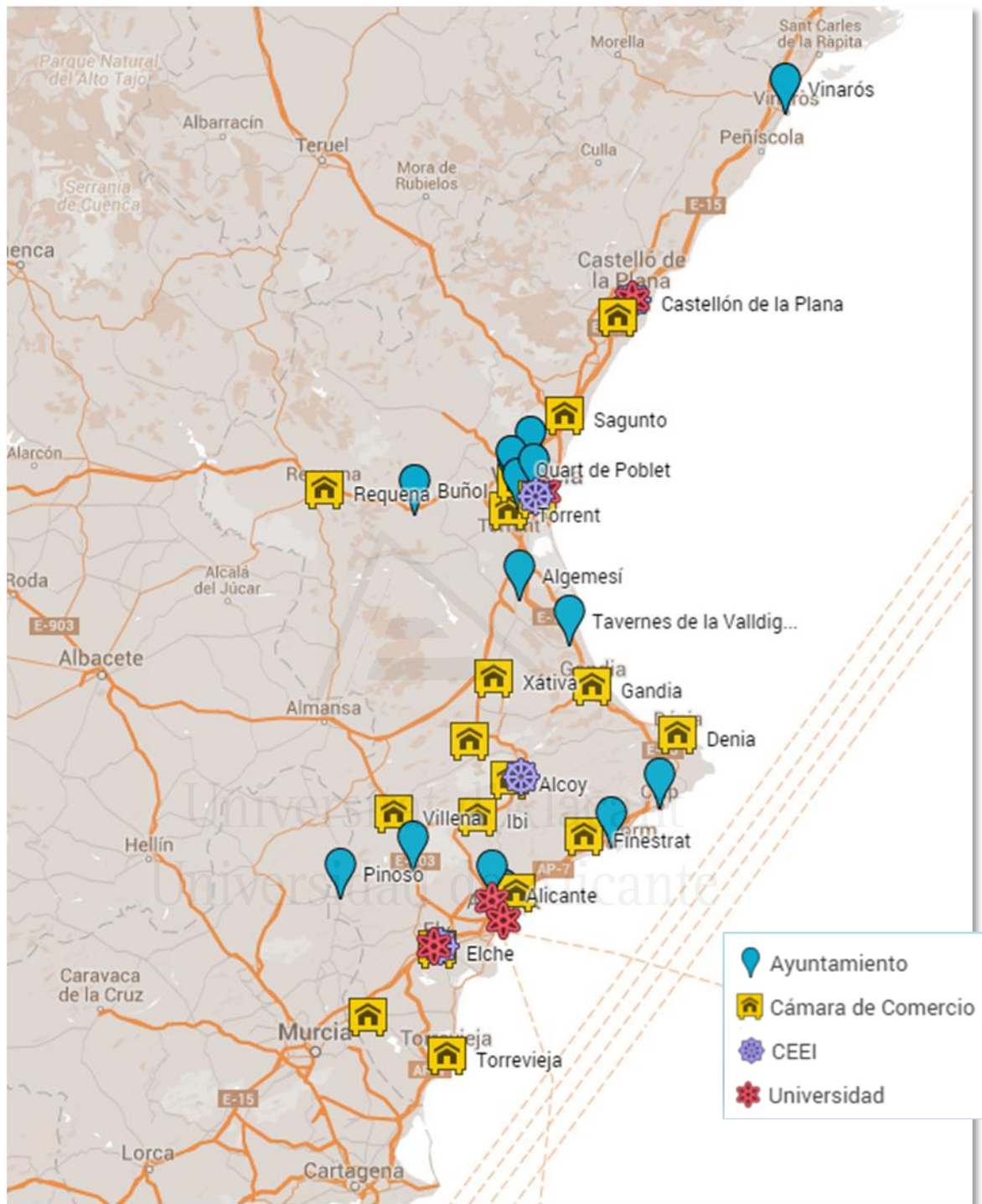


Ilustración 40. Mapa de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana
Fuente: elaboración propia

En un análisis previo y limitado, sin tener en cuenta otros factores tanto endógenos como exógenos, se desprende que existe una correlación positiva y fuerte entre el número de

cotizantes a la Seguridad Social, tanto en régimen general como de autónomos, y la cantidad de viveros a nivel comunidad autónoma. Adicionalmente el análisis de regresión lineal⁹⁸ nos indicaría que en el 57,6% de los casos a mayor número de cotizantes en un territorio hay un mayor número de viveros que ofrecen servicios para la creación de empresas. Madrid es la única comunidad donde no se cumple esta hipótesis. Al descender en el análisis al nivel de las comarcas de la Comunidad Valenciana la correlación entre viveros y cotizantes sigue siendo significativa y positiva, pero con menor fuerza que a nivel de comunidad y la probabilidad se reduce al 33,5%.

Instalar un vivero en una localización determinada supone que debe responder, en primer lugar, a la necesidad de fomentar la actividad empresarial (y, por ende, la creación de empleo) en los municipios y comarcas donde se esté detectando una menor tasa de creación de empresas y/o de empleo más que por criterios relacionados con el volumen de empresas o población, sin embargo la decisión de instalarlo también depende del criterio del promotor o titular principal del mismo:

- Las cámaras de comercio instalan sus viveros en las comarcas donde disponen de sedes camerales, los CEEIs (tres en la Comunidad Valenciana) se localizan en cuatro puntos de la región donde se ha desarrollado tradicionalmente una mayor actividad industrial (como es el caso de los municipios de Castellón, Elche o Alcoy); en cuanto a las universidades públicas, todas disponen de viveros de empresas u otro tipo de iniciativas de fomento del emprendimiento a través de la figura de las fundaciones como son los Parques Científicos y/o Tecnológicos.
- Sólo en el caso de los viveros municipales los criterios de instalación parecen ser más discrecionales: 16 de los 43 VE de la región son de propiedad y gestión municipal y en casos como los municipios de Pinoso (Vinalopó Mitjá), Calpe (La Marina Alta), Moncada (L'Horta Nord), Picanya (L'Horta Oest) y Tavernes de la Valldigna (La Safor) llama la atención la existencia de viveros precisamente por no ser ni los principales

⁹⁸ La probabilidad se incrementa hasta el 94% al correlacionar el número de viveros con el de empresas, sin embargo se ha optado por utilizar el número de cotizantes a la Seguridad Social debido a que no se ha podido obtener el número de empresas censadas a nivel comarcal.

municipios de su comarca ni por representar un peso significativo en la creación de empleo y empresas.

Análisis de correlación entre el número de viveros de empresas y de cotizantes a la Seguridad Social por comunidades autónomas y comarcas en la Comunidad Valenciana

COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Correlación Viveros-Cotizantes 2014		Viveros	Cotizantes
Viveros	Correlación de Pearson	1	,759(**) La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).
	Sig. (bilateral)		,000
	N	17	1
Cotizantes	Correlación de Pearson	,759(**)	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	17	17

Resumen del modelo de regresión: a Variables predictoras: (Constante), viveros de empresas

Modelo	R	R ²	R cuadrado corregida	Error típ. estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. del cambio en F
1	,759(a)	,576	,548	632994,072	,576	20,402	1	15	,000

COMARCAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

Correlación Viveros-Cotizantes 2014		Viveros	Cotizantes
Viveros	Correlación de Pearson	1	,579(**) La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).
	Sig. (bilateral)		,006
	N	21	21
Cotizantes	Correlación de Pearson	,579(**)	1
	Sig. (bilateral)	,006	
	N	21	33

Resumen del modelo de regresión: a Variables predictoras: (Constante), viveros de empresas

Modelo	R	R ²	R cuadrado corregida	Error típ. estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. del cambio en F
1	,579(a)	,335	,300	61586,854	,335	9,590	1	19	,006

En la fase censal del trabajo de campo se detectó que en 19 municipios que no contaban con un VE en el momento de realizar el trabajo de campo una de las propuestas electorales para las elecciones locales de mayo de 2015 de la mayoría de partidos políticos, tanto en el gobierno municipal como en la oposición, era concretamente la instalación de un vivero en las dependencias municipales, y es precisamente en comarcas como L'Alacanti, El Baix Vinalopó o L'Horta Oest, que disponen de tres o más viveros de empresa en funcionamiento, donde se concentra la mayoría de propuestas.

No es objeto de esta tesis tratar de determinar si la instalación de un vivero responde más a criterios políticos que a necesidades reales de creación de empresas y de empleo, pero con la intención de dejar la puerta abierta a nuevas investigaciones consultamos a los gerentes de los viveros su grado de acuerdo o desacuerdo ante la siguiente afirmación: “en la Comunidad Valenciana hay 43 VE y en los próximos meses, según la información publicada en diferentes medios de comunicación, se prevé la apertura de más viveros: ¿considera que la apertura de VE se debe más a criterios políticos que a una necesidad real por parte de la sociedad?”.

La opinión general (Tabla 30. Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes por tipo de titularidad del vivero y provincia ante la afirmación “la apertura de viveros de empresas se debe más a criterios políticos que a una necesidad real por parte de la sociedad”

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas se sitúa en el valor 2,57, que se puede interpretar como una valoración tendente al desacuerdo pero no rotunda ante la intencionalidad de instalar un vivero. Sin embargo, se observan diferencias significativas entre los gerentes de los viveros de los CEEIs y de las universidades y/o Parques Científicos y/o Tecnológicos, que se aproximan a posiciones más radicalizadas anteponiendo las necesidades sociales frente a las políticas; los responsables en las

cámaras de comercio (2,39) se acercaría más a la opinión general pero con un matiz más laxo; y los de los ayuntamientos (2,93) se situarían en un terreno intermedio, pero más escorado hacia la neutralidad de opinión (3=ni acuerdo ni desacuerdo). Por provincias las diferencias de opinión se incrementan sobre todo en la provincia de Valencia (3,19), en la que, pese a situarse en valores cercanos a la valoración neutral, no se descarta la posibilidad de que en algunos municipios se pudiese producir esta situación.

Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes por tipo de titularidad del vivero y provincia ante la afirmación “la apertura de viveros de empresas se debe más a criterios políticos que a una necesidad real por parte de la sociedad”

Provincia	Titularidad del vivero	Media	N	Desv. típica
Alicante	Ayuntamiento	3,50	6	0,548
	Cámaras de Comercio	1,11	9	0,333
	CEEI	1,50	2	0,707
	Universidad	2,00	3	0,709
	Total Alicante	1,94	20	1,211
Castellón	Ayuntamiento	4,00	1	
	Cámaras de Comercio	1,00	1	
	CEEI	4,00	1	-
	Universidad	-	-	-
	Total Castellón	3,00	3	1,732
Valencia	Ayuntamiento	2,29	7	1,380
	Cámaras de Comercio	4,00	8	-
	CEEI	-	-	-
	Universidad	3,00	1	-
	Total Valencia	3,19	16	1,223
Total	Ayuntamiento	2,93	14	1,207
	Cámaras de Comercio	2,39	18	1,501
	CEEI	2,33	3	1,528

Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes por tipo de titularidad del vivero y provincia ante la afirmación “la apertura de viveros de empresas se debe más a criterios políticos que a una necesidad real por parte de la sociedad”

Provincia	Titularidad del vivero	Media	N	Desv. típica
	Universidad	2,00	4	1,414
Total		2,57	39	1,365

Escala: 1 (totalmente en desacuerdo) – 5 (totalmente de acuerdo)

Tabla 30. Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes por tipo de titularidad del vivero y provincia ante la afirmación “la apertura de viveros de empresas se debe más a criterios políticos que a una necesidad real por parte de la sociedad”

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

9.2.2. Titularidad, gestión, antigüedad y estado operativo de los viveros

La titularidad y gestión de los viveros recae en la Comunidad Valenciana normalmente sobre la misma institución o entidad constituyente. No obstante, en el caso de los viveros gestionados por la Cámara de Comercio⁹⁹ y en los municipios de Gandía, Paterna, Sagunto, Torrent, Ibi y Mutxamel la titularidad recae en la Cámara de Comercio, pero en la gestión requiere de la colaboración de técnicos municipales.

Los recursos económicos, técnicos y humanos disponibles para la gestión de los VE, que en los siguientes capítulos se analizará pormenorizadamente, proceden en el caso de los viveros de los ayuntamientos, CEEIs y universidades de recursos propios o derivados de otros departamentos de dichas instituciones. Sin embargo, las cámaras de comercio han visto reducida su capacidad financiera en un 80% y en especial en recursos humanos debido a la derogación de la obligación de pagar el recurso cameral permanente (Real Decreto-Ley 13/2010 de 3 de

⁹⁹En algunos municipios donde se localizan los viveros de las cámaras de comercio se establecen acuerdos previos con los ayuntamientos para su instalación mediante una cesión de suelo para la construcción del vivero o habilitando instalaciones municipales para tal fin.

diciembre¹⁰⁰), necesitando, por tanto, ayuda de los servicios municipales para poder seguir ofreciendo sus servicios.

En el ámbito nacional, el 52,7% de los viveros son de propiedad y gestión municipal frente al 37,2% de la Comunidad Valenciana, seguido por las cámaras de comercio (24,8% a nivel nacional, 41,9% en la Comunidad Valencia), universidades y parques científicos y/o tecnológicos (9,6% y 11,6% respectivamente) y CEEIs (8,8% y 9,3% respectivamente). En la distribución por provincias y comarcas de la Comunidad Valenciana no se observan diferencias significativas respecto a la distribución de pesos y el 79,1% de los viveros son de titularidad municipal o de la Cámara de Comercio.

Titularidad de los viveros de empresas: España vs. Comunidad Valenciana

Titularidad del vivero	España		Comunidad Valenciana	
	N	%	N	%
Ayuntamiento	204	52,7	16	37,2
Cámaras de Comercio	96	24,8	18	41,9
CEEI	34	8,8	4	9,3
Universidad-Parques científicos	37	9,6	5	11,6
Otros	16	4,1		
Total	387	100,0	43	100,0

Tabla 31. Titularidad de los viveros de empresas: España vs. Comunidad Valenciana

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Es necesario destacar que a diferencia de los viveros tutelados por las cámaras de comercio en el resto de instituciones, y en algunas situaciones concretas, se han creado fundaciones y/o empresas públicas o se han articulado mecanismos con entes privados ya existentes para la gestión de los viveros como son:

¹⁰⁰ Este Real Decreto modifica la Ley 3/1993 de 22 de marzo, básica de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, en el sentido que la pertenencia a las cámaras deja de ser obligatoria desapareciendo por tanto el pago del recurso cameral permanente.

- (1) VE de Elda, gestionado por la Empresa Municipal de Urbanizaciones de Elda SA (EMUDESА), que también gestiona y administra viviendas públicas, solares, alquileres, etc.
- (2) Vinalab (en Vinarós), gestionado por la mercantil Init Services for Social Innovation SL, radicada en el País Vasco y que coordina y gerencia diversos centros de innovación social y emprendimiento por toda España.
- (3) VE de Buñol, gestionado por Buñol Industrial SA, fundada en 1990 como sociedad anónima municipal y orientada a la promoción económica y al desarrollo local de Buñol.
- (4) Vivero de la Universidad Miguel Hernández (en Elche), gestionado por la Fundación Quorum, que gestiona paralelamente el Parque Científico y Empresarial de la Universidad.
- (5) Vivero de la Universidad Jaume I (en Castellón de la Plana), gestionado por Espaitec (Parque Científico, Tecnológico y Empresarial de Castellón) y promovido por la Universidad Jaume I y la Confederación de Empresarios de Castellón.
- (6) Vivero de la Universidad Politécnica de Valencia (Startupv), gestionado por la Ciutat Politécnica a través del Instituto Ideas, y que tiene cobertura en los tres campus de la universidad, en Valencia, Gandía y Alcoy.
- (7) Viveros de la Universidad de Alicante. Esta entidad ofrece dos viveros: uno gestionado por la Fundación General de la Universidad y otro gestionado por la Fundación Parque Científico de Alicante¹⁰¹.

¹⁰¹ En el año 1998 la Universidad de Alicante en convenio de colaboración con el Ayuntamiento de San Vicente del Raspeig creó. el primer vivero de empresas situado en el polígono industrial de Canastell, sin embargo, el convenio suscrito entre ambas entidades se rescinde y en el año 2004 la Universidad de Alicante, a través de la Fundación General de la UA, habilita en el antiguo Colegio Mayor un espacio para alojar a empresas. Por parte del Ayuntamiento de San Vicente del Raspeig, el vivero se mantendrá cerrado hasta su reinauguración en el año 2010. Por otro lado, en el año 2012 el Parque Científico de Alicante inaugura el vivero de empresas Innozone en la misma ubicación donde se localiza el vivero de la Fundación General de la UA como alternativa temporal hasta el desarrollo definitivo del parque científico.

En el resto de viveros municipales la gestión emana (y por lo tanto los recursos técnicos y humanos) de las concejalías de empleo y fomento y/o de las agencias de desarrollo local de cada ayuntamiento.

En cuanto a la antigüedad de los viveros tampoco se observan en general diferencias entre la Comunidad Valenciana y el resto de territorios. En ambos casos la antigüedad media está en torno a los siete años y el 50% de los viveros iniciaron su actividad a partir del año 2009. Por organismos se observan diferencias llamativas especialmente en los viveros de titularidad municipal y de los CEEIs: mientras que la antigüedad media en los ayuntamientos es de 6 años a nivel nacional, en la Comunidad Valenciana se reduce a 4 (10 de los 16 viveros iniciaron su actividad en el año 2012 y años posteriores) y en los CEEIs la diferencia aún es mayor sobre todo porque los cuatro CEEIs de la Comunidad Valenciana (Elche, Alcoy, Castellón y Paterna) iniciaron su actividad en la década de los 90 del pasado siglo, siendo de las primeras iniciativas de fomento y apoyo al emprendimiento registradas en España que se plasmaron con la puesta en marcha de una incubadora de empresas. En los viveros universitarios sí hay una dispersión mayor: los viveros de la UA (Fundación General) y la UMH (Fundación Quorum) son los primeros en iniciar su actividad en los años 2004 y 2005 respectivamente; en 2009 inicia la actividad el vivero de la Universitat Jaume I y en 2012 Startupv de la Universitat Politècnica de Valencia.

Antigüedad media de los viveros de empresas: España vs. Comunidad Valenciana

Titularidad del vivero	España			Comunidad Valenciana		
	Media (años)	N	Desv. típica	Media (años)	N	Desv. típica
Ayuntamiento	6	204	5,139	4	16	5,574
Cámaras de Comercio	7	96	3,516	7	18	2,500
CEEI	10	33	8,857	22	4	3,697
Universidad	8	35	4,287	6	5	3,564
Otros	8	16	5,239			
Total	7	384	5,313	7	43	6,189

Tabla 32. Antigüedad media de los viveros de empresas: España vs. Comunidad Valenciana
 Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Operatividad

Hasta el momento hemos tratado la información disponible de los viveros considerándolos como equipamientos construidos o reformados para tal fin y, en este sentido, el número de viveros en la Comunidad Valenciana ascendía a 43 a fecha de 31 de diciembre de 2014. Sin embargo, si atendemos a las diferentes definiciones de VE (aspecto por otro lado ya desarrollado en capítulos anteriores, véase a partir de la página 292) y que responden en síntesis a un espacio facilitado por las diversas instituciones para dar apoyo, alojamiento, asesoramiento, formación y/o soporte a emprendedores en sus primeras etapas de creación de empresa, y a que para el objeto de la presente tesis además introducimos el concepto de “operatividad”, es decir, que en el periodo de realización del trabajo de campo el vivero tenga a emprendedores y/o empresas alojadas o en proyecto¹⁰² de alojamiento, el número de viveros que cumple con los criterios mencionados se reduce a 41:

- Dos equipamientos que inicialmente fueron destinados como VE se han orientado actualmente hacia otros usos: el VE de Pinoso en la comarca de El Vinalopó Mitjá (provincia de Alicante), que cuenta con cuatro naves industriales y cuya única gestión por parte del ayuntamiento es la de arrendar las naves por una duración de 10 años, y el VE de Moncada en la comarca de L’Horta Nord (provincia de Valencia) que, a través de la empresa pública Pensa (Promoción Económica de Moncada), construyó en el polígono industrial Moncada III un espacio de oficinas y módulos industriales para emprendedores y que actualmente no cuenta con emprendedores alojados y del que se desconoce su uso¹⁰³.

Además de los 41 operativos, hay 2 que actualmente no tienen empresas alojadas:

- VE CREIX Valencia, gestionado por el ayuntamiento a través de la iniciativa Valencia Emprende. El vivero inició la actividad en el año 2012, pero desde

¹⁰²En el trabajo de campo solicitamos a los responsables del vivero que nos indicaran a fecha de cierre del cuestionario (junio de 2015) el número de empresas que habían estado alojadas en el año 2014.

¹⁰³ En el trabajo de campo se ha tratado de obtener información sobre la operatividad del vivero de empresas de Moncada y los responsables del mismo no han aportado información al respecto.

octubre de 2014 no hay empresas alojadas ni equipo gestor debido, y según nos han transmitido desde el ayuntamiento, a estar en proceso de reactivación de servicios.

- VE de Benidorm. El vivero está operativo desde el año 2006 y hasta diciembre de 2013 contaba con empresas alojadas. Sin embargo, actualmente no hay empresas que utilicen sus servicios.

Por otro lado, independientemente de que el vivero se encuentre operativo o no, también nos encontramos con viveros que son meras soluciones residenciales con reducido equipamiento y que no incluyen servicios más que los proporcionados por los departamentos de Desarrollo Local y Fomento del Empleo de los diferentes ayuntamientos y que son los comunes para cualquier ciudadano. En este caso incluiríamos el vivero de San Vicent del Raspeig en la comarca de L'Alcantí (provincia de Alicante), cuyo equipamiento se reduce a la disposición para emprendedores de despachos y naves industriales, aparcamiento y baños, y servicio de limpieza de los espacios comunes, y las naves nido de los viveros de la Cámara de Comercio en Ibi en la comarca de L'Alcoia y en Mutxamel en la comarca de L'Alcantí (ambos en la provincia de Alicante) con naves industriales, aparcamiento y baños, sin personal directivo ni técnico en las instalaciones y prestando servicios de asesoramiento básico en la sede cameral del municipio de Alicante.

Viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: titularidad, gestión, año de inicio de actividad y operatividad

Municipio	Comarca	Titularidad y gestión	Año inicio	Operatividad
Villena	Alto Vinalopó	Cámara de Comercio de Alicante	2005	Operativo
Elche	El Baix Vinalopó	Cámara de Comercio de Alicante	2009	Operativo
Elche	El Baix Vinalopó	CEEI Elche	1990	Operativo
Elche	El Baix Vinalopó	UMH-Fundación Quorum	2005	Operativo
Elda	El Vinalopó Mitjá	Ayuntamiento-Emudesa	1995	Operativo
Pinoso	El Vinalopó Mitjá	Ayuntamiento	2014	No operativo***
Ibi	L'Alcoia	Cámara de Comercio de Alicante	2010	Operativo
Alcoy	L'Alcoia	Cámara de Comercio de Alcoy	2009	Operativo
Alcoy	L'Alcoia	CEEI Alcoy	1988	Operativo

Viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: titularidad, gestión, año de inicio de actividad y operatividad

Municipio	Comarca	Titularidad y gestión	Año inicio	Operatividad
Alicante	L'Alacantí	UA-Fundación General	2004	Operativo
Alicante	L'Alacantí	UA-Parque Científico de Alicante	2012	Operativo
Alicante	L'Alacantí	Ayuntamiento-ALDES (Alicante Emprende)	2006	Operativo
Alicante	L'Alacantí	Ayuntamiento-ALDES (Príncipe Felipe)	2013	Operativo
Mutxamel	L'Alacantí	Cámara de Comercio de Alicante	2007	Operativo
Sant Vicente del Raspeig	L'Alacantí	Ayuntamiento	2010	Operativo
Denia	La Marina Alta	Cámara de Comercio de Alicante	2011	Operativo
Calpe	La Marina Alta	Ayuntamiento	2000	Operativo
Torreveija	La Vega Baja	Cámara de Comercio de Alicante	2008	Operativo
Orihuela	La Vega Baja	Cámara de Comercio de Orihuela	2004	Operativo
Finestrat	La Marina Baixa	Cámara de Comercio de Alicante	2011	Operativo
Benidorm	La Marina Baixa	Ayuntamiento	2006	Operativo
PROVINCIA DE ALICANTE				
Vinarós	El Baix Maestral	Ayuntamiento (Vinalab)-Init SL	2013	Operativo
Castellón de la Plana	La Plana Alta	CEEI Castellón	1997	Operativo
Castellón de la Plana	La Plana Alta	Universitat Jaume I-Español	2009	Operativo
Villareal	La Plana Baixa	Cámara de Comercio de Castellón	2006	Operativo
PROVINCIA DE CASTELLÓN				
Sagunto	El Camp de Morvedre	Cámara de Comercio de Valencia-Ayto.*	2004	Operativo
Moncada	L'Horta Nord	Ayuntamiento	2014	No operativo***
Torrent	L'Horta Oest	Cámara de Comercio de Valencia-Ayto.*	2009	Operativo
Paterna	L'Horta Oest	Cámara de Comercio de Valencia-Ayto.*	2009	Operativo
Paterna	L'Horta Oest	CEEI Valencia	1991	Operativo
Quart de Poblet	L'Horta Oest	Ayuntamiento	2012	Operativo
Manises	L'Horta Oest	Ayuntamiento	2013	Operativo
Picanya	L'Horta Oest	Ayuntamiento-CEAM	2011	Operativo
Xàtiva	La Costera	Cámara de Comercio de Valencia	2006	Operativo
Buñol	La Hoya de Buñol	Ayuntamiento-Buñol Industrial SA	2014	Operativo

Viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: titularidad, gestión, año de inicio de actividad y operatividad

Municipio	Comarca	Titularidad y gestión	Año inicio	Operatividad
Requena	La Plana de Utiel-Requena	Cámara de Comercio de Valencia	2004	Operativo
Algemesí	La Ribera Alta	Ayuntamiento	2014	Operativo
Tavernes de la Valldigna	La Safor	Ayuntamiento	2013	Operativo
Gandía	La Safor	Cámara de Comercio de Valencia-Ayto.*	2010	Operativo
Ontinyent	La Vall d'Albaida	Cámara de Comercio de Valencia	2007	Operativo
Valencia	Valencia	Cámara de Comercio de Valencia	2004	Operativo
Valencia	Valencia	StartUPV	2012	Operativo
Valencia	Valencia	CREIX-Ayuntamiento	2012	No operativo**
PROVINCIA DE VALENCIA				

Tabla 33. Viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: titularidad, gestión, año de inicio de actividad y operatividad

Cámara de Comercio de Valencia-Ayto. *: la Cámara de Comercio es el titular y gestor del vivero con apoyo técnico y humano por parte del ayuntamiento

No operativo **: actualmente el vivero está en reformas y no aloja temporalmente a empresas

No operativo ***: el vivero de empresas se ha destinado a otros tipos de uso, la entidad no ha facilitado información al respecto

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

9.2.3. Modalidad de alojamiento, orientación y criterios de entrada

Con el objetivo de poder establecer una primera clasificación de los viveros valencianos a partir de diversas variables contrastadas con la literatura científica y relacionadas con el objeto de estudio, se ha realizado una primera clasificación a partir de cuatro variables:

9.2.3.1 Modalidad de alojamiento

Solicitamos a los gerentes de los viveros que nos indicasen el tipo de oferta de alojamiento que facilitan a los emprendedores y el tipo específico de alojamiento en función de las características del espacio ofertado: despachos o naves industriales.

- *Vivero físico-presencial* = los emprendedores se alojan físicamente en el vivero.

- *Vivero virtual* = los emprendedores disponen de los servicios comunes del vivero: salas de reuniones, salas de formación, etc., pero sin alojarse físicamente.
- *Vivero mixto físico-virtual* = el vivero ofrece las dos posibilidades de alojamiento.

El 83,7% de los viveros ofrece exclusivamente un alojamiento físico, solamente cuatro viveros ofrecen la opción de un alojamiento mixto: los dos viveros vinculados a las universidades Miguel Hernández y Jaume I, el vivero del Parque Científico de Alicante y los CEEIs de Alcoy y Castellón; no obstante y pese a disponer de una doble opción de alojamiento el 90% de las empresas alojadas lo hacen de forma presencial.

En cuanto a las características del espacio ofertado, la mayoría (81,6%) de los viveros oferta espacios para alojar empresas únicamente en despachos individuales o dobles; en cuatros viveros sólo se ofertan naves industriales: Príncipe Felipe (en el municipio de Alicante y de titularidad municipal), el vivero municipal de Elda y las naves nido de la Cámara de Comercio en los municipios de Ibi y Mutxamel. En otros cuatro viveros se oferta la doble opción despachos y/o naves industriales o locales industriales: CEEI de Elche, CEEI de Castellón, CEEI de Valencia y el vivero municipal del municipio de Sant Vicent del Raspeig.

9.2.3.2 Orientación atendiendo al perfil del emprendedor

A este respecto se preguntó a los gerentes sobre cuál es el perfil del emprendedor que puede alojarse en el vivero (público objetivo) en función de la etapa de vida de su proyecto empresarial y/o de su procedencia considerando este aspecto como el principal requisito de entrada:

(1) Pre incubación de empresas (emprendedores que aún no han constituido jurídicamente su empresa, incluyendo *spin off* de departamentos de investigación universitaria).

(2) Vivero de empresas dirigido a emprendedores con empresas constituidas con una antigüedad igual o inferior a 1 año.

(3) VE dirigido a empresas con empresas constituidas con una antigüedad superior a 1 año.

(4) *Spin off* de una empresa existente.

(5) VE dirigido a todo tipo de emprendedores.

Los viveros de la Comunidad Valenciana tienden a reclutar a emprendedores con empresas ya constituidas (73,2% de los casos); el 26,8% restante (11 viveros) admite tanto a emprendedores en fase de pre incubación como a empresas ya constituidas.

Orientación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: orientación del perfil del emprendedor-titularidad del vivero

Orientación perfil emprendedor		Titularidad del vivero				Total
		Ayuntamiento	Universidad	Cámara de comercio	CEEI	
Pre incubación y empresas antigüedad < 1 año	N	1				1
	% columnas	7,1				2,4
Pre incubación y todo tipo de emprendedor	N	1	5		4	10
	% columnas	7,1	100,0		100,0	24,4
Sin pre incubación: empresas antigüedad < 1 año	N	6		16		22
	% columnas	42,9		88,9		53,7
Sin pre incubación: empresas antigüedad max. 2 años	N	6		2		8
	% columnas	42,9		11,1		19,5
Total	N	14	5	18	4	41
	% columnas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 34. Orientación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: orientación del perfil del emprendedor-titularidad del vivero

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

La carencia de oferta de alojamiento para proyectos embrionarios (pre incubación) nos

indica:

- En primer lugar, que hay un déficit entre los viveros valencianos respecto a su capacidad de formar proyectos empresariales de futuro debido a la necesidad por parte de las instituciones responsables de destinar más recursos técnicos y económicos a labores de formación, asesoramiento, seguimiento y estrategia de negocio que faciliten el desarrollo de las nuevas ideas de negocio.

- Y en segundo lugar, que entre los organismos que admiten a emprendedores en pre incubación se observa que de los once casos detectados nueve corresponden a los cinco universitarios y los cuatro CEEIs, mientras que entre los ayuntamientos sólo en dos de los catorce viveros municipales se admiten en esta fase (Vinalab (Vinarós) y Tavernes de la Valldigna) y en ninguno de los viveros de las respectivas cámaras de comercio.

9.2.3.3 Orientación sectorial del vivero

La vocación u orientación sectorial del vivero dependerá (o al menos debería depender, si nos atenemos al resultado de la pregunta explicada en el punto 9.2.1) de diversos factores: la tradición empresarial del municipio o comarca donde se localiza el vivero, los problemas de desempleo y desarrollo, la cercanía a otros viveros, la filosofía empresarial de la institución titular, etc. En este sentido hay diversas tipologías de viveros dependiendo de la orientación sectorial o tecnológica (especialmente entre los viveros universitarios). En nuestro caso hemos optado por la clasificación, con una variación marginal, del modelo propuesto por Vaqueiro¹⁰⁴ y Ferreiro, que los agrupa en cinco grandes grupos:

- a) Servicios: proyectos empresariales orientados a todos los sectores de actividad desarrollados especialmente por profesionales (abogados, arquitectos, consultores, formadores, agentes comerciales, etc.).

¹⁰⁴ “Los viveros de empresas en Galicia: una estrategia generadora de riqueza” (Ferreiro, Francisco José, 2013).

- b) Industriales: sin excluir actividades.
- c) Tecnológicos: en áreas como la biotecnología, informática, desarrollo de nuevos materiales, etc.
- d) Generales (o de uso múltiple): donde tiene cabida cualquier tipo de proyecto empresarial.
- e) Especializados: enfocados a nichos concretos.

En la clasificación propuesta en esta investigación, los grupos se han reducido a cuatro: servicios, industria, tecnológicos (viveros que otorgan una mayor importancia a alojar en sus dependencias proyectos de innovación tecnológica, pero sin excluir otros sectores) y tecnológicos 2 (viveros exclusivamente tecnológicos). Pero posteriormente y para una mejor comprensión de los datos reduciremos a tres: tecnológicos, industriales y servicios.

Tres viveros (7,3%) son de orientación industrial, aunque admiten también a empresas de actividades diversas como la distribución comercial o la construcción, con mayores necesidades de espacio y promovidos por los ayuntamientos y las cámaras de comercio; 22 (53,6%) son viveros de servicios, sobre todo gestionados por la Cámara de Comercio y los ayuntamientos, sin observarse diferencias llamativas por comarcas de ubicación; 12 (29,2%) admiten un gran abanico de proyectos, pero priorizan la entrada de proyectos de innovación tecnológica; y cuatro (9,7%) son viveros tecnológicos orientados a dar servicios a los propios departamentos de investigación de las universidades o proyectos vinculados a las distintas fundaciones: Spaitec, Innozone (Fundación Parque Científico de Alicante), Fundación Quorum y StartUPV.

Orientación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: orientación sectorial del vivero- titularidad del vivero

Orientación sectorial del vivero		Titularidad del vivero				Total
		Ayuntamiento	Universidad	Cámara de comercio	CEEI	
Servicios	N	6		16		22
	% columnas	42,9		88,9		53,6
Industria	N	1		2		3

	% columnas	7,1		11,1		7,3
Tecnológicos	N	7	1		4	12
	% columnas	50,0	20,0		100,0	29,2
Tecnológicos 2	N		4			4
	% columnas		80,0			9,7
Total	N	14	5	18	4	41
	% columnas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 35. Orientación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: orientación sectorial del vivero-titularidad del vivero

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

9.2.3.4 Otros criterios específicos de entrada

La última variable utilizada está relacionada con otros requisitos de entrada solicitados a los emprendedores para poder alojarse en el vivero. En este sentido se preguntó a los gerentes que indicasen los cinco principales requisitos de una lista de diez opciones: (a) Viabilidad económica del plan de negocio; (b) Sector económico al que se dirige el emprendedor; (c) Grado de innovación del proyecto empresarial; (d) Proyecto empresarial generador de puestos de trabajo; (e) Experiencia profesional previa del emprendedor; (f) Formación académica del emprendedor principal; (g) Que el emprendedor resida en el municipio donde se localiza el vivero; (h) Que el emprendedor resida en la Comunidad Valenciana; (i) Que el emprendedor cumpla con algún criterio específico del municipio donde se aloja, como por ejemplo: colectivos de difícil inserción laboral, emprendedores menores de 30 años, etc.; (j) El nivel de riesgo financiero del proyecto empresarial.

Del informe “Los servicios que prestan los VE en España: ranking 2013” elaborado por la Fundación de las Cajas de Ahorros (Funcas) en el año 2014 a través de la consulta realizada a los gerentes o responsables de 89 viveros de todas las comunidades autónomas españolas, se desprende que los principales criterios expuestos por los viveros para admitir a emprendedores son: los sectores empresariales a los que se dirigen y que las empresas sean de nueva creación; además, el 45% de los entrevistados indica que en sus viveros se encuentran implementados otros criterios para seleccionar proyectos. En los viveros valencianos este porcentaje se incrementa hasta el 85%, no siendo determinantes pero si excluyentes en situaciones de exceso

de demanda.

En la *Tabla 36. Otros criterios específicos de entrada al vivero (% de respuestas afirmativas)*

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresasse puede observar cómo los cinco principales criterios de entrada están relacionados con la viabilidad económica del plan de negocio propuesto por el emprendedor, con que el proyecto genere empleos, el grado de innovación del proyecto, el lugar de residencia del emprendedor y su formación académica. Llama la atención que la experiencia profesional previa del emprendedor sólo sea importante para el 17% de los entrevistados, especialmente en los viveros de los ayuntamientos y los CEEIs, y más aún que no se tenga en cuenta el riesgo financiero que debe asumir el emprendedor para poder llevar a cabo su proyecto (opción no consignada por ningún entrevistado). Nuevamente en este aspecto se observan diferencias entre los modelos de viveros universitarios¹⁰⁵ y de los CEEIs, más interesados en las capacidades reales del emprendedor, frente a los de ayuntamientos y cámaras de comercio, donde la viabilidad del plan de negocio y la residencia del emprendedor parecen ser decisorias en la admisión.

Otros criterios específicos de entrada al vivero (% de respuestas afirmativas)

Criterios específicos	Ayuntamiento	Universidad	Cámara de Comercio	CEEI	Total
Viabilidad económica del plan de negocio	92,3	50,0	88,9	66,7	86,1
Proyecto empresarial generador de puestos de trabajo	69,2	100,0	38,9	33,3	51,4
Grado de innovación del proyecto empresarial	69,2	100,0		100,0	37,1
Que el emprendedor resida en la Comunidad Valenciana	15,4		50,0	33,3	34,3
Formación académica del emprendedor principal		100,0	44,4		25,7
Que el emprendedor resida en el municipio del vivero	38,5		11,1		20,0

¹⁰⁵ En el vivero Centro de Creación de Empresas de la UA (Fundación General de la UA) el requisito principal de acceso es que uno de los miembros de la iniciativa empresarial sea estudiante o egresado de la universidad en los últimos tres años, y en el vivero Innozone (Fundación Parque Científico de Alicante) la empresa alojada debe formar parte de la Fundación.

Experiencia profesional previa del emprendedor	38,5			33,3	17,1
Que el emprendedor cumpla con otro criterio específico	23,1				8,3

Tabla 36. Otros criterios específicos de entrada al vivero (% de respuestas afirmativas)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Partiendo del análisis expuesto y utilizando como variable determinante la orientación sectorial del vivero podríamos establecer una primera aproximación de categorización de viveros en tres grandes grupos, que nos ayudará posteriormente en el resto de tratamientos estadísticos:

Grupo 1: orientación tecnológica. Este grupo lo conforman diez viveros que ofertan una modalidad de alojamiento tanto física como virtual en despachos y naves industriales. Están dirigidos tanto a proyectos de pre incubación como a todo tipo de emprendedores, localizados en las tres provincias de la región, con una orientación sectorial abierta a cualquier actividad económica, pero priorizando la innovación tecnológica de los proyectos y con cuatro requisitos deseables para admitir a emprendedores: formación académica del emprendedor, viabilidad de su plan de negocio, que sea un proyecto generador de puestos de trabajo y con un elevado grado de innovación.

Categorización de viveros. Grupo 1: orientación tecnológica

Vivero	Ori. sectorial	Perfil emprendedor	Modalidad	Espacio
CEEI Alcoy	General 2	Incubación-todo tipo de emprendedor	Mixto	Despachos
CEEI Castellón	General 2	Incubación-todo tipo de emprendedor	Mixto	Despachos-naves
CEEI Elche	General 2	Incubación-todo tipo de emprendedor	Físico	Despachos-naves
CEEI Valencia	General 2	Incubación-todo tipo de emprendedor	Físico	Despachos-naves
Espaitec-Univesitat Jaume I	General 2	Incubación-todo tipo de emprendedor	Mixto	Despachos
Fundación Quorum-UHM	General 2	Incubación-todo tipo de emprendedor	Mixto	Despachos
Fundación General-UA	General 2	Incubación-todo tipo de emprendedor	Físico	Despachos
Innozone F.-Parque Científico Alicante	General 2	Incubación-todo tipo de emprendedor	Mixto	Despachos
Stat UPV	General 2	Incubación-todo tipo de emprendedor	Físico	Despachos
Vivero municipal (Vinalab) Vinarós	General	Incubación-todo tipo de emprendedor	Físico	Despachos

Tabla 37. Categorización de viveros. Grupo 1: orientación tecnológica

Grupo 2: orientación industrial. Este grupo lo conforman cinco viveros que ofertan una

única modalidad de alojamiento (física) en naves industriales, está dirigido a emprendedores con empresas ya constituidas y con una antigüedad inferior a 1 año, localizado en polígonos industriales de la provincia de Alicante, con una orientación hacia el sector industrial y estableciendo dos requisitos de entrada: viabilidad del plan de negocio y que la empresas generen puestos de trabajo sobre todo entre los residentes de los municipios donde se encuentran.

Categorización de viveros. Grupo 2: orientación industrial

Vivero	Ori. sectorial	Perfil emprendedor	Espacio
Vivero municipal de Elda	Industria	Empresas antigüedad < 1 año	Naves
Vivero de Ibi (C. de Comercio de Alicante)	Industria	Empresas antigüedad < 1 año	Naves
Vivero de Mutxamel (C. de Comercio de Alicante)	Industria	Empresas antigüedad < 1 año	Naves
Vivero municipal de San Vicente del Raspeig	General	Empresas antigüedad < 1 año	Despachos-naves
Vivero municipal 'Príncipe Felipe' de Alicante	General	Empresas antigüedad < 1 año	Naves

Todos los viveros ofertan alojamientos físicos

Tabla 38. Categorización de viveros. Grupo 2: orientación industrial

Grupo 3: orientación servicios. Es el grupo más numeroso (26 viveros) y el que comparte más características comunes. Oferta una única modalidad de alojamiento (física) y en despachos, y está dirigido a emprendedores con empresas ya constituidas normalmente con una antigüedad inferior a 1 año, localizado en las tres provincias, con una orientación específica hacia el sector servicios y estableciendo tres requisitos de entrada: viabilidad de su plan de negocio, sector económico al que se dirige el emprendedor, que resida en la Comunidad Valenciana, dando preferencia a los residentes del municipio donde se localiza el vivero.

Categorización de viveros. Grupo 3: orientación servicios

Vivero	Ori. sectorial	Perfil emprendedor
Vivero municipal de Alquería de Moret (Picanya)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero municipal (CREIX) de Valencia	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año

Categorización de viveros. Grupo 3: orientación servicios

Vivero	Ori. sectorial	Perfil emprendedor
Vivero municipal de Algemés	General	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero municipal de Calpe	Servicios	Todo tipo de emprendedor
Vivero municipal Alicante Emprende de Alicante	General	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero municipal (VEM1) de Manises	General	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero municipal de Buñol	Servicios	Todo tipo de emprendedor
Vivero municipal de Benidorm	Servicios	Todo tipo de emprendedor
Vivero municipal Quart de Poblet	Servicios	Todo tipo de emprendedor
Incub-Cámara (C. de Comercio de Alcoy)	Servicios	Todo tipo de emprendedor
Vivero de Denia (C. de Comercio de Alicante)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Elche (C. de Comercio de Alicante)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Villena (C. de Comercio de Alicante)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Finestrat (C. de Comercio de Alicante)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Torrevieja (C. de Comercio de Alicante)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Villareal (C. de Comercio de Castellón)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Orihuela (C. de Comercio de Orihuela)	Servicios	Todo tipo de emprendedor
Vivero de Gandía (C. de Comercio de Valencia)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Ontinyent (C. de Comercio de Valencia)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Paterna (C. de Comercio de Valencia)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Requena (C. de Comercio de Valencia)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Sagunto (C. de Comercio de Valencia)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Torrent (C. de Comercio de Valencia)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Valencia (C. de Comercio de Valencia)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero de Xativa (C. de Comercio de Valencia)	Servicios	Empresas antigüedad < 1 año
Vivero Tavernes de la Valldigna	General	Incubación-antigüedad < 1 año

Todos los viveros ofertan alojamientos físicos en despachos individuales o dobles

Tabla 39. Categorización de viveros. Grupo 3: orientación servicios

9.2.4. Dotaciones y servicios de los viveros de empresas

9.2.4.1 Superficie y capacidad de alojamiento

Los viveros de la región ofertan un total de 680 espacios de alojamiento, con 574 despachos y 106 naves industriales o semi-industriales (CEEI Valencia), y ocupan una superficie total, incluyendo tanto espacios de alojamiento como espacios comunes (salas de reuniones, de formación, etc.) de 98.702 m².

En términos generales la superficie media por vivero y su capacidad de alojamiento difiere sustancialmente de la media nacional¹⁰⁶:

- Mientras que la superficie media por vivero en la Comunidad Valenciana asciende a 2.407 m² a nivel nacional la media se reduce a 1.941 m²
- En la región se oferta un promedio de 15 despachos con una superficie media de 21 m² (en los viveros industriales la oferta es de 15 naves y una superficie de 375 m² por vivero) mientras que en el resto de España el promedio de alojamientos asciende a 47 espacios.

El análisis por provincias y organismos o entidades titulares y/o gestoras del vivero revela la desproporción existente tanto en superficie como en oferta de alojamientos:

La provincia de Alicante con 74.261 m² y 367 espacios de alojamientos concentra el 75,2% del total de superficie y el 53,9% de los alojamientos; en segundo lugar, la provincia de Castellón concentra el 15,3% de la superficie y el 15,7% de los espacios; y Valencia, el 9,4% de la superficie y el 30,2% de los espacios. La desproporción entre Alicante y el resto de demarcaciones se atribuye especialmente por su posición de liderazgo en la oferta de alojamiento industrial (83 naves industriales de las 120 disponibles en la región), concentrando además a los viveros de mayor superficie como son el vivero municipal Príncipe Felipe del municipio de Alicante con 25.000 m² y 12 naves, los viveros de la Cámara de Comercio de Alicante en los municipios de Ibi

¹⁰⁶Tomando como referencia "Los servicios que prestan los viveros de empresas en España: ranking 2013" (Fundación de las Cajas de Ahorros (Funcas), 2014).

(18.000 m² y 22 naves) y Mutxamel (5.086 m² y 18 naves) y el vivero municipal de Elda (6.000 m² y 20 naves).

Por entidades los viveros municipales concentran el 36,5% del total de superficie, seguido por los viveros de las cámaras de comercio (34,1%), las universidades (19,5%) y CEEIs (9,9%), sin embargo la desproporcionalidad no se refleja en la oferta de espacios de alojamiento, de modo que las dos instituciones con menor superficie (universidades y CEEIs) ofertan proporcionalmente un mayor número de alojamientos (37,1%), con un promedio de 41 espacios de alojamiento en las universidades y 24 en los CEEIs, frente a la Cámara de Comercio (47,5%) con un promedio de 17 alojamientos y los ayuntamientos (21,2%) con un promedio de 10 alojamientos.

Superficie y capacidad de alojamiento de los viveros de empresas por provincia, titularidad y grupos de orientación sectorial

Provincia	Titularidad / orientación	Superficie (m ²)		Número de alojamientos		
		Total	Media	Despachos	Naves	Total
Alicante	Ayuntamiento	33.016	5.502	32	35	67
	Cámaras de Comercio	29.909	3.323	127	40	167
	CEEI	3.144	1.5272	38	8	46
	Universidad	8.192	2.730	87		77
	Total Alicante	74.261	4.125	284	83	367
Castellón	Ayuntamiento	1.529	1.529	15		15
	Cámaras de Comercio	1.000	1.000	36		36
	CEEI	2.100	2.100	22	3	25
	Universidad	10.500	10.500	31		31
	Total Castellón	15.129	3.782	104	3	107
Valencia	Ayuntamiento	1.490	1.490	50		50
	Cámaras de Comercio	2.847	355	93		93
	CEEI	4.375	4.375	11	20	31
	Universidad	600	600	32		32
	Total Valencia	9.312	547	186	20	206
Titularidad	Ayuntamiento	36.035	2.573	97	35	132
	Cámaras de Comercio	33.756	1.875	256	40	296
	CEEI	9.619	2.404	71	31	102

Superficie y capacidad de alojamiento de los viveros de empresas por provincia, titularidad y grupos de orientación sectorial

Provincia	Titularidad / orientación	Superficie (m ²)		Número de alojamientos		
		Total	Media	Despachos	Naves	Total
	Universidad	19.292	4.823	150		150
Orientación sectorial	G1 Tecnológico	30.440	3.044	236	31	267
	G2 Industrial	55.291	11.058	10	75	85
	G3 Servicios	12.971	514	328		328
Total		98.702	2.407	574	106	680

Tabla 40. Superficie y capacidad de alojamiento de los viveros de empresas por provincia, titularidad y grupos de orientación sectorial

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

La desproporción superficie-espacios se incrementa aún más atendiendo a la orientación sectorial del vivero. Los viveros de mayor superficie ofertan el menor número de alojamientos: los de orientación industrial por sus características especiales ocupan el 56% de la superficie ofertando el 12,2% de los espacios; los de orientación tecnológica suponen el 30% de la superficie (sesgado especialmente por el tamaño de los viveros de las universidades Jaume I-Espaitec (10.500 m²) y de la UMH-Fundación Quorum (7.832 m²), que incluyen en la información aportada en las entrevistas la superficie destinada a sus respectivos parques científicos y empresariales) y ofertan el 40,4% de los espacios; por último, los viveros de servicios con el 13,1% de la superficie ofertan el 47,2% de los alojamientos disponibles.

Superficie y capacidad de alojamiento de los viveros de empresas

Viveros	Superficie (m ²)			Capacidad alojamiento 2014		
	Total	Despachos	Naves	Despachos	Naves	Total
CEEI Alcoy	750	20-50		17		17
CEEI Castellón	2.100	15-60	160	22	3	25
CEEI Elche	2.394	23-30	965	21	8	29
CEEI Valencia	4.375	12-20	350	11	20	31
Fundación General UA	110	11		9		9
Innozone. Parque científico de Alicante	250	13-26		8		8
Espaitec. Univesitat Jaume I	10.500	45		31		31
Fundación Quorum UHM	7.832	100-150		70		70

Superficie y capacidad de alojamiento de los viveros de empresas

Viveros	Superficie (m ²)			Capacidad alojamiento 2014		
	Total	Despachos	Naves	Despachos	Naves	Total
Start UPV*	600	32		32		32
Vivero municipal (Vinalab) Vinarós	1.529	37		15		15
Total grupo 1: tecnológico	30.440			236	31	267
<i>Media grupo 1</i>	<i>3.044</i>	<i>45</i>	<i>491</i>	<i>20</i>		<i>28</i>
Vivero municipal de Elda	6.000		300		20	20
Vivero Ibi (C. Comercio de Alicante)	18.000		250		22	22
Vivero Mutxamel (C. Comercio de Alicante)	5.086		250		18	18
Vivero municipal San Vicente del Raspeig	1.205	34	195	10	3	13
Vivero municipal 'Príncipe Felipe' Alicante	25.000		500		12	12
Total grupo 2: industrial	55.291			10	75	85
<i>Media grupo 2</i>	<i>11.058</i>	<i>34</i>	<i>299</i>	<i>10</i>	<i>15</i>	<i>17</i>
Vivero Tavernes de la Valldigna	120	10		12		12
Vivero municipal de Alquería de Moret (Picanya)	200	8-16		5		5
Vivero municipal (CREIX) de Valencia	196	9-15		11		11
Vivero municipal de Algemesí	224	28		8		8
Vivero municipal de Calpe	200	13		5		5
Vivero municipal "Alicante Emprende" de Alicante	525	20-35		13		13
Vivero municipal (VEM1) de Manises	150	12		6		6
Vivero municipal de Buñol	300	50		4		4
Vivero municipal de Benidorm	86	10		4		4
Incub-Cámara (C. de Comercio de Alcoy)	400	25		13		13
Vivero de Denia (C. de Comercio de Alicante)	2.821	20		23		23
Vivero de Elche (C. de Comercio de Alicante)	900	20		21		21
Vivero de Villena (C. de Comercio de Alicante)	540	20		22		22
Vivero de Finestrat (C. de Comercio de Alicante)	582	20		15		15
Vivero de Torreveja (C. de Comercio de Alicante)	780	18		15		15
Vivero de Villareal (C. de Comercio de Castellón)	1.000	20-24		36		36
Vivero de Orihuela (C. de Comercio de Orihuela)	800	15		18		18
Vivero de Gandía (C. de Comercio de Valencia)	620	21		17		17
Vivero de Ontinyent (C. de Comercio de Valencia)	315	21		10		10

Superficie y capacidad de alojamiento de los viveros de empresas

Viveros	Superficie (m ²)			Capacidad alojamiento 2014		
	Total	Despachos	Naves	Despachos	Naves	Total
Vivero de Paterna (C. de Comercio de Valencia)	591	21		19		19
Vivero de Requena (C. de Comercio de Valencia)	160	21		7		7
Vivero de Sagunto (C. de Comercio de Valencia)	282	21		10		10
Vivero de Torrent (C. de Comercio de Valencia)	462	21		15		15
Vivero de Valencia (C. de Comercio de Valencia)	263	21		9		9
Vivero de Xativa (C. de Comercio de Valencia)	154	21		6		6
Vivero municipal Quart de Poblet	300	10		4		4
Total grupo 3: servicios	12.971			328		328
<i>Media grupo 3</i>	<i>514</i>	<i>20</i>		<i>13</i>		<i>13</i>
Total	98.702			574	106	680
<i>Media total</i>	<i>2.407</i>	<i>21</i>	<i>375</i>	<i>15</i>	<i>15</i>	<i>16</i>

* No se ha incluido la superficie de los espacios de coworking localizados en la Casa del Alumno de la UPV ni los espacios disponibles para emprendedores en las diferentes escuelas y facultades de la universidad

Tabla 41. Superficie y capacidad de alojamiento de los viveros de empresas
Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Un aspecto que merece destacarse es la distribución de la superficie destinada a alojamientos y al resto de espacios comunes: a nivel nacional ésta es aproximadamente del 50%, mientras que en los viveros valencianos esta proporción se reduce al 41% destinado a alojamientos, observándose también diferencias entre grupos, pues en los grupos tecnológico e industrial el 40,5% de la superficie se destina a alojamiento, mientras que en el grupo servicios la proporción es similar al promedio nacional (40,9%).

9.2.5. Dotaciones y equipamiento

Los recursos tangibles y la valoración de los mismos por parte de los gerentes y emprendedores es otro aspecto determinante sobre la eficiencia de los viveros y también a este respecto se contemplan diferencias llamativas entre organismos y orientaciones.

La gran mayoría de los viveros dispone de calefacción-aire acondicionado e Internet básico (86,5% y 83,8% respectivamente), sólo muestran deficiencias en este aspecto los viveros

de orientación industrial, a excepción del vivero Príncipe Felipe de Alicante, que cuenta con ambos servicios.

La disponibilidad por parte del gestor de un espacio propio (despacho) es importante tanto desde la perspectiva de que ofrece una sensación a los emprendedores de tutelaje permanente como desde la posibilidad de gestionar y resolver el día a día de las vicisitudes del vivero. En este sentido, en el 78,4% de los viveros hay un despacho para el gestor, reduciéndose el porcentaje prácticamente a la mitad (57,1%) en los viveros gestionados por los ayuntamientos. Además, no sólo es importante la existencia de un espacio físico para el gestor, sino que además su presencia diaria es necesaria, y es aquí donde nos encontramos con la primera deficiencia generalizada de los viveros valencianos: en el 47,4% de los casos el gestor desarrolla su actividad en el vivero, por lo que no existe una presencia real en el espacio donde se desarrolla la actividad de emprendimiento, minimizándose la labor de asesoramiento *in situ*. Con la excepción de los viveros de orientación tecnológica (el 100% de los gestores están presentes), en el resto de situaciones su presencia es notablemente menor: en los viveros generalistas y/o de servicios únicamente el 32% de los gerentes desarrollan *in situ* su trabajo. Destaca especialmente la situación de los viveros gestionados por las cámaras de comercio (18 viveros), donde únicamente en Alcoy el gerente está presente. En los viveros de la Cámara de Comercio de Alicante y Valencia sólo dos técnicos, además con más funciones atribuidas dentro de la Cámara, se responsabilizan de cinco y ocho viveros respectivamente.

Respecto a las salas comunes (de reuniones, formación, equipos informáticos, videoconferencia) nuevamente los viveros tecnológicos destacan sobre el resto en la oferta de espacios. En general predominan la sala de reuniones (81,1%), también utilizadas en los viveros de menor tamaño como salas de formación y que son especialmente útiles para los emprendedores puesto que, debido al reducido tamaño de sus despachos, son en estos espacios donde pueden recibir a sus clientes, realizar presentaciones, etc. En los viveros industriales (el 100% no dispone de salas de reuniones) y en los de servicios y, sobre todo, en los gestionados por los ayuntamientos (64,3%) es donde se detecta una menor dotación.

Las salas de informática o salas tics están presentes en el 24,3% de los viveros, sobre todo entre los tecnológicos, y su demanda es muy escasa debido a que, como se ha indicado anteriormente, la mayoría de viveros dispone de Internet básica con conexión wifi para los

emprendedores, haciendo innecesario su uso, excepto en actividades formativas.

Respecto a las salas de videoconferencia (13,5%), al igual que ocurre con las salas tics, el uso particular de Internet unido a las aplicaciones para realizar videoconferencias (*skype*) hace cada vez más innecesario su uso.

Los despachos están provistos de un mobiliario básico de oficina (78,4%), excepto en la mayoría de los viveros industriales, en los que, por las necesidades especiales de cada uno de los emprendedores, se ofertan sin mobiliario, y se compone normalmente de una mesa de trabajo, varias sillas y estanterías.

Hasta hace poco tiempo (2012) había disponibilidad de teléfono fijo (35,1%) incluido en la tarifa mensual que debía pagar el emprendedor, pero actualmente ha sido eliminado prácticamente de todos los viveros gestionados por ayuntamientos y cámaras de comercio por, según los responsables, su escaso uso, y también a la política de reducción de costes.

Otros aspectos a destacar que ayudan a entender la distinta situación de los viveros es, por ejemplo, la existencia de una página Web propia del vivero (sólo disponible en el 27% de los casos) y que mientras entre los viveros universitarios y CEEIs es del 100%, en el caso de los ayuntamientos y las cámaras de comercio se ofrece a través de sus Webs institucionales una información básica con las principales características de los viveros: número y tipos de alojamientos disponibles, salas comunes, servicios incluidos, datos de contacto. Sólo en algunos casos (el de la Cámara de Comercio de Valencia, CEEIs y Tecnológicos) se da información de contacto de las empresas alojadas.

Otras dotaciones y servicios:

- Vigilancia y seguridad (70.5%): aunque en la mayoría de viveros, a excepción de los de orientación tecnológica, el servicio se reduce a una conexión con una central de alarmas.
- Servicios de limpieza (85%), principalmente en las zonas comunes.
- Aparcamiento (32,4%), sólo en los viveros tecnológicos y, por su situación y características físicas, en los viveros industriales.

Con el objetivo de obtener una valoración sobre el estado de conservación y de las

dotaciones y equipamientos del vivero, solicitamos a los gerentes que valorasen en una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo) y de manera objetiva si este era adecuado para el alojamiento de los emprendedores; paralelamente hicimos la misma pregunta a los emprendedores actualmente alojados pidiéndoles que valorasen en conjunto el vivero donde residían.

Dotaciones por titularidad y orientación sectorial del vivero (% de respuestas afirmativas)

Dotaciones y equipamiento	Titularidad del vivero				Total
	Ayuntamiento	Universidad	C. Comercio	CEEI	
Calefacción/aire acondicionado	78,6	100,0	88,9	100,0	86,5
Internet	78,6	100,0	83,3	100,0	83,8
Salas de reuniones	64,3	100,0	88,9	100,0	81,1
Despacho gestor vivero	57,1	100,0	88,9	100,0	78,4
Mobiliario de oficina	64,3	100,0	83,3	100,0	78,4
Salas de formación	42,9	100,0	88,9	100,0	73,0
Fotocopiadora	42,9	50,0	77,8	100,0	64,9
Teléfono en alojamiento	21,4	100,0	27,8	100,0	35,1
Aparcamiento	35,7	100,0	11,1	100,0	32,4
Página Web del vivero	28,6	100,0	5,6	100,0	27,0
Salas de informática	21,4	100,0	11,1	66,7	24,3
Maquinas vending		100,0	27,8		18,9
Cafetería	14,3	50,0		100,0	16,2
Salas de videoconferencia	7,1	100,0	5,6	33,3	13,5
Dotaciones y equipamiento	Orientación sectorial			Total	
	G1 Tecnológico	G2 Industrial	G3 Servicios		
Calefacción/aire acondicionado	100,0	20,0	100,0	86,5	
Internet	100,0	20,0	92,0	83,8	
Salas de reuniones	100,0		92,0	81,1	
Despacho gestor vivero	100,0	20,0	84,0	78,4	
Mobiliario de oficina	100,0		88,0	78,4	
Salas de formación	100,0		80,0	73,0	
Fotocopiadora	85,7		72,0	64,9	

Dotaciones por titularidad y orientación sectorial del vivero (% de respuestas afirmativas)

Teléfono en alojamiento	85,7		28,0	35,1
Aparcamiento	71,4	80,0	12,0	32,4
Página Web del vivero	71,4	20,0	16,0	27,0
Salas de informática	71,5		16,0	24,3
Maquinas vending	28,6		20,0	18,9
Cafetería	71,4		4,0	16,2
Salas de videoconferencia	57,1		4,0	13,5

Tabla 42. Dotaciones por titularidad y orientación sectorial del vivero (% de respuestas afirmativas)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes y los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el estado de conservación y de equipamiento del vivero es adecuado para alojar empresas”

Provincia	Titularidad / orientación	Gerentes		Emprendedores	
		Media	Desv. típica	Media	Desv. típica
Alicante	Ayuntamiento	4,67	0,516	4,22	0,972
	Cámaras de Comercio	3,89	0,601	3,50	0,707
	CEEI	5,00	-	4,00	-
	Universidad	5,00	-	5,00	-
	Total Alicante	4,33	0,686	4,08	0,900
Castellón	Ayuntamiento	5,00	-	5,00	-
	Cámaras de Comercio	5,00	-	4,50	0,577
	CEEI	4,00	-		
	Universidad	ND			
	Total Castellón	4,67	0,577	4,67	0,516
Valencia	Ayuntamiento	4,00	0,816	4,15	0,899
	Cámaras de Comercio	5,00	-	3,56	1,247
	CEEI	4,00	-		
	Universidad	4,00	-	4,33	0,577

Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes y los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el estado de conservación y de equipamiento del vivero es adecuado para alojar empresas”

Provincia	Titularidad / orientación	Gerentes		Emprendedores	
		Media	Desv. típica	Media	Desv. típica
	Total Valencia	4,25	0,743	3,85	1,105
Titularidad	Ayuntamiento	4,36	0,745	4,22	0,902
	Cámaras de Comercio	4,44	0,705	3,55	1,191
	CEEI	4,67	0,577	4,40	0,548
	Universidad	5,00	-	4,50	0,577
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	4,67	0,516	4,33	0,651
	G2 Industrial	4,00	1,000	4,14	1,069
	G3 Servicios	4,48	0,653	3,85	1,121
Total		4,44	0,695	4,00	1,029

Escala: 1 (totalmente en desacuerdo) – 5 (totalmente de acuerdo)

Tabla 43. Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes y los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el estado de conservación y de equipamiento del vivero es adecuado para alojar empresas”

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas y a emprendedores alojados y egresados

En general los gerentes y emprendedores tienden a valorar positivamente el estado del vivero con valores de 4,4 entre los gerentes y de 4 entre los emprendedores, únicamente se detecta una disparidad de valoración más acentuada entre los viveros de servicios de las cámaras de comercio de Alicante y Valencia:

- En los viveros de la Cámara de Comercio de Alicante, pese a obtener un resultado positivo, se detecta la peor valoración respecto al resto de viveros por parte de los gerentes (3,85) y de los emprendedores (3,50).
- En Valencia llama la atención la disparidad de valoración: mientras que los gerentes tienden a valorar muy positivamente (4,44) el estado de sus viveros, los emprendedores tienen una opinión ligeramente diferente (3,55).

- Por otro lado los viveros mejor valorados por ambos colectivos vuelven a ser los de orientación tecnológica, especialmente los viveros universitarios, en detrimento de los de servicios.

También solicitamos a los emprendedores, con la intención de obtener más información sobre el estado físico de los viveros, su grado de acuerdo o desacuerdo ante la siguiente afirmación: “el estado físico, tamaño y dotación del despacho o nave industrial en el que me alojo es adecuado para desarrollar mi proyecto empresarial”. Al igual que la cuestión anterior, la valoración es positiva, situándose en el 4,09 de media general, y se observan diferencias marginales únicamente en los viveros de orientación industrial gestionados por los ayuntamientos (3,71) frente a los tecnológicos y especialmente los de titularidad universitaria (4,75).

9.2.6. Servicios intangibles

Una de las principales ventajas que ofrecen los viveros de empresas públicos frente a otros modelos privados (centros de negocio, parques empresariales, etc.) es la posibilidad que se ofrece a un emprendedor de disponer de un espacio para el desarrollo de la actividad empresarial a un precio por debajo del mercado, obteniendo una gran variedad de servicios comunes de asesoramiento empresarial (Ferreiro y Vaquero García, 2010). Los servicios intangibles son por tanto una pieza clave en el rompecabezas que supone la creación de una empresa: sin servicios un vivero se convierte en una solución temporal de alquiler de espacios.

Los servicios de asesoramiento (Tabla 44. *Servicios por titularidad y orientación sectorial del vivero (% de respuestas afirmativas)*) en diferentes áreas de conocimiento disponibles para los emprendedores en las primeras etapas de desarrollo de su idea de negocio¹⁰⁷ abarcan, en

¹⁰⁷ Los servicios de asesoramiento, a excepción del apoyo y tutelaje en la redacción del plan de negocio, son, en general, puntuales y de contenido básico. Una vez el emprendedor ha constituido su empresa, el asesoramiento en materias fiscal, contable, jurídica, *marketing* o recursos humanos se deriva a consultoras privadas, que, en algunos casos, son proveedoras del vivero y con las que se establecen acuerdos y/o deducciones en el precio para la prestación de servicios.

términos generales, un completo abanico de opciones para el emprendedor. En términos cuantitativos, y partiendo de una batería de 18 opciones de servicios, se observan diferencias llamativas dependiendo de la titularidad y orientación sectorial del vivero:

(1) Únicamente los viveros de orientación tecnológica ofertan un conjunto completo de servicios (entre 13 y 18).

(2) La media se situaría entre 5 y 9 servicios (24 viveros, sobre todo de orientación servicios, y de titularidad municipal y de la Cámara de Comercio), ofreciendo principalmente: asesoramiento en el desarrollo del plan de negocio, fiscal, contable, jurídico, información sobre ayudas y subvenciones, seguimiento, tutelaje y comercialización.

(3) El vivero de Villareal de la Cámara de Comercio de Castellón y Creix del Ayuntamiento de Valencia, ambos de orientación servicios, y el vivero Príncipe Felipe del Ayuntamiento de Alicante, de orientación industrial, se situarían por debajo de la media con una oferta de entre 3 y 4 servicios: asesoramiento en el desarrollo del plan de negocio, información sobre ayudas y subvenciones, y seguimiento y tutelaje.

(4) Y en cuarto lugar encontramos viveros con una oferta exigua o inexistente:

- (a) El vivero municipal de San Vicente del Raspeig, de orientación industrial: asesoramiento en el desarrollo del plan de negocio e información sobre ayudas y subvenciones.
- (b) El vivero Incub-Cámara de Comercio de Alcoy y el vivero municipal de Algemesí, ambos de orientación servicios: asesoramiento en el desarrollo del plan de negocio.
- (c) El Vivero municipal de Elda de orientación industrial y que no oferta ningún servicio.

Los principales servicios ofertados (\geq al 55% de respuestas afirmativas) están relacionados con los primeros pasos que debe recorrer el emprendedor. De este modo el asesoramiento en el desarrollo del plan de negocio es un servicio ofertado por prácticamente todos los viveros (97,3%).

- (1) El asesoramiento en materia fiscal, contable y jurídica (73,6%) es ofertado con menor frecuencia en los viveros municipales y de orientación industrial.

- (2) La información sobre ayudas y subvenciones (68,4%) se reduce al 50% en los viveros de la Cámara de Comercio¹⁰⁸.
- (3) El asesoramiento en estrategias básicas de comercialización de productos y/o servicios (65,8%) así como en comercio exterior (55,2%), y que en el caso de los viveros de orientación tecnológica y de servicios gestionados por las cámaras de comercio es uno de los principales servicios, sólo encuentra cabida en el 21,4% de los viveros municipales en el servicio de comercialización y en el 7,1% respecto al asesoramiento en comercio exterior.
- (4) El seguimiento y tutelaje de los proyectos (57,9%), servicio que conlleva una mayor inversión en tiempo por parte de los técnicos, sólo se ofrece en el 38,9% de los viveros de la Cámara de Comercio, y respecto al seguimiento post-incubación, que entre otras funciones permite medir el grado de éxito de la experiencia y de la supervivencia del emprendedor una vez ha salido del vivero, sólo se realiza en el 44,7% de los viveros, sobre todo en los de orientación tecnológica.

Un segundo conjunto de servicios más específicos (*marketing*, diseño gráfico, recursos humanos, propiedad intelectual) es ofertado directa o indirectamente, aunque con porcentajes inferiores al 40% de respuestas, con mayor frecuencia en viveros de orientación tecnológica y de servicios gestionados por la Cámara de Comercio.

El asesoramiento relacionado con la búsqueda de financiación formal (bancaria) e informal (*Business Angels* y capital riesgo) se reduce drásticamente en el abanico de servicios de los viveros municipales (28,6% financiación formal y 14,3% *Business Angels* y capital riesgo). En el caso de las cámaras de comercio sólo se oferta un asesoramiento financiero formal (50%) frente a la mayor importancia atribuida por parte de los viveros universitarios y de los CEEIs.

Por último, dos servicios ofertados exclusivamente por viveros de orientación tecnológica que aportan un valor diferencial, ya que suponen una gran ayuda para los emprendedores debido

¹⁰⁸ En las páginas Web de las cámaras de comercio se puede encontrar fácilmente información al respecto así como acudir a las sedes centrales y solicitar más ayuda.

a la dificultad de obtener la información y asesoramiento adecuado a precios por debajo del mercado, son: la disponibilidad de una red de proveedores y una base de datos de potenciales clientes (CEEI Alcoy y Fundación Quorum-UHM Elche) y un servicio de asesoramiento tecnológico (CEEI Alcoy, Fundación Quorum-UHM Elche y Vinalab Vinarós).

Servicios por titularidad y orientación sectorial del vivero (% de respuestas afirmativas)

Servicios	Titularidad del vivero				Total
	Ayuntamiento	Universidad	C. Comercio	CEEI	
Plan de negocio	93,7	100,0	100,0	100,0	97,3
Contable y fiscal	42,9	100,0 (*)	94,4	100,0 (*)	73,6
Jurídico	35,7	33,3 (*)	94,4	100,0 (*)	73,6
Ayudas y subvenciones	78,6	100,0	50,0	100,0	68,4
Comercialización	21,4	100,0	88,9	100,0	65,8
Seguimiento y tutelaje	64,3	100,0	38,9	100,0	57,9
Comercio exterior	7,1	66,7	88,9	66,6	55,2
Marketing	35,7	66,7	50,0	100,0	50,0
Financiero	28,6	66,7	50,0	100,0	47,4
Seguimiento post-incubación	28,6	100,0	38,9	100,0	44,7
Recursos humanos	35,7	33,3 (*)	50,0	66,7	42,1
Propiedad intelectual	14,3	33,3 (*)	50,0	100,0 (*)	39,4
Diseño gráfico	21,4	33,3	44,4	66,6 (*)	36,8
<i>Business Angels</i>	28,6	100,0		100,0	26,3
Capital riesgo	14,3	100,0		100,0	21,1
Dotaciones y equipamiento	Orientación sectorial			Total	
	G1 Tecnológico	G2 Industrial	G3 Servicios		
Plan de negocio	100,0	80,0	100,0	97,3	
Contable y fiscal	100,0 (*)	40,0	76,9	73,6	
Jurídico	57,1 (*)	40,0	76,9	73,5	
Ayudas y subvenciones	100,0	80,0	57,7	68,4	
Comercialización	100,0	40,0	61,5	65,8	

Servicios por titularidad y orientación sectorial del vivero (% de respuestas afirmativas)

Servicios	Titularidad del vivero				Total
	Ayuntamiento	Universidad	C. Comercio	CEEI	
Seguimiento y tutelaje	100,0	40,0	30,8		57,9
Comercio exterior	42,9	40,0	57,7		55,2
Marketing	85,7	-	50,0		50,0
Financiero	71,4	-	50,0		47,4
Seguimiento post-incubación	100,0	40,0	30,8		44,7
Recursos humanos	42,9	-	50,0		42,1
Propiedad intelectual	57,1	-	42,3		39,4
Diseño gráfico	57,1	-	38,5		36,8
Business Angels	100,0	-	11,5		26,3
Capital riesgo	100,0	-	3,8		21,1

(*) servicios realizados por consultoras privadas proveedoras del vivero

Tabla 44. Servicios por titularidad y orientación sectorial del vivero (% de respuestas afirmativas)
 Fuente: elaboración propia a partir de la entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

9.2.7. Valoración de los servicios

La oferta de servicios intangibles para emprendedores podría considerarse como una mera estrategia de *marketing* para reclutar arrendatarios y de este modo cubrir los objetivos perseguidos por el vivero. A tal efecto se consideró conveniente evaluar los servicios prestados por las distintas entidades. En primer lugar se solicitó a los gerentes que valorasen en una escala de 1 (totalmente inadecuado) a 5 (totalmente adecuado) si los servicios que ofertaban en sus viveros eran adecuados para cubrir las necesidades de los emprendedores: la valoración media alcanzó una puntuación moderadamente positiva (3,95), obteniéndose valoraciones por debajo de la media, aunque positivas, en los viveros de orientación de servicios (3,92) e industriales (3,40) y superior a la media en los tecnológicos (4,43). Estas valoraciones (tabla 18) podrían considerarse como subjetivas (y tal vez sesgadas ya que se preguntaba a los encargados de

prestar ese servicio), y por ello se solicitó a los emprendedores que indicasen su grado de acuerdo/desacuerdo sobre tres afirmaciones relacionadas con la suficiencia de los servicios, profesionalidad de los técnicos y relación calidad-precio de los servicios recibidos:

- Suficiencia de servicios: “los servicios de asesoramiento que recibo son suficientes para desarrollar mi idea de negocio”.
- Profesionalidad de los técnicos: “los servicios de asesoramiento que reciben los emprendedores por parte de los técnicos vinculados al vivero son impartidos por profesionales cualificados y con experiencia demostrable”.
- Oferta-precio: “la oferta de servicios del vivero es adecuada por el precio que pago por alojarme”.

El análisis de las medias de las tres cuestiones en su conjunto revela, si cabe aún más, las diferencias notables entre los modelos de gestión de los viveros tanto desde la perspectiva territorial e institucional y su orientación sectorial como desde la visión que de ellos tienen sus gestores:

(a) En primer lugar, llama la atención cómo los emprendedores valoran muy positivamente poder alojarse en un VE, siendo una opción rentable para poder desarrollar en condiciones favorables su proyecto empresarial. En general valoran adecuadamente (3,85) la relación precio de alojamiento-oferta de servicios sin observarse diferencias destacables entre las tres variables consideradas.

(b) En cuanto a la capacidad de asesoramiento de los técnicos en términos de profesionalidad y experiencia, la valoración desciende (3,11) y se desprende la mayor capacidad de los técnicos vinculados a las universidades y CEEIs frente a ayuntamientos y cámaras de comercio. Las diferencias se incrementan al contrastar por tipo de orientación sectorial: los técnicos de los viveros tecnológicos son valorados positivamente (3,73), mientras que los industriales (2,71) y de servicios (2,96) reciben notas negativas.

(c) Es en la tercera variable, suficiencia de servicios, donde se detectan las deficiencias más significativas. Los emprendedores consideran que los servicios son insuficientes para abordar con éxito su proyecto empresarial (2,81), más aun si se alojan en viveros gestionados por los ayuntamientos y cámaras de comercio de Alicante y Valencia. Como ocurre en las otras dos variables analizadas, los viveros de orientación tecnológica, especialmente los viveros

universitarios, reciben la mejor valoración, aunque en este caso se reduce marginalmente (3,20).

Grado de acuerdo/desacuerdo de los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial de los servicios ofertados en el vivero

Provincia	Titularidad/ orientación	Servicios suficientes		Profesionalidad		Oferta-precio	
		Media	Desv. típica	Media	Desv. típica	Media	Desv. típica
Alicante	Ayuntamiento	2,67	1,366	3,00	1,118	3,56	1,236
	Cámaras de Comercio	1,00	-	1,00	-	3,00	1,414
	CEEI	4,00	-	4,00	-	4,00	-
	Universidad	-	-	4,00	-	-	-
	Total Alicante	2,63	1,408	2,91	1,221	3,50	1,168
Castellón	Ayuntamiento	4,00	-	4,00	-	5,00	-
	Cámaras de Comercio	-	-	-	-	-	-
	CEEI	3,67	1,155	3,33	0,577	4,00	1,155
	Universidad	5,00	-	5,00	-	5,00	-
	Total Castellón	3,75	0,957	4,00	1,000	4,33	1,033
Valencia	Ayuntamiento	2,67	1,155	2,92	1,084	4,08	-
	Cámaras de Comercio	2,60	1,183	2,87	1,407	3,68	1,157
	CEEI	-	-	-	-	-	-
	Universidad	3,67	0,577	4,33	0,577	4,33	0,577
	Total Valencia	2,73	1,143	3,03	1,273	3,89	1,022
Titularidad	Ayuntamiento	2,67	1,258	3,05	1,133	3,91	1,155
	Cámaras de Comercio	2,50	1,211	2,75	1,438	3,62	1,161
	CEEI	3,75	0,957	3,50	0,577	4,00	1,000
	Universidad	4,50	0,577	4,50	0,577	4,50	0,577
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	3,20	1,317	3,73	1,191	4,17	0,835
	G2 Industrial	2,20	0,837	2,71	0,951	3,29	1,254

	G3 Servicios	2,78	1,188	2,96	1,290	3,85	1,077
Total		2,81	1,194	3,11	1,251	3,85	1,063

Escala: 1 (totalmente en desacuerdo) - 5 (totalmente de acuerdo)

Tabla 45. Grado de acuerdo/desacuerdo de los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial de los servicios ofertados en el vivero

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

9.2.8. Recursos humanos vinculados al vivero

Los recursos humanos directamente vinculados a la gestión diaria de los viveros valencianos ascendía en 2014 a 98 trabajadores, incluyendo gestores, técnicos de asesoramiento, administrativos y auxiliares de servicios. Esto arroja una media de 2,3 trabajadores por vivero y una moda de 1 trabajador.

Por categorías, el colectivo mayoritario es el de los técnicos en asesoramiento (48,8% / media por vivero = 1), seguido por administrativos (28,7% / media = 0,6), gestores (18,8% / media = 0,3) y auxiliares de servicios u ordenanzas (3,7% / media = 0,07). Sin embargo esta distribución es necesario matizarla debido a varios aspectos:

(1) En los viveros de la Cámara de Comercio de Alicante y Valencia dos técnicos con funciones de gerencia se responsabilizan de cinco y ocho viveros respectivamente.

(2) En los viveros municipales de Elda, Príncipe Felipe, Alicante Emprende, Manises, Buñol, Tavernes de la Valldigna, Algemesí y Benidorm una sola persona desarrolla las funciones tanto de gerencia como de asesoramiento, utilizando además los recursos humanos disponibles en las Agencias de Desarrollo Local y/o Concejalías de Fomento y Empleo de los Ayuntamientos a los que están adscritos. En este sentido al total de técnicos deberíamos sumarle el de gestores con funciones de asesoramiento técnico, situando por tanto el número total de técnicos en 67, lo que supone una media de 1,6 trabajadores por vivero.

A nivel nacional, el 78,3% de los viveros dispone de entre 1 y 3 técnicos para desarrollar labores de asesoramiento y en la Comunidad Valenciana la mayoría de viveros (68,4%) se sitúa también en este intervalo. Del mismo modo, en el intervalo de más de 6 técnicos la distribución proporcional entre ámbitos territoriales es prácticamente la misma (5,3% y 5,7%). Sin embargo,

llama la atención que el 21,1% de los viveros de la región no disponga de técnicos ni de gestores, frente al 5,7% del total nacional, así como en el intervalo de 4-6 trabajadores que en el caso de la región (5,3%) es prácticamente la mitad que el que se da a nivel nacional.

Recursos humanos (técnicos de asesoramiento) en viveros: Comunidad Valenciana-España

Recursos humanos	Ámbito	
	Comunidad Valenciana	España
Ninguno	21,1	5,7
1-3	68,4	78,3
4-6	5,3	10,3
Más de 6	5,3	5,7
Total	100	100

Tabla 46. Recursos humanos (técnicos de asesoramiento) en viveros: Comunidad Valenciana-España

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas y Funcas 2014

La reducción de costes salariales motivada en el caso de los viveros municipales por la reducción de sus partidas presupuestarias o la pérdida por la no obligatoriedad del pago de empresarios y autónomos del recurso cameral permanente en las cámaras de comercio, podría justificar este desfase respecto a la distribución nacional en el caso de que fuese una situación que afecta únicamente a la Comunidad Valenciana, pero, como sabemos, afecta a todo el país. En este sentido los viveros de orientación tecnológica son los que disponen de mayores recursos humanos (media = 6 trabajadores) tanto técnicos como administrativos, a mucha distancia de industriales (1) y de servicios (1,2). Sorprende, aunque con escasa representatividad, la distribución de medias de trabajadores en los viveros gestionados por los ayuntamientos y cámaras de comercio en las tres provincias, donde la media de personal administrativo (1,2 y 1,3 respectivamente) supera a la de técnicos (1 y 0,6).

Que un vivero cuente con un mayor número de personas involucradas parece ser una garantía de que será gestionado eficazmente y que los emprendedores podrán recurrir a diferentes profesionales con dilatada experiencia para resolver sus principales dudas. En este sentido pedimos a los gerentes y/o responsables del vivero que nos indicasen el tiempo que dedicaban (horas) semanalmente a la gestión del mismo, así como cuál era su titulación

académica, experiencia (en años) en el cargo¹⁰⁹ y experiencia profesional en la empresa privada:

1. El 48,4% de los gerentes, sobre todo los de orientación tecnológica, dedican toda su jornada laboral a la gestión, administración y asesoramiento a emprendedores.
2. El 9,7%, entre 21 y 30 horas a la semana (concretamente los de orientación de servicios y los de los viveros de la Cámara de Comercio de Valencia y de los CEEIs de Alicante).
3. El 6,5%, entre 11 y 20 horas (Cámara de Comercio de Alicante, Universidad de Valencia y CEEI de Valencia).
4. Y el 25,5% sólo dedica 10 o menos horas semanales (viveros municipales de Alicante y Valencia).



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

¹⁰⁹ A los responsables de los viveros con una antigüedad inferior a 1 año les pedimos que nos indicases su experiencia en años en cargos similares al actual.

Características de los recursos humanos y del responsable de los viveros valencianos

Provincia	Titularidad / orientación	RRHH (media)			Dedicación H/semana	Formación	Experiencia (años)
		Técnicos	Adm./Aux.	Total			
Alicante	Ayuntamiento	1,0	1,5	1,5	10 h.	Lic.	2-3
	Cámaras de Comercio	0,8	1,0	1,0	11-20 h	Lic / FP2	3 o más
	CEEI	4,5	1,5	6,0	21-30 h	Phd / FP 2	3 o más
	Universidad	4,0	4,0	8,0	Completo	Phd	3 o más
	Total Alicante	1,5	1,8	2,1			
Castellón	Ayuntamiento	2,0		2,0	Completo	Phd	1
	Cámaras de Comercio	1,0	3,0	4,0	10 h	Lic	1
	CEEI	6,0	3,0	9,0	Completo	Phd	3 o más
	Universidad	3,0		4,0	Completo	Lic.	3 o más
	Total Castellón	3,0	3,0	4,7			
Valencia	Ayuntamiento	1,0	1,0	1,3	10 h.	Lic. / Phd	2-3
	Cámaras de Comercio	0,3	1,0	0,8	21-30 h	FP 2	3 o más
	CEEI	8,0	3,0	11,0	11-20 h	Lic.	3 o más
	Universidad	4,0	3,0	7,0	11-20 h.	Phd	3 o más
	Total Valencia	3,3	2,0	1,4			
Titularidad	Ayuntamiento	1,0	1,2	1,4	11-20	Lic.	2 o más
	Cámaras de Comercio	0,6	1,3	1,1	11-20	Lic / FP2	2 o más
	CEEI	5,0	2,0	7,0	21-30	Phd /FP2	3 o más
	Universidad	3,7	3,5	6,3	Completo	Phd /lic.	3 o más
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	4,0	2,6	6,0	Completo	Phd /lic.	3 o más
	G2 Industrial	0,6	2,0	1,0	10 h.	Lic.	1-2
	G3 Servicios	0,8	1,2	1,2	21-30 h	Lic / FP2	2 o más
	Total	1,6	1,7	2,3			

Phd = Doctor o master; Lic. = licenciado; FP2 = ciclo formativo de segundo grado

Tabla 47. Características de los recursos humanos y del responsable de los viveros valencianos
Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Una mayor formación académica y experiencia laboral en el cargo que ocupa, incluyendo experiencia previa en el sector privado, es *a priori* un seguro para que el vivero sea gestionado de manera eficaz:

- (d) El 61,3% de los responsables de los viveros son titulados superiores: es el caso de los doctores (18,8%) o licenciados (42,5%, sobre todo en las áreas de empresa y economía) frente al 28,1% sin formación universitaria.
- (e) El 66,7% tiene una experiencia en el cargo de 3 o más años (sobre todo en los viveros de orientación tecnológica y de las cámaras de comercio), el 16,7% de entre 1 y 3 años y otro 16,7% de menos de 1 año (viveros de gestión municipal).

El 27,3% no tiene ninguna experiencia previa en el sector privado, y el 22,7%, una experiencia inferior a dos años (en ambos casos y en mayor medida los responsables de los viveros municipales) y el 50% restante acumula una experiencia superior a 3 años en diferentes empresas privadas.

9.2.9. Redes de viveros de empresas y actividades promocionales

Formar parte de una red nacional y/o internacional de VE estimula un potente catalizador de experiencias y conocimientos entre viveros de distinta orientación sectorial, ya que fomenta el intercambio de buenas prácticas en el apoyo al emprendimiento entre regiones, y permite a los gestores y técnicos obtener información y formación en nuevas técnicas de gestión y asesoramiento. En suma, proporciona una imagen profesionalizada del vivero e incrementa el valor añadido que supone para un emprendedor instalarse en él.

Prácticamente todos los viveros tienen algún tipo de vinculación con entidades y/o asociaciones relacionadas con el fomento del espíritu emprendedor; sin embargo, el 40,5% de los viveros no forma parte de una red de viveros nacional o internacional:

- El 59,5% de los viveros está vinculado a una red de viveros nacional e internacional: los viveros de la Cámara de Comercio forman parte de la

fundación INCYDE¹¹⁰ y de la Red Europea de Incubadoras de Empresa (EBN), y los CEEIs también tienen vinculaciones con INCYDE y EBN, además de formar parte de la asociación ANCES¹¹¹.

- El 21,6% de los viveros tiene vinculaciones con departamentos de investigación universitaria: StartUPV, Espaitec, Fundación Quorum, Fundación General UA, Parque Científico de Alicante, vivero municipal de San Vicente del Raspeig, con confederaciones y/o asociaciones empresariales como FEVECTA (Federación Valenciana de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado), COEPA (Confederación Empresarial de la Provincia de Alicante), SECOT (Seniors Españoles para la Cooperación Técnica); Fundación Quorum, viveros municipales de Tavernes de la Valldigna, Manises y Algemesí, con asociaciones locales de empresarios y comerciantes.
- El 8,1% forma parte de la red REDEL (Red de Entidades para el Desarrollo Local): viveros municipales Príncipe Felipe y Alicante Emprende y CREIX Valencia.
- El 10,8% no tiene vinculaciones de ningún tipo: los viveros municipales de Benidorm, Buñol, Calpe y Elda.

¹¹⁰ La Fundación INCYDE (Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa) es una institución creada en 1999 a iniciativa de las cámaras de comercio, dedicada al fomento y a la formación del espíritu empresarial, a la mejora de la cualificación de los empresarios y a la creación y consolidación de empresas. Actualmente la red de viveros de la fundación cuenta con 96 viveros de empresas repartidos por todo el territorio nacional. En mayo de 2013 se incorporó como miembro asociado a la red EBN (Red europea de incubadoras de empresas), fundada en 1984, y actualmente cuenta con más de 200 miembros en todo el mundo. La Red EBN aporta su experiencia en diversas áreas, estimula el intercambio de buenas prácticas y facilita el acceso a la financiación a los miembros. Como misión de la red EBN se busca la creación y el fortalecimiento de una comunidad vibrante de la iniciativa empresarial, la innovación y la incubación de empresas, proporcionado así un marco para fomentar el desarrollo de empresas innovadoras (fuente: www.incyde.org).

¹¹¹ ANCES es la asociación nacional de CEEI españoles (29 miembros). Constituida en 1994 con ámbito de actuación nacional, es una asociación de carácter no lucrativo con personalidad jurídica propia que surgió con la idea de promover el desarrollo económico e industrial a través de los CEEI, aportando su experiencia sobre la creación de nuevas PYME, basadas en elementos innovadores con potencial de desarrollo (fuente: www.ances.com).

Vinculaciones a redes de viveros (% columnas)

Redes	Ayuntamiento	Cámaras de Comercio	CEEI	Universidad	Total
Forma parte de una red nacional y/o internacional de viveros	7,1	100,0	100,0		59,5
Vinculado a universidades, empresas y/o asociaciones de empresas	42,9			100,0	21,6
Vinculado a otros tipos de redes de apoyo al emprendimiento	21,4				8,1
No forma parte de redes y sin vinculaciones con otros organismos	28,6				10,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 48. Vinculaciones a redes de viveros (% columnas)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Otra de las funciones que desempeñan los VE públicos es la de difundir una cultura emprendedora a través de la realización de jornadas, talleres, cursos, charlas, elaboración y difusión de contenidos de ámbito empresarial, etc., que paralelamente también pueden ser interpretadas como estrategias de captación de emprendedores.

Información sobre los viveros y actividades de difusión sobre emprendimiento (% de respuestas afirmativas)

Información y actividades	Titularidad del vivero				Total
	Ayuntamiento	Universidad	C. Comercio	CEEI	
Información en su propia Web	85,7	100,0	94,4	100,0	94,7
Comunicaciones en prensa	57,1	66,7	16,7	66,7	39,5
Jornadas, charlas, talleres	78,6	100,0	16,7	100,0	52,6
Información y actividades	Orientación sectorial			Total	
	G1 Tecnológico	G2 Industrial	G3 Servicios		
Información en su propia Web	100,0	80,0	82,3	94,7	
Comunicaciones en prensa	71,4	40,0	30,8	39,5	
Jornadas, charlas, talleres	100,0	60,0	38,5	52,6	

Tabla 49. Información sobre los viveros y actividades de difusión sobre emprendimiento (% de respuestas afirmativas)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Todas las entidades analizadas, independientemente de que cuenten con un VE, disponen de un servicio público y gratuito de información y asesoramiento básico para fomentar la creación de empresas (excepto los viveros vinculados a las universidades y Parques Científicos, que solo ofrecen estos servicios a sus estudiantes y/o emprendedores). El emprendedor, cuando toma la decisión de emprender y opta por una solución integradora como es un VE, tiene como primera alternativa, rápida y sencilla, buscar información a través de Internet. En este sentido, de la información procedente de la entrevista a gerentes y de un monitoreo de las Webs de las entidades observamos diferencias llamativas:

(1) El 94,7% de las instituciones (excepto los viveros municipales de Tavernes de la Vallidigna, Elda y Calpe) ofrece información sobre las características básicas del vivero (tipos de alojamiento, dotaciones y servicios, criterios específicos de entrada, precio mensual de alquiler, etc.) a través de la página Web de la institución titular del vivero, con las siguientes características:

- Nueve viveros (21,9%) (ocho de orientación tecnológica más el vivero municipal CREIX de Valencia, actualmente inoperativo) disponen de una página Web que incluye información básica, documentación de interés para el emprendedor, casos de buenas prácticas, enlaces a otras webs de interés e información y enlaces a las propias Webs de los emprendedores y empresas alojadas en sus instalaciones, dotando al emprendedor de una mayor cobertura comercial para enfrentarse al mercado.
- En siete viveros (17,1%) de titularidad y gestión municipal sólo se ofrece información básica y a través de la Web institucional: Príncipe Felipe y Alicante Emprende en el municipio de Alicante, Picanya, Quart de Poblet, Algemesí, Manises y San Vicente del Raspeig. Además, el acceso a la información del vivero suele estar subordinada y se ofrece como un servicio más dentro de las políticas de fomento empresarial del municipio.
- En tercer lugar, en los 18 viveros de las cámaras de comercio (43,9%) la información (básica) de cada uno de los viveros está centralizada en las sedes y

delegaciones camerales (en algunos municipios donde se establecen relaciones de coparticipación en la gestión de servicios, las Webs municipales incluyen información o un enlace a la Web de la Cámara de Comercio competente). Únicamente en los viveros de la Cámara de Comercio de Valencia se incluye información y enlaces a las propias webs de los emprendedores y empresas alojadas.

(2) El 41,4% (17 viveros) publica a través de medios de comunicación, sobre todo digital, información sobre sus instalaciones e información sobre próximas jornadas y eventos a realizar en las dependencias de los viveros, siendo los de las cámaras de comercio y de los ayuntamientos los menos activos, y destacando sobre el resto los de orientación tecnológica (70%).

(3) Respecto a la realización de grandes eventos, abierto no solo a viveristas o potenciales viveristas sino al público en general, destaca el Día de la Persona Emprendedora, que desde el año 2008 se realiza en diferentes regiones de España. Durante el evento, destinado a la difusión del emprendimiento a través de intervenciones con formato de actividad o bien charlas informativas, también tienen cabida la entrega de premios a nuevos emprendedores por parte de entidades como es el caso de Valencia Emprende y en la que participan la gran mayoría de las instituciones valencianas que cuentan con viveros de empresa. Es una pequeña muestra del interés por potenciar una cultura del emprendimiento y del apoyo y ayuda a emprendedores que optan por constituir su propia empresa, así como un ejemplo de espacios en los que se puede hacer una difusión de las ventajas de instalarse en un VE para iniciar la actividad.

Pero no todos los emprendedores acuden a estas citas y son los propios responsables de los viveros los encargados no solo de ofertar espacios de alojamiento sino también de difundir a través de charlas, talleres, cursos de formación o jornadas informativas los beneficios de instalarse en un VE: el 52,6% de los viveros realizan al menos una vez al año acciones de este tipo, sobre todo los viveros tecnológicos (100% de los entrevistados), algo menos entre los

viveros municipales¹¹² (78,6%) y prácticamente nulo en los viveros de las cámaras de comercio¹¹³ (16,7%).

9.2.10. Obligaciones y derechos de los emprendedores, período de estancia y precio mensual de alquiler

Cuando un emprendedor reúne los requisitos básicos para acceder a un vivero se establece una relación contractual entre ambos en la que se estipula, a través de diversas cláusulas, el período de estancia máximo y posibilidades de renovación, las obligaciones y derechos de los emprendedores, el precio de alojamiento, en el que se incluye el alquiler del espacio así como los servicios que se presta al emprendedor, fianza, etc.

9.2.10.1 Obligaciones y derechos

A diferencia de las relaciones contractuales privadas de arrendamiento de bienes inmuebles, los viveros utilizan diferentes mecanismos vigentes en la actual legislación sobre contratación con administraciones públicas para la utilización privativa de bienes de dominio público. Los tipos de contrato más comunes entre los viveros de la Comunidad Valenciana son: el contrato de adhesión a un servicio¹¹⁴ (60%), seguido por el contrato de arrendamiento¹¹⁵

¹¹² Los gerentes de los viveros municipales de Algemesí, Picanya y Calpe reconocen no haber realizado actividades de difusión de la cultura emprendedora en sus instalaciones.

¹¹³ En los viveros de las sedes y delegaciones camerales de Villareal, Alcoy y Orihuela se ha realizado al menos una actividad durante el año 2014.

¹¹⁴ La adhesión a un servicio es un contrato con cláusulas preestablecidas por una de las partes, en este caso por parte del titular del vivero, cuyo contenido no puede ser negociado ni modificado y que no admite contraofertas sino únicamente su aceptación o rechazo (Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre).

¹¹⁵ El contrato de arrendamiento es un contrato por el que una de las partes llamada arrendador se obliga a ceder a otra/s el goce o uso de una edificación cuyo destino primordial sea ejercer en ella una actividad económica, por tiempo determinado y precio cierto (Ley 29/94 de arrendamiento urbanos, de 24 de noviembre y posteriores modificaciones).

(24%), especialmente utilizado por los CEEIS, y en menor medida los contratos de cesión de espacio público (10,8%), sobre todo en viveros municipales, o los contratos de colaboración empresarial¹¹⁶, cuyo único caso se ha registrado en el vivero universitario de la Fundación Quorum-UHM, o de vinculación a su Fundación, en el caso del Parque Científico de Alicante.

Las obligaciones y derechos incluidos en el contrato que se establece entre el vivero y el emprendedor son prácticamente comunes en todos los casos estudiados, salvo algunas cláusulas específicas y de menor importancia, y que en general se resumen en:

Obligaciones

- El emprendedor está obligado a realizar la actividad empresarial para la que solicitó la autorización de alojamiento.
- Una vez aprobada la adjudicación están obligadas al abono mensual de alojamiento y a constituir la fianza en un plazo máximo de un mes.
- Comunicar qué personas forman parte de la empresa o del proyecto empresarial.
- Satisfacer las cargas, impuestos o gravámenes que pesen sobre la actividad empresarial que desarrolle la empresa o persona adjudicataria.
- Comunicar cualquier variación de forma jurídica: si se ha dado de alta como actividad empresarial, si se ha constituido como empresa, etc.
- Permanecer en el vivero el tiempo máximo estipulado en el contrato, pudiéndose ampliar el periodo en función de las necesidades de la empresa.

¹¹⁶ Es un tipo de contrato asociativo por el cual un empresario (asociante), concede a una o más personas naturales o jurídicas que le aportan bienes o servicios (asociados) una participación en las utilidades y en las pérdidas de una negociación mercantil o bien en las de una o varias operaciones de comercio determinadas (Libro quinto, Contratos asociativos de ley general de sociedades, artículos 438 a 448).

- Comunicar los avances de la actividad a los efectos de realizar un seguimiento del funcionamiento de la empresa.
- Cualquier persona que acceda o permanezca en el vivero estará obligada a identificarse y justificar su presencia en el mismo.
- Los adjudicatarios/as se comprometen a seguir las indicaciones que les dé el personal responsable del vivero sobre el uso de las instalaciones, respetando las reglas que se establezcan en todo momento, a fin de asegurar el buen funcionamiento.
- Devolver los elementos de propiedad del vivero en buen estado (por ejemplo: mobiliario) a la finalización de su periodo de alojamiento.

Derechos

- Utilizar las instalaciones y mobiliario, así como los espacios comunes.
- Recibir el asesoramiento técnico necesario para poder emprender la actividad en las mejores condiciones posibles.
- Seguimiento y acompañamiento por parte del equipo gestor para el buen funcionamiento de la empresa.

9.2.10.2 Periodos máximos de estancia

Dada la naturaleza de los viveros que se constituyen como catapultas de nuevas empresas se tiende a establecer períodos máximos de permanencia de la empresa en el vivero. En el estudio elaborado por FUNCAS¹¹⁷ en el 83,3% de los viveros estudiados se establece un periodo máximo de estancia. En la Comunidad Valenciana el porcentaje se incrementa hasta el 89,4% debido a que en sólo dos viveros, Fundación Quorum-UHM y el vivero municipal de Elda,

¹¹⁷ “Los servicios que prestan los viveros de empresas en España: ranking 2013” (Funcas, 2014).

no se contemplan tiempos máximos de estancia, pudiendo permanecer en el vivero indefinidamente.

Período máximo de estancia de los viveros valencianos (% por filas)

Provincia	Titularidad / orientación	Sin fecha	Hasta 24 meses	Hasta 36 meses	Hasta 60 meses	Hasta 72 meses
Alicante	Ayuntamiento	16,7	33,3	16,7		33,3
	Cámaras de Comercio		11,1	11,1	77,8	
	CEEI				100,0	
	Universidad	33,3		33,3	33,3	
	Total Alicante	11,2	16,7	11,1	50,0	11,1
Castellón	Ayuntamiento		100,0			
	Cámaras de Comercio		100,0			
	CEEI				100,0	
	Universidad			100,0		
	Total Castellón		50,0	25,0	25,0	
Valencia	Ayuntamiento		85,7	14,3		
	Cámaras de Comercio			100,0		
	CEEI			100,0		
	Universidad		100,0			
	Total Valencia		43,8	56,3		
Titularidad	Ayuntamiento	7,1	64,3	14,3		14,3
	Cámaras de Comercio		11,1	50,0	38,9	
	CEEI			25,0	75,0	
	Universidad	33,3		33,3		
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	14,3	28,6	14,3	42,9	
	G2 Industrial	20,0		20,0	40,0	20,0
	G3 Servicios		38,5	38,5	19,2	3,8
Total		5,3	31,6	31,6	26,3	5,3

Tabla 50. Período máximo de estancia de los viveros valencianos (% por filas)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Generalmente el periodo medio de estancia en un vivero es de uno a tres años desde la firma del contrato. En casos excepcionales y sólo en proyectos netamente industriales que supongan una elevada inversión y por motivos de estabilidad, continuidad y consolidación de la empresa, la gerencia del vivero puede ampliar el período máximo establecido hasta cinco años. Los tiempos de estancia en los viveros de la Comunidad Valenciana son superiores a la norma general con una media de 42 meses (tres años y medio): en el 63,2% de los casos los emprendedores pueden permanecer un tiempo máximo de entre dos y tres años, en el 36,8% restante es de cinco o más años.

En los viveros de orientación industrial la estancia media es de cinco años. No obstante, dos viveros superan ampliamente este período: como comentábamos anteriormente, el vivero municipal de Elda, que no establece un tiempo máximo, lo que unido a la ausencia de servicios básicos (electricidad, agua, aire acondicionado, Internet y oficina de gerencia) incluidos en el precio de alojamiento¹¹⁸ genera una reflexión sobre su inclusión como VE público; y, por otro lado, el vivero Príncipe Felipe, que, junto al vivero de orientación servicios del municipio de Calpe, es el que mayor tiempo de estancia permite a sus alojados, un máximo de 8 años.

En segundo lugar, los viveros tecnológicos otorgan un tiempo máximo de permanencia de cuatro años. Sin embargo, es necesario diferenciar entre los tiempos de incubación y post incubación debido a las particularidades de estos viveros que se encuentran en el interior de una infraestructura mayor como son los parques científicos y tecnológicos de las universidades Jaume I y UMH, Parque Científico de Alicante o los centros empresariales de los CEEIs. Estos centros ofrecen al emprendedor una vida de estancia más prolongada e incluso indefinida que sin duda beneficia a ambas partes: en el caso del emprendedor estriba en la posibilidad de iniciar su idea empresarial embrionaria en un vivero con unas condiciones (precio, servicios, dotaciones, etc.) muy favorables y, una vez egresado, continuar en el parque de empresas, pero a través de

¹¹⁸ Es la empresa alojada la que se encarga de abonar los consumos generados.

una relación meramente mercantil y junto a la comunidad científica¹¹⁹ y empresarial. Por el lado de las instituciones, les beneficia asegurando una fuente de ingresos permanente, compitiendo en mejores condiciones que el resto de operadores privados como centros de negocio, inmobiliarias e incluso particulares. No obstante lo anterior, el hecho de que puedan permanecer de manera cuasi indefinida en el vivero emborrona la naturaleza de 'incubadora', ya que parece un contrasentido que empresas consolidadas se ubiquen en un emplazamiento diseñado para apoyar a proyectos de nueva creación, de un lado, porque están privando a nuevos proyectos de participar de estos servicios y, por otro, porque se incurre en competencia con el sector privado, netamente inmobiliario. Para dar cobertura a estas empresas se destinan los parques científicos y tecnológicos.

En tercer lugar están los viveros de orientación servicios con una media de estancia de 3 años. En este caso debemos diferenciar los viveros municipales, con una media de estancia de dos años, de los viveros gestionados por las cámaras de comercio de Alicante, con una media de tres años, y de los de Valencia, con una media de cinco años. Originariamente el objetivo de las cámaras de comercio era no permitir una estancia a los emprendedores superior a los dos años, generando así una mayor rotación de empresas, sin embargo, al ver reducidas sus fuentes de financiación, sobre todo ayudas y subvenciones públicas, se han visto en la obligación de incrementar el tiempo de estancia con la finalidad de cubrir los costes fijos y de gestión (salarios de personal, gastos operativos, suministros...).

La opinión de los emprendedores respecto al tiempo de estancia difiere en función de la titularidad y localización del vivero. En general, aunque marginalmente, muestran su acuerdo (3,1) al tiempo impuesto por el vivero, especialmente los emprendedores alojados en los viveros municipales, CEEIs y cámaras de comercio de las provincias de Alicante y Castellón, sin embargo,

¹¹⁹ El vivero Espaitec de la Universidad Jaume I de Castellón dispone de tres espacios diferenciados: Espaitec I para proyectos de incubación, sobre todo de base tecnológica y de origen universitario (*spin off*), Espaitec II, de reciente creación, para empresas ya constituidas y en el mismo espacio; dependiendo de la disponibilidad de alojamientos, la empresa puede prolongar su estancia indefinidamente pero con unas condiciones económicas diferentes.

entre los residentes de la provincia de Valencia y en especial los que se alojan en la Cámara de Comercio (2,5) permanecer tres años no les asegura la supervivencia post incubación.

Grado de acuerdo/desacuerdo entre los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el tiempo de estancia en el vivero es suficiente para que una empresa pueda consolidarse y sobrevivir posteriormente en otra ubicación”

Provincia	Titularidad / orientación	Media	Desv. típica
Alicante	Ayuntamiento	3,5	1,236
	Cámaras de Comercio	4,5	0,707
	CEEI	3,0	-
	Total Alicante	3,6	1,155
Castellón	Ayuntamiento	5,0	-
	CEEI	4,0	1,155
	Universidad	3,0	-
	Total Castellón	4,0	1,095
Valencia	Ayuntamiento	3,1	1,144
	Cámaras de Comercio	2,5	1,124
	Universidad	3,7	0,577
	Total Valencia	2,8	1,141
Titularidad	Ayuntamiento	3,4	1,196
	Cámaras de Comercio	2,7	1,231
	CEEI	3,8	1,095
	Universidad	3,5	0,577
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	3,7	0,866
	G2 Industrial	3,4	1,272
	G3 Servicios	2,9	1,240
Total		3,1	1,205

Tabla 51. Grado de acuerdo/desacuerdo entre los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el tiempo de estancia en el vivero es suficiente para que una empresa pueda consolidarse y sobrevivir posteriormente en otra ubicación”
Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes emprendedores alojados y egresados

9.2.11. Precio de alojamiento¹²⁰

Como veremos más adelante en lo relativo a los recursos económicos de los viveros, la principal fuente de ingresos, y en algunos casos la única (al verse reducidas las ayudas y subvenciones públicas procedentes de fondos europeos, que bajo alguna de sus modalidades contribuía al mantenimiento de las instalaciones y servicios), procede de los pagos por alojamiento que los emprendedores están obligados a realizar mensualmente¹²¹.

El precio medio por alojamiento incluyendo IVA¹²² se sitúa en 7,9€ por metro cuadrado: 1,6 en el alojamiento en naves industriales y 9,2 en despachos; atendiendo a la superficie media de naves industriales y despachos se traduce a 480€ mensuales por una nave industrial con una superficie media de 300 m² y 194€ por un despacho de 21 m².

En términos generales, la provincia de Alicante, con una mayor oferta de alojamientos y mayor periodo de estancia, registra el precio más económico (6,6 €/m²) en todos los tipos de viveros, independientemente de la entidad titular, frente a Valencia (8,8 €/m²), con el 27% de

¹²⁰ Aunque hablemos de precio de alojamiento, en realidad se debe tratar como una simplificación lingüística puesto que desde el principio de este trabajo hemos hablado explícitamente de que la acción de los viveros debe fundamentarse en unos servicios de apoyo, siendo el alojamiento un elemento adicional, pero no el más relevante. Asumamos que, habida cuenta de la dificultad de encontrar elementos compartidos en cuanto a las funciones de las incubadoras, este es, al menos, un factor homogéneo a todos los espacios ocupados.

¹²¹ En todos los viveros el emprendedor ha de abonar mensualmente una cantidad estipulada en el contrato más una fianza, que suele suponer el pago de dos mensualidades, excepto en el vivero municipal de Quart de Poblet, donde el emprendedor puede disfrutar gratuitamente del espacio y los servicios pagando únicamente una fianza inicial.

¹²² En cuanto a la pertinencia de cobrar el IVA a los usuarios del vivero, nos inclinamos por la doctrina que establece que, en puridad, las entidades públicas que participan de este estudio, máxime en el caso de los ayuntamientos, no están realizando una 'actividad empresarial', requisito que se establece en la Ley del IVA 37/1992 de 28 de diciembre, con su última modificación 28/2014 de 27 de noviembre y que en las administraciones delimita aquellas actividades que, aun siendo realizadas por un ente público, quedan liberadas del pago del impuesto. Si somos rigurosos con la definición de vivero de empresas, en las que se presta un servicio de interés público como es el caso del asesoramiento a las empresas innovadoras de nueva creación (y no un mero arrendamiento de un espacio físico, actividad claramente inmobiliaria y, por tanto, sujeta al impuesto y otras obligaciones fiscales), estamos hablando de un caso en el que no sería de aplicación el pago del IVA.

los alojamientos, y Castellón (10 €/m²), con el 17% de alojamientos, y en ambos casos menor periodo de estancia. Sin embargo, esto no significa que exista una correlación entre el número de naves y despachos disponibles, el periodo máximo de permanencia y el precio de alojamiento; sólo se observa una correlación positiva y moderada¹²³ entre el número de alojamientos disponibles y el periodo de permanencia: cuando el vivero dispone de más alojamientos el periodo de estancia se incrementa.

Los viveros de las cámaras de comercio y los vinculados a las universidades registran los precios más altos (9 €/m² y 8,6 €/m² respectivamente), frente a los municipales y CEEIs con un precio similar, entre 6 y 8,5 €/m². Por orientación sectorial, paradójicamente los viveros de servicios, que disponen de una oferta menor de servicios que los tecnológicos, y en especial los gerenciados por la Cámara de Comercio de Valencia, registran un precio medio superior a los tecnológicos.

Los viveros tecnológicos Espaitec y Vinalab (12 €/m²) registran los precios más altos; en los industriales el precio medio es similar entre los cinco analizados, si bien es necesario destacar que los viveros de Ibi y Mutxamel gestionados por la Cámara de Comercio de Alicante redujeron¹²⁴, por motivos de falta de demanda, en el año 2012 a la mitad el precio de alquiler pasando de 950€ por el alquiler de naves de 250 m² a 475€; y en los viveros de servicios las diferencias entre municipales y de las cámaras de comercio son llamativas: por ejemplo, los viveros municipales de Algemesí y Valencia (CREIX) tienen precios inferiores a 4 €/m² frente a los de Picanya o Calpe, de menor superficie, con precios de 11,8 y 17,8€/m² respectivamente, y entre los viveros de la Cámara de Comercio de Alicante y Valencia hay una diferencia media de 5 €/m².

¹²³ Correlación capacidad de alojamiento-tiempo máximo de estancia. Correlación de Pearson = 0,389, significativa al nivel de 0,05 (bilateral).

¹²⁴ En el caso de los viveros de empresas del Ayuntamiento de Alicante se produjo en el año 2012 una reducción del precio de un 25% en promedio para mantener su diferencial respecto al mercado. No obstante, en 2014 se volvieron a incrementar a consecuencia de las exigencias del plan de ajuste que el Ayuntamiento tuvo que asumir como consecuencia de las condiciones impuestas por el Gobierno central a aquellas entidades que por su elevado nivel de endeudamiento tuvieron que recurrir a préstamos estatales, como era el caso.

Precio medio de alojamiento de los viveros de la Comunidad Valenciana (euros/m²)			
Provincia	Titularidad / orientación	€/m²	Desv. típica
Alicante	Ayuntamiento	5,9	7,1991
	Cámaras de Comercio	7,3	6,8937
	CEEI	5,8	0,2828
	Universidad	6,0	
	Total Alicante	6,6	6,1007
Castellón	Ayuntamiento	12,0	
	Cámaras de Comercio	9,0	
	CEEI	7,0	
	Universidad	12,0	
	Total Castellón	10,0	2,4494
Valencia	Ayuntamiento	6,1	4,0072
	Cámaras de Comercio	11,0	0,0000
	CEEI	7,5	
	Universidad	8,0	
	Total Valencia	8,8	3,4005
Titularidad	Ayuntamiento	6,5	5,3923
	Cámaras de Comercio	9,0	5,0746
	CEEI	6,2	0,7211
	Universidad	8,6	3,0550
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	7,8	3,1219
	G2 Industrial	1,6	0,3361
	G3 Servicios	9,2	4,8602
Total		7,9	4,9113

*Tabla 52. Precio medio de alojamiento de los viveros de la Comunidad Valenciana (euros/m²)
Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas*

Capacidad de alojamiento, período máximo de estancia y precios medios por m² en los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Capacidad aloj.	Estancia (meses)	Precio (€/m²)	Serviciosno incluidos*
CEEI Alcoy	17	48	6,0	
CEEI Castellón	25	60	7,0	
CEEI Elche	29	60	5,6	
CEEI Valencia	31	48	7,5	
Fundación General UA	9	36	5,5	3 (aire acond.)
Innozone. Parque científico de Alicante	8	72	4,6	
Espaitec. Univesitat Jaume I	31	36	12,0	
Fundación Quorum UHM	70	Indefinido	6,0	
Start UPV	32	24	8,0	5
Vivero municipal (Vinalab) Vinarós	15	24	12,0	
Media grupo 1: tecnológico	267	48	7,2	
Vivero municipal de Elda	20	Indefinido	1,1	1,2,3,4,5
Vivero Ibi (C. Comercio Alicante)	22	60	1,9	1,3,4,5
Vivero Mutxamel (C. Comercio Alicante)	18	60	1,9	1,3,4,5
Vivero municipal San Vicente del Raspeig	13	36	1,6	1,3,4,5
Vivero municipal 'Príncipe Felipe' Alicante	12	72	1,4	
Media grupo 2: industrial	85	60	1,6	
Vivero Tavernes de la Valldigna	12	12	6	3
Vivero municipal de Alquería de Moret (Picanya)	5	24	11,8	
Vivero municipal (CREIX) de Valencia	11	24	3,8	
Vivero municipal de Algemesí	8	24	3,6	5
Vivero municipal de Calpe	5	72	17,8	5
Vivero municipal "Alicante Emprende" de Alicante	13	24	8	
Vivero municipal (VEM1) de Manises	6	24	10	
Vivero municipal de Buñol	4	24	1,6	4,5

Capacidad de alojamiento, período máximo de estancia y precios medios por m² en los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Capacidad aloj.	Estancia (meses)	Precio (€/m²)	Serviciosno incluidos*
Vivero municipal de Benidorm	4	24	-	5
Incub-Cámara (C. de Comercio Alcoy)	13	36	7,0	
Vivero de Denia (C. de Comercio Alicante)	23	60	6,0	
Vivero de Elche (C. de Comercio Alicante)	21	60	6,0	
Vivero de Villena (C. de Comercio Alicante)	22	60	6,0	
Vivero de Finestrat (C. de Comercio Alicante)	15	60	6,0	
Vivero de Torreveja (C. Comercio Alicante)	15	60	6,0	
Vivero de Villareal (C. Comercio de Castellón)	36	24	9,0	4
Vivero de Orihuela (C. Comercio de Orihuela)	18	24	25,0	
Vivero de Gandía (C. Comercio de Valencia)	17	36	11,0	
Vivero de Ontinyent (C. Comercio de Valencia)	10	36	11,0	
Vivero de Paterna (C. Comercio de Valencia)	19	36	11,0	
Vivero de Requena (C. Comercio de Valencia)	7	36	11,0	
Vivero de Sagunto (C. Comercio de Valencia)	10	36	11,0	
Vivero de Torrent (C. Comercio de Valencia)	15	36	11,0	
Vivero de Valencia (C. Comercio de Valencia)	9	36	11,0	
Vivero de Xativa (C. Comercio de Valencia)	6	36	11,0	
Vivero municipal Quart de Poblet	4	24	-	
Media grupo 3: servicios	328	36	9,2	

Capacidad de alojamiento, período máximo de estancia y precios medios por m² en los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Capacidad aloj.	Estancia (meses)	Precio (€/m ²)	Servicios no incluidos*
Media total	680	42	7,9	

*Servicios básicos no incluidos en el precio de alojamiento: 1 (electricidad), 2 (agua), 3 (aire/calefacción), 4 (Internet), 5 (oficina, gerencia, gerente)

Tabla 53. Capacidad de alojamiento, período máximo de estancia y precios medios por m² en los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

El precio de alojamiento se concreta a través de varios métodos y en función de los objetivos y/o necesidades de financiación de cada uno de los viveros: el vivero tecnológico de la Fundación Quorum de la Universidad Miguel Hernández tiene en cuenta los metros cuadrados de los despachos, si el emprendedor procede de la universidad, si es una entidad con ánimo de lucro, si la empresa contrata a becarios de la propia universidad. Por su parte, en los viveros de la Cámara de Comercio de Valencia se realiza un estudio de previsión de ingresos y gastos y se divide por el número de despachos, etc. Pero hay una variable que todas las entidades comparten e intentan aplicar: que el precio se fije considerando un pequeño descuento respecto al precio de espacios similares en el mercado privado.

Sin duda, el precio que ha de pagar el emprendedor es uno de los factores determinantes, las necesidades de financiación para iniciar cualquier actividad suponen que éste busque las alternativas más económicas, más aun cuando las ayudas y subvenciones públicas son mínimas y la financiación bancaria exige unas condiciones extremadamente fuertes. Las diferencias de precio entre el alquiler de despachos en el sector privado y en los VE no puede establecerse de forma análoga: en el sector privado se ofrece únicamente un espacio donde desarrollar la actividad sin contar con servicios para el emprendedor, aunque el emprendedor también puede recurrir, como cualquier ciudadano, a los servicios gratuitos de las agencias locales de desarrollo y/o de fomento de empresas de los ayuntamientos. De hecho, y siguiendo nuestra filosofía de trabajo respecto a las funciones que ha de tener un VE, el valor del uso de los despachos debería ser un factor no principal a la hora de evaluar el coste para los usuarios.

En todo caso, siendo el elemento más sencillo de tabular, al poder dimensionar en base a unos parámetros conocidos, es lógico que de una forma u otra los precios se tarifen en base a las dimensiones de los despachos de uso individual.

Comparativa de precios de oficinas y despachos sector privado-viveros de empresas por principales comarcas de la Comunidad Valenciana (euros/m²)

Provincia	Comarcas	Sector privado	Viveros de empresa
Alicante	El Baix Vinalopó	4,6	5,2
	L'Alacantí	7,5	8,0
	L'Álcoia	5,5	6,5
	La Marina Alta	4,5	11,9
	La Marina Baixa	7,0	6,0
	La Vega Baja	5,7	15,5
Castellón		4,7	9,5
	La Plana Alta		
	La Plana Baixa	3,5	9,0
Valencia	L'Horta Oest	9,5	10,9
	La Safor	4,5	8,5
	Valencia	10,5	7,6

Tabla 54. Comparativa de precios de oficinas y despachos sector privado-viveros de empresas por principales comarcas de la Comunidad Valenciana (euros/m²)

Fuente: elaboración propia a partir de la información facilitada por los principales buscadores de Internet y empresas de sector inmobiliario (Idealista, Mis oficinas, etc.)

Teniendo en cuenta sólo el precio de alojamiento, se ha realizado una búsqueda en los principales portales inmobiliarios en Internet (*Tabla 54. Comparativa de precios de oficinas y despachos sector privado-viveros de empresas por principales comarcas de la Comunidad Valenciana (euros/m²)*) sobre los precios actuales (junio 2015) de oficinas y despachos amueblados con instalaciones de electricidad, agua y conexión telefónica y con una superficie de entre 15 y 60 m², localizados en los barrios céntricos de los municipios de las principales comarcas y los resultados obtenidos revelan diferencias notables:

- Exceptuando el municipio de Valencia y la comarca de la Marina Baixa, sobre todo el municipio de Benidorm, en el resto de los municipios donde se han localizado oficinas el precio promedio de €/m²/mes es mayor en los VE que en el sector privado.
- Las mayores diferencias, el precio en los viveros es mayor que en el mercado privado, se detectan en las comarcas de la Vega Baja (donde se localizan los viveros de Orihuela y Torrevieja) con 9,8€, la Marina Alta de Calpe y Denia con una diferencia de 7,4€ y en la Plana Baixa (vivero de Villareal) con 5,5€.

A pesar de las diferencias en los precios de alquiler, los emprendedores valoran positivamente poder alojarse en un vivero: el 81,5% de los emprendedores alojados en los VE de la Comunidad Valenciana¹²⁵ indica que el precio mensual que debe pagar en el VE donde se aloja ha sido uno de los principales motivos para solicitar el alojamiento frente a una opción privada. Considerando que el precio que pagan en los viveros está por debajo del precio de mercado, debido a que en la mayoría de viveros el pago mensual incluye los gastos relacionados con electricidad, agua e Internet, para una empresa con un tamaño de tres trabajadores su alojamiento en la incubadora supone un ahorro medio mensual de 150€.

Por ello, cuando se solicita tanto a gerentes como a emprendedores que valoren en una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo) la afirmación “el precio de alojamiento en los viveros de empresa está por debajo del precio de mercado” no se observan diferencias notables entre los gerentes (4) y los emprendedores (3,7), si cabe puntuales y con poca significatividad en los viveros de orientación industrial (gerentes = 3,6; emprendedores = 3) y en los universitarios (gerentes = 4; emprendedores = 3).

¹²⁵ Entrevista a emprendedores alojados y egresados en los viveros de empresa de la Comunidad Valenciana.

Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes y los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el precio de alojamiento en los viveros está por debajo del precio de mercado”

Provincia	Titularidad / orientación	Gerentes		Emprendedores	
		Media	Desv. típica	Media	Desv. típica
Alicante	Ayuntamiento	3,8	0,983	3,1	1,269
	Cámaras de Comercio	3,9	0,601	4,0	0,000
	CEEI	3,0	2,828	3,0	
	Universidad	3,0	2,800		
	Total Alicante	3,7	1,018	3,2	1,138
Castellón	Ayuntamiento	5,0		5,0	
	Cámaras de Comercio	5,0			
	CEEI	3,0		3,5	1,732
	Universidad			1,0	
	Total Castellón	4,3	1,155	3,3	1,862
Valencia	Ayuntamiento	4,4	1,134	4,4	1,211
	Cámaras de Comercio	4,0	0,000	3,8	0,898
	CEEI	4,0			
	Universidad	5,0		3,7	1,528
	Total Valencia	4,2	0,775	4,0	1,043
Titularidad	Ayuntamiento	4,2	1,051	3,9	1,311
	Cámaras de Comercio	4,0	0,485	3,8	0,854
	CEEI	3,5	2,000	3,4	1,517
	Universidad	4,0	1,414	3,0	1,826
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	3,6	1,633	3,7	1,557
	G2 Industrial	3,6	0,894	3,0	1,414
	G3 Servicios	4,1	0,732	3,9	0,969
Total		4,0	0,943	3,7	1,203

Escala: 1 (totalmente en desacuerdo) - 5 (totalmente de acuerdo)

Tabla 55. Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes y los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el precio de alojamiento en los viveros está por debajo del precio de mercado”

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas y emprendedores alojados y egresados

9.2.12. Tasa de ocupación

Uno de los indicadores que mejor miden la eficacia de un VE es la tasa de ocupación¹²⁶, pues un vivero que cree empresas con altas tasas de supervivencia y genere empleo pero tenga pocas empresas alojadas, indicaría que sus recursos no están siendo optimizados y que por lo tanto el vivero no es rentable (Ferreiro Seoane, 2013). De los 680 espacios (despachos y naves industriales) para alojar empresas en los viveros de la región en el año 2014, 234 están disponibles, lo que representa una tasa de ocupación del 65,5%. En general una mayor o menor oferta de espacios no se correlaciona con una mayor tasa de ocupación, sin embargo un análisis por titularidad, provincia y orientación sectorial refleja disparidades notables.

Hay que tener en cuenta que la fijación del precio por parte de una entidad pública puede establecerse por debajo del precio de coste o del de mercado, previa justificación de la finalidad y del impacto que puede tener en el sector privado que realice similares actividades. Reseñar que en cuanto a la forma de cálculo del precio hay dos factores: de un lado, el correspondiente al coste real de la actividad (lo que supone presupuestariamente para la entidad local la prestación del servicio), pero también existe un factor político, que es el que determina el precio final a exencionar al usuario y donde la entidad debe conocer qué parte del coste no trasladada a los viveristas va a tener que asumir de su propio presupuesto.

La provincia de Alicante presenta *a priori* una sobredotación de espacios en sus VE, registrando la tasa de ocupación más baja (59,1%) de las tres provincias (Castellón 61,6% y Valencia 75,2%) y con un total acumulado de despachos y naves disponibles de 145 (61,1% del total de la región). Si descendemos a nivel comarcal, cuatro de las ocho comarcas alicantinas (Alto Vinalopó, El Baix Vinalopó, L'Alcoiá y La Marina Alta) recogen tasas muy por debajo del promedio general, incluso por debajo del 50%; la Plana Baixa en la provincia de Castellón tiene

¹²⁶ Porcentaje de alojamientos (despachos y/o naves) ocupados por emprendedores respecto al total de alojamientos ofertados.

un 38,9%; y en la provincia de Valencia sólo dos comarcas de las ocho incluidas en el estudio (La Hoya de Buñol y La Ribera Alta) son de las de menor dotación: ambas suman una oferta total de diecinueve alojamientos, registrando una tasa del 50 y 53,3% respectivamente.

Los viveros de la Cámara de Comercio de Alicante con una tasa de ocupación del 51,5% son los más infrautilizados, especialmente los viveros industriales de Ibi y Mutxamel con una tasa inferior al 40% y Elche¹²⁷ con una de las tasas de ocupación más bajas de la comunidad (33,3%). En el lado opuesto, encontramos los viveros de Finestrat y Torrevieja con un 100% de ocupación. El vivero de la Cámara de Comercio de Villareal, con la mayor oferta de espacios (36) de todos los viveros de las distintas cámaras, recoge también una de las tasas más bajas de ocupación (38,9%). Por otro lado, en los viveros de la Cámara de Comercio de Valencia, con una de las tasas más altas (81,7%), no se observan dispersiones agudas por viveros en ninguna de las localidades donde se localizan, con porcentajes superiores al 73% en todos ellos, alcanzando incluso casi la plena ocupación en Gandía, Ontinyent y Sagunto.

Los viveros municipales alicantinos registran la tasa más alta de la región (83,6%), concretamente por la elevada ocupación de los viveros industriales de Elda (100%), Príncipe Felipe de Alicante (100%) y San Vicente del Raspeig (76,9%). Sin embargo cuentan con los dos viveros con menor tasa de ocupación de la comunidad: Benidorm y Calpe con una sola empresa alojada, frente a los de Castellón (40%) y los de Valencia (54%).

En cuanto al análisis por orientación sectorial, tanto industriales como tecnológicos superan el promedio general con el 68% de ocupación en ambos casos. Centrando la atención en los tecnológicos, el vivero de la Fundación Quorum registra la tasa más baja (57,1%), aunque hay que destacar que es el vivero con mayor oferta de espacios (70) y el de mayor número de empresas alojadas (40). Espaitec en Castellón presenta una tasa del 83,8%, y Start UPV en Valencia y el Parque Científico de Alicante, el 100% de ocupación, mientras que el vivero del CEEI de Elche también registra la tasa más baja respecto a los otros CEEIs (51,7%).

¹²⁷ Elche y Valencia son los municipios con más viveros de empresas, tres en cada municipio. La tasa de ocupación de Elche, que cuenta con una oferta de 120 alojamientos, es del 51,6%, mientras que Valencia con una oferta de 52 alojamientos registra una tasa del 88,4%.

Tasa de ocupación de los viveros por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014

Provincia	Titularidad / orientación	Tasa de ocupación	Espacios disponibles (nº)
Alicante	Ayuntamiento	83,6	11
	Cámaras de Comercio	51,5	81
	CEEI	54,3	21
	Universidad	63,2	32
	Total Alicante	59,1	145
Castellón	Ayuntamiento	40,0	9
	Cámaras de Comercio	38,8	22
	CEEI	80,0	5
	Universidad	83,8	5
	Total Castellón	61,6	41
Valencia	Ayuntamiento	54,0	23
	Cámaras de Comercio	81,7	17
	CEEI	74,1	8
	Universidad	100,0	-
	Total Valencia	75,2	48
Titularidad	Ayuntamiento	67,4	43
	Cámaras de Comercio	59,5	120
	CEEI	69,4	34
	Universidad	73,7	37
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	70,1	80
	G2 Industrial	68,2	27
	G3 Servicios	61,2	127
Total		65,2	234

Tabla 56. Tasa de ocupación de los viveros por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Las causas de una tasa de ocupación tan baja pueden ser múltiples, por lo que en los siguientes capítulos trataremos de buscar más explicaciones, que ahora avanzamos.

El precio por alojarse no parece que sea la variable determinante a la hora de conseguir una mayor ocupación en el vivero: no se observa una correlación entre una mayor tasa de ocupación y un menor precio en el alojamiento. Tampoco la irrupción en el mercado de una bolsa tan amplia de alquiler de viviendas y oficinas producto de la crisis inmobiliaria responde a esta situación, ya que, como hemos visto anteriormente, los emprendedores valoran muy positivamente el precio que pagan en los viveros con los servicios que reciben a pesar de poder encontrar alojamientos más económicos en el sector privado.

Quizás la respuesta la encontremos en las nuevas tendencias de trabajo, especialmente las relacionadas con actividades profesionales que optan por desarrollar su trabajo desde su domicilio ahorrándose los costes fijos (aunque sean mínimos) de alojarse en un vivero, así como en los nuevos formatos de alojamiento que han proliferado en España desde el año 2012, como es el caso de los espacios de *coworking* (véase la página 308, “Los centros de *coworking*”), mucho más económico (precios por debajo de los 100€ mensuales incluyendo electricidad, agua, aire acondicionado, Internet, etc.) que alojarse en un vivero, con unas prestaciones similares y con una gran demanda. Viveros como el de Vinalab con un espacio *coworking* para alojar a 60 emprendedores, el de la Fundación Quorum para 200 o los del CEEI de Elche y el CEEI de Valencia para aproximadamente unos 30, se han puesto en marcha con excelentes resultados. Otros viveros como el de Manises o Elda estaban, a fecha de finalización del trabajo de campo, habilitando una zona en las dependencias municipales destinadas a tal fin. Pero donde realmente se encuentra la competencia de los viveros de empresas tradicionales es en el sector privado, donde tanto empresas inmobiliarias como particulares, y sobre todo en los municipios de mayor población, han encontrado en estos espacios un modo de rentabilizar sus inmuebles que hasta entonces se encontraban infrautilizados, ofreciendo un espacio para oficinas a precios realmente bajos y donde los viveros apenas cuentan con margen para diferenciarse de esta competencia vía el coste de alojamiento trasladado al usuario.

Tasa de ocupación de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Capacidad(nº)	Ocupación (nº)	Tasa de ocupación (%)
CEEI Alcoy	17	10	58,8
CEEI Castellón	25	20	80,0
CEEI Elche	29	15	51,7

Tasa de ocupación de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Capacidad(nº)	Ocupación (nº)	Tasa de ocupación (%)
CEEI Valencia	31	23	74,1
Fundación General UA	9	7	77,7
Innozone. Parque científico de Alicante	8	8	100,0
Espaitec. Univesitat Jaume I	31	26	83,8
Fundación Quorum UHM	70	40	57,1
Start UPV	32	32	100,0
Vivero municipal (Vinalab) Vinarós	15	6	40,0
Total grupo 1: tecnológico	267	187	70,1
Vivero municipal de Elda	20	20	100,0
Vivero Ibi (C. Comercio de Alicante)	22	9	40,9
Vivero Mutxamel (C. Comercio de Alicante)	18	7	38,9
Vivero municipal San Vicente del Raspeig	13	10	76,9
Vivero municipal 'Príncipe Felipe' Alicante	12	12	100,0
Total grupo 2: industrial	85	58	68,2
Vivero Tavernes de la Valldigna	12	4	33,3
Vivero municipal de Alquería de Moret (Picanya)	5	3	60,0
Vivero municipal (CREIX) de Valencia	11	7*	-
Vivero municipal de Algemesí	8	3	37,5
Vivero municipal de Calpe	5	1	20,0
Vivero municipal "Alicante Emprende" de Alicante	13	13	100,0
Vivero municipal (VEM1) de Manises	6	5	83,3
Vivero municipal de Buñol	4	2	50,0
Vivero municipal de Benidorm	4	0	-
Incub-Cámara (C. de Comercio de Alcoy)	13	8	61,5
Vivero de Denia (C. de Comercio de Alicante)	23	10	43,5
Vivero de Elche (C. de Comercio de Alicante)	21	7	33,3
Vivero de Villena (C. de Comercio de Alicante)	22	11	50,0
Vivero de Finestrat (C. de Comercio de Alicante)	15	15	100,0
Vivero de Torrevieja (C. de Comercio de Alicante)	15	15	100,0
Vivero de Villareal (C. de Comercio de Castellón)	36	14	38,9

Tasa de ocupación de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Capacidad(nº)	Ocupación (nº)	Tasa de ocupación (%)
Vivero de Orihuela (C. de Comercio de Orihuela)	18	4	22,2
Vivero de Gandía (C. de Comercio de Valencia)	17	16	94,1
Vivero de Ontinyent (C. de Comercio de Valencia)	10	9	90,0
Vivero de Paterna (C. de Comercio de Valencia)	19	14	73,7
Vivero de Requena (C. de Comercio de Valencia)	7	5	71,4
Vivero de Sagunto (C. de Comercio de Valencia)	10	9	90,0
Vivero de Torrent (C. de Comercio de Valencia)	15	11	73,3
Vivero de Valencia (C. de Comercio de Valencia)	9	7	77,8
Vivero de Xativa (C. de Comercio de Valencia)	6	5	83,3
Vivero municipal Quart de Poblet	4	3	75,0
Total grupo 3: servicios	328	201	61,2
Total	680	446	65,5

* El vivero CREIX de Valencia tuvo una ocupación en los primeros meses de 2014 en los que estuvo operativo de siete empresas

En el vivero municipal de Quart de Poblet los emprendedores sólo han de pagar una fianza, estando exentos del pago de alquiler

Tabla 57. Tasa de ocupación de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

9.2.13. Recursos económicos de los viveros

Poder determinar los recursos económicos y la cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana en el año 2014 conlleva que los responsables de los viveros aporten toda la información relativa a las diferentes partidas de gastos: inversión inicial para la construcción y/o acondicionamiento del inmueble y amortizaciones aplicadas, gastos operativos (telefonía, limpieza, luz, agua, mantenimiento, impuestos de bienes inmuebles en su caso, etc.), gastos de personal... Pero también deben aportar la cifra de ingresos (incluyendo los pagos por alojamientos de los emprendedores), ayudas y subvenciones recibidas así como fuentes alternativas de financiación. La fuente principal de información procede de las respuestas obtenidas en las entrevistas dirigidas a los gerentes de los viveros. Sin embargo, ha sido necesario

recurrir a otras fuentes externas de información (registros de la propiedad, compañías de luz y agua, operadoras telefónicas, empresas de seguridad y limpieza, información aportada en los programas operativos FEDER para la Comunidad Valenciana, etc.) para poder realizar estimaciones sobre los gastos imputables debido a la baja tasa de respuesta que se ha recibido en este apartado del cuestionario:

- (1) Nueve viveros (23,6%) han aportado información sobre el coste de construcción y/o acondicionamiento del inmueble para su uso como vivero. El resto de responsables ha argumentado que desconocía dicha información así como la posibilidad de delegar a otra institución para que la facilitase.
- (2) Diez viveros (26,5%) han aportado información completa sobre los gastos operativos y de recursos humanos. En el resto de casos se han realizado las estimaciones oportunas a través de diferentes preguntas contenidas en el cuestionario así como de fuentes secundarias externas.
- (3) Doce viveros (31,5%) han aportado información completa sobre los ingresos recaudados en el año 2014, concretamente a través de los pagos realizados por los emprendedores alojados. En el resto de casos se ha realizado una estimación a partir del precio medio de alquiler por metro cuadrado que han de pagar los emprendedores en función de la tasa de ocupación, tipo de alojamiento y superficie ocupada en cada uno de los viveros.
- (4) Dos viveros no han aportado ninguna información relativa a gastos e ingresos: el vivero municipal CREIX de Valencia, que en el año 2014 se encuentra inoperativo, sin personal ni empresas alojadas, y el vivero de la Universidad Jaume I (ESPAITEC) de Castellón que ha rehusado participar en esta investigación.

9.2.13.1 Financiación inicial de los viveros

La financiación inicial para la construcción o acondicionamiento de inmuebles ya existentes para albergar VE se ha obtenido de diferentes fuentes de capitalización pública, dependiendo en buena medida del régimen de tenencia del vivero (propiedad, alquiler, concesión, etc.) y de la vinculación y/o acuerdos entre ayuntamientos, asociaciones y fundaciones, etc., que han permitido la puesta en marcha de las incubadoras.

Cámaras de Comercio

Los 18 viveros de las diferentes cámaras de comercio han optado siempre por la construcción de nuevos inmuebles y por tener la titularidad patrimonial de los mismos. Los costes de construcción varían notablemente en función de su tamaño y orientación sectorial. De este modo, se pueden encontrar horquillas de costes desde los 550.000 euros que costó la construcción del vivero de Finestrat hasta los 2.398.000 de euros del vivero industrial de Ibi, los 2.000.000 de euros del vivero de Denia, el 1.498.000€ del vivero de Villena, el 1.415.000€ del vivero de Gandía, el 1.400.000€ del vivero de Elche, etc. Para financiar estos proyectos las cámaras de comercio a través de la fundación INCYDE, cuyas actividades están enmarcadas en los programas de los fondos comunitarios FSE (Fondo Social Europeo) y FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional), han conseguido obtener en diferentes periodos¹²⁸ y para diferentes programas operativos ayudas para la construcción de los viveros con aportaciones medias por vivero de entre el 60 y el 80% del coste total. El porcentaje restante ha sido aportado por los fondos propios de las cámaras de comercio y en viveros como el de Ibi, Finestrat o Villena con la colaboración del ayuntamiento, cediendo este último el suelo donde se localiza el vivero.

Ayuntamientos

Los 14 viveros municipales a diferencia de los viveros de la Cámara de Comercio han optado por diferentes alternativas:

- Los viveros industriales de San Vicente del Raspeig y Príncipe Felipe de Alicante son edificios de nueva construcción propiedad de los ayuntamientos. El vivero de San Vicente del Raspeig, construido en el año 2010, tuvo un coste de construcción de 718.885€ aportados en su totalidad por el Fondo Estatal para el Empleo y la Sostenibilidad Local. El vivero Príncipe Felipe, construido en el año 2013, costó 3.300.000€, sufragados en su mayor parte a través del Fondo Estatal

¹²⁸Programas operativo de fondos de cohesión FEDER 2000-06 y 2007-13.

para la Inversión Local y la parte restante (300.000€) los aportó el Ayuntamiento de Alicante.

- En seis viveros se optó por rehabilitar y/o acondicionar inmuebles propiedad del Ayuntamiento: en Algemesí, Benidorm, Buñol, Tavernes de la Valldigna y Creix Valencia el 100% de los gastos los asumió el ayuntamiento. Únicamente en Picanya, cuyo coste ascendió a 94.439€ aportados en su totalidad a través del Plan Especial de Apoyo para la Inversión Pública de la Generalitat Valenciana 2011 el ayuntamiento no tuvo que afrontar los costes.
- En cuatro viveros también se optó por rehabilitar y/o acondicionar un inmueble ya construido, pero en estos casos los ayuntamientos pagan un alquiler anual por su uso: Alicante Emprende con un coste de rehabilitación de 60.000€, Quart de Poblet y un coste de 100.000€, y Calpe, en los tres casos asumido en su totalidad por el ayuntamiento; y Manises con un coste de 78.000€ (90% de los costes a través de ayudas del SERVEF y otras entidades, y el 10% restante aportado por el ayuntamiento).
- Y el centro de conocimiento Vinalab donde se localiza el VE de Vinarós, de nueva construcción y un régimen de tenencia de concesión, costó a las arcas municipales 3.200.000€.

Universidades y Parques Científicos

El vivero Espaitec de la Universitat Jaume I es una nueva construcción propiedad de la universidad. En los viveros universitarios de la Fundación Quorum de la Universidad Miguel Hernández, Start UPV de la Universitat Politècnica de Valencia, Vivero de la Fundación General de la UA e Innozone Parque Científico de Alicante se realizaron remodelaciones de espacios existente para emplazar los VE, su régimen de tenencia es a través de una concesión de la propias

universidad y en todos los casos los costes han sido asumidos íntegramente por las propias universidades¹²⁹.

CEEIs

Los cuatro viveros están en régimen de alquiler. En los originarios CEEIs de Alcoy y Castellón se rehabilitó un espacio de la propia entidad para alojar el vivero con un coste aproximado de 50.000€ (valórese que de esto hace ya más de 25 años)¹³⁰ en cada uno ellos, asumido por los propios CEEIs, y el CEEI de Elche, de nueva construcción, con un coste de 600.000€: 70% fondos FEDER, 30% aportados por el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial y 5% restante asumido por el CEEI.

Tenencia, construcción y fuentes de financiación inicial de viveros de la Comunidad Valenciana

Viveros	Tenencia	Construcción	Fuentes de financiación
CEEI Alcoy	Alquiler	Acondicionamiento	CEEI
CEEI Castellón	Alquiler	Acondicionamiento	CEEI
CEEI Elche	Alquiler	Construcción	FEDER*-IVACE**-CEEI
CEEI Valencia	Alquiler	Acondicionamiento	CEEI
Fundación General UA	Concesión	Acondicionamiento	Universidad
Innozone-Parque Científico de Alicante	Concesión	Acondicionamiento	Universidad
Esipaitec-Univesitat Jaume I	Propiedad	Construcción	Universidad-otros
Fundación Quorum-UHM	Concesión	Acondicionamiento	Universidad
Start UPV	Concesión	Acondicionamiento	Universidad
Vivero municipal Vinalab, Vinarós	Concesión	Construcción	Ayuntamiento
Grupo 1: tecnológico			
Vivero municipal de Elda	Propiedad	Construcción	Ayuntamiento

¹²⁹ De los viveros universitarios sólo se ha facilitado información sobre el coste de rehabilitación del vivero Start UPV: 9.000 euros financiados a través del Consejo Social de la UPV (70%) y la UPV (30%).

¹³⁰ Aunque el momento de construcción indefectiblemente impide comparar las cantidades que se invirtieron con las actuales, no deja de ser un dato que apenas haría variar el resultados final.

Tenencia, construcción y fuentes de financiación inicial de viveros de la Comunidad Valenciana

Viveros	Tenencia	Construcción	Fuentes de financiación
Vivero Ibi (C. Comercio de Alicante)	Propiedad	Construcción	FEDER-Misterio Industria-Cámara
Vivero Mutxamel (C. Comercio de Alicante)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero municipal San Vicente del Raspeig	Propiedad	Construcción	FEELS***
Vivero municipal Príncipe Felipe, Alicante	Propiedad	Construcción	FEIL****-Ayuntamiento
Grupo 2: industrial			
Vivero Tavernes de la Valldigna	Propiedad	Acondicionamiento	Ayuntamiento
Vivero municipal de Alquería de Moret (Picanya)	Propiedad	Acondicionamiento	PIP*****
Vivero municipal CREIX, Valencia	Propiedad	Acondicionamiento	Ayuntamiento
Vivero municipal de Algemesí	Propiedad	Acondicionamiento	Ayuntamiento
Vivero municipal de Calpe	Alquiler	Acondicionamiento	Ayuntamiento
Vivero municipal Alicante Emprende, Alicante	Alquiler	Acondicionamiento	Ayuntamiento
Vivero municipal VEM1, Manises	Alquiler	Acondicionamiento	SERVEF*****-Ayuntamiento
Vivero municipal de Buñol	Propiedad	Acondicionamiento	Ayuntamiento
Vivero municipal de Benidorm	Propiedad	Acondicionamiento	Ayuntamiento
Incub-Cámara (C. de Comercio de Alcoy)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Denia (C. de Comercio de Alicante)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Elche (C. de Comercio de Alicante)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Villena (C. de Comercio de Alicante)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Finestrat (C. de Comercio de Alicante)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Torrevieja (C. de Comercio de Alicante)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Villareal (C. de Comercio de Castellón)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Orihuela (C. de Comercio de Orihuela)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Gandía (C. de Comercio de Valencia)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Ontinyent (C. de Comercio de Valencia)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Paterna (C. de Comercio de Valencia)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Requena (C. de Comercio de Valencia)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Sagunto (C. de Comercio de Valencia)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Torrent (C. de Comercio de Valencia)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Valencia (C. de Comercio de Valencia)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero de Xativa (C. de Comercio de Valencia)	Propiedad	Construcción	FEDER-Cámara
Vivero municipal Quart de Poblet	Alquiler	Acondicionamiento	Ayuntamiento

Tenencia, construcción y fuentes de financiación inicial de viveros de la Comunidad Valenciana

Viveros	Tenencia	Construcción	Fuentes de financiación
Grupo 3: servicios			

ND = información no disponible

** FEDER: Fondo Europeo de Desarrollo Regional*

*** IVACE: Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial*

**** FEELS: Fondo Estatal para el Empleo y la Sostenibilidad Local*

***** FEIL: Fondo Estatal para la Inversión Local*

****** PIP: Plan Especial de Apoyo para la Inversión Pública de la Generalitat Valenciana*

****** SERVEF: Servicio Valenciano de Ocupación y Formación*

Tabla 58. Tenencia, construcción y fuentes de financiación inicial de viveros de la Comunidad Valenciana

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

9.2.13.2 Ayudas y subvenciones para sufragar gastos operativos y de personal

Como hemos podido observar en lo anteriormente expuesto, la principal fuente de financiación inicial de los VE procede en su mayoría del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), que se programa cada siete años 2000-06, 2007-13, y que actualmente se ha aprobado para el periodo 2014-2020. La Comunidad Valenciana ha sido beneficiaria de los fondos desde el año 2000 y en el período 2007-2013 recibió 595,1 millones de euros, de los que 178 millones de euros (30%) fueron destinados al desarrollo e innovación empresarial. Parte de esas ayudas se dirigieron a la creación de VE así como a sufragar parte de los gastos operativos y de personal. Para el periodo 2014-2020 se prevé un incremento del 4,3% de las ayudas¹³¹, pero se desconoce si se derivarán a la construcción de más viveros o a los gastos generados en los ya existentes.

En el año 2014 únicamente los gerentes de los CEEIs nos indicaron que habían costeado hasta el 70% de los gastos operativos y de personal a través de los fondos FEDER, mientras que el resto de viveros aseguraban no haber recibido ningún tipo de ayuda de ningún organismo

¹³¹ Fondos Europeos 2014-2020 en la Comunidad Valenciana. Consellería de Hacienda y Administración Pública. 2014.

nacional o europeo y que sus únicos ingresos procedían de los alquileres de espacios a emprendedores.

9.2.13.3 Ingresos por alojamiento y gastos de personal y operativos

Los viveros de empresa son instituciones sin ánimo de lucro promovidos por organismos con diversas competencias así como diferentes fuentes de ingresos, que en la mayoría de casos, sobre todo Ayuntamientos y universidades, destinan recursos económicos y personales que en principio no estaban destinados a cubrir las necesidades de los viveros. Por ello, para calcular los gastos e ingresos de los viveros se ha tratado, a través de las respuestas consignadas en los cuestionarios a gerentes, que de los gastos incurridos para su gestión diaria (gastos de personal y operativos tales como electricidad, agua, Internet, limpieza, mantenimiento, mobiliario, personal adscrito a la gestión y administración del vivero, asesores, alquileres, etc.) discriminaran los que efectivamente se dirigían al mantenimiento del vivero. No se incluye en este apartado la amortización por la construcción del inmueble ni las aportaciones y/o subvenciones, procedentes en la mayoría de casos de los fondos FEDER, de las entidades titulares y destinadas a equilibrar la cuenta de resultados. En este sentido sólo se han computado los ingresos percibidos por los emprendedores y excepcionalmente los recibidos por el alquiler de sus espacios comunes a otras entidades. En el título “9.4. Evaluación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: rentabilidad ” se incluirán los conceptos mencionados para el cálculo de la cuenta de resultados.

En el año 2014 los gastos de personal y de operatividad de los viveros ascendieron a un total de 1.673.497€. De estos, 952.182 (56,9%) corresponden a gastos de personal y 721.315 (43,1%) a gastos operativos. Los ingresos percibidos de los emprendedores alojados ascienden a 1.175.182€, reflejando un resultado negativo de -498.315€. Pero estos guarismos, que en principio se pueden considerar como indicadores de no sostenibilidad en el tiempo, hay que evaluarlos y valorarlos desde una perspectiva amplia. Es por ello que si medimos estos

parámetros para cada alojamiento ocupado¹³² (despachos/naves) obtenemos una media total de gastos anual de 3.752€ y de 2.634€ de ingresos, con un desfase entre ingresos y gastos de -1.118€, que, pese a ser negativo, se podría considerar equilibrado (aceptable) al tratarse de administraciones públicas, si consideramos los efectos indirectos que esta intervención conlleva y que hemos analizado en el apartado “6.8.7. Función social de los viveros de empresa” y siguientes.

Desde una perspectiva territorial, la provincia de Alicante es la que mayor nivel de gastos e ingresos genera, obteniendo un resultado negativo de -217.909€, la segunda que mayor esfuerzo destina en pagos salariales, con un coste por alojamiento ocupado similar a la media de 3.754€ y la que obtiene peor resultado. Por su parte, la provincia de Castellón obtiene un resultado negativo de -104.115€, pero con el coste por alojamiento más elevado (6.444€), y Valencia es la que el segundo peor resultado obtiene (-176.826€), pero con el coste por alojamiento ocupado más reducido (2.700€). Si procedemos a un análisis pormenorizado veremos que este revela diferencias sustanciales.

Provincia de Alicante

Los seis viveros municipales, que en conjunto obtienen un resultado positivo de 18.502€, son, aun así, deficitarios. Únicamente los viveros industriales de Elda y Príncipe Felipe de Alicante con el 100% de ocupación obtienen unos resultados positivos respectivamente de 32.433 y 14.000€, los cuatro restantes ofrecen una cuenta de resultados negativa, sobre todo Calpe (con un solo despacho ocupado) y -9.639€, y Benidorm (sin empresas alojadas) y -8.555€.

Los viveros de las tres sedes camerales alicantinas (Alicante, Alcoy y Orihuela) reflejan un comportamiento similar a los municipales: si en términos generales el resultado es de 16.126€, atendiendo a particularidades se observa que son precisamente los viveros industriales de Ibi y Mutxamel, con una tasa de ocupación del 40% pero con un volumen de gastos muy

¹³² Cociente del total de gastos e ingresos entre el número de alojamientos ocupados por vivero.

inferior al resto y sin personal¹³³, y los viveros de servicios de Finestrat y Torrevieja, con el 100% de ocupación, los que obtienen resultados positivos. Los restantes cinco viveros obtienen resultados negativos, destacando los viveros de Alcoy (-18.950€) con una tasa de ocupación del 61,5% y de Orihuela (-19.627€) con una tasa de ocupación del 22,2%; ambos viveros son los que más gastos generan, sobre todo, en personal 79,6% y 77,7% respectivamente.

Respecto a los CEEIs ubicados en la provincia, con una tasa de ocupación similar entorno al 55%, obtienen los segundos peores resultados: -70.520€ en Alcoy y -28.769€ en Elche, sin embargo los gastos de personal difieren significativamente, que en el caso de Alcoy representan el 57,9% del total de gastos y en Elche se reduce al 36%.

El vivero de la Fundación Quorum, el de mayor tamaño y oferta de alojamientos de la Comunidad Valenciana, es, con diferencia, el que mayor ingresos y gastos genera (192.100€), 68% atribuidos a gastos de personal y con un coste por alojamiento de 4.232€, pero obtiene un resultado negativo de -38.500€.

Provincia de Castellón

El vivero Vinalab, de titularidad pública pero el único de los viveros de la región gestionado por una empresa privada (Init SL), registra la tasa de ocupación más baja (38%), obteniendo un resultado negativo de -64.363€, aunque sus gestores reconocen unos ingresos en el año 2014 de 127.000€, de los que sólo el 25% corresponde al pago de alojamientos. El resto de ingresos procede de diversas fuentes internas como el espacio de *coworking* para 66 emprendedores, el alquiler de espacios para diversos usos así como ayudas y aportaciones del ayuntamiento. La Cámara de Comercio de Villareal arroja un resultado negativo (-6.155€) debido fundamentalmente a la baja tasa de ocupación (40%) y el CEEI de Castellón presenta un resultado de -33.592, pese a ser el que mayor facturación obtiene por alojamientos (41.408€).

¹³³ En los viveros de Ibi y Mutxamel se ha consignado en la partida de gastos de personal 3.250 euros anuales en cada uno de ellos, resultado de la parte proporcional del sueldo del gestor en función de las horas destinadas a la gestión de estos viveros.

Provincia de Valencia

La provincia de Valencia, al igual que la de Alicante, cuenta con seis viveros municipales, que en conjunto obtienen el peor resultado de todos los viveros analizados (-98.837€ de déficit). Los viveros de Manises y Buñol, a pesar de ser también deficitarios, obtienen unos resultados negativos de -3.236 y -4.100€ respectivamente, aunque con una gestión de los gastos más eficiente. El caso de Quart de Poblet es significativo ya que incurre en unos gastos anuales de 27.100€ y no obtiene ingresos por el alquiler de espacios, debido a que es el único vivero de la región donde los emprendedores pueden hacer uso de las instalaciones y de los servicios sin contraprestación. Los viveros de Tavernes de la Valldigna y Picanya con unos resultados de -34.646 y -22.578€ respectivamente generan unos gastos muy superiores a los ingresos, dentro de los gastos los relativos al personal suponen el 81% y el 91,9% respectivamente.

Los viveros de la Cámara de Comercio de Valencia reflejan un comportamiento similar al resto de viveros gestionados por las distintas cámaras, a excepción de los viveros industriales, y en términos generales el resultado es de -27.411€. Este desfase se produce concretamente de manera imputable a dos viveros: Gandía y Sagunto, que paradójicamente son los de mayor tasa de ocupación (90%), pero con mayores gastos en recursos humanos.

Por último, el vivero Start UPV obtiene el mejor resultado (-15.298€) en el conjunto de viveros vinculados a las universidades pero con unos gastos de personal del 78%.

Ingresos por alojamiento y gastos de personal y operativos de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014

Provincia	Titularidad / orientación	Gastos				Ingresos	Resultado	
		Personal	% total	Operativos	% total			Total
Alicante	Ayuntamiento	129.498	56,2	100.709	43,8	230.207	207.709	18.502
	Cámaras de Comercio	155.350	58,8	108.699	51,2	264.049	277.260	16.126
	CEEI	77.500	44,4	97.000	55,6	174.500	75.211	-99.289
	Universidad	196.905	63,6	112.500	36,4	309.405	200.072	-109.333
	Total Alicante	559.253	57,1	418.378	40,2	978.161	760.252	-217.909
	Ayuntamiento	48.000	48,5	51.000	51,5	99.000	34.637	-64.363

9. Explotación y análisis de resultados
9.2. Caracterización de los viveros de empresas en la Comunidad Valenciana

Castellón	Cámaras de Comercio	24.150	60,7	15.605	39,3	39.755	33.600	-6.155
	CEEI	45.000	52,9	40.000	47,1	85.000	51.408	-33.592
Total Castellón		117.150	52,4	106.605	47,6	223.755	119.645	-104.110
Valencia	Ayuntamiento	78.079	65,4	41.380	34,6	119.459	21.122	-98.337
	Cámaras de Comercio	74.000	48,3	79.315	51,7	153.315	125.904	-27.411
	CEEI	66.500	52,5	60.000	47,5	126.500	90.720	-35.780
	Universidad	57.200	78,5	15.637	21,5	72.837	57.539	-15.298
Total Valencia		275.779	60,6	196.332	39,4	472.111	295.285	-176.826
Titularidad	Ayuntamiento	255.577	57,0	192.559	43,0	448.136	263.463	-184.673
	Cámaras de Comercio	253.500	55,4	203.619	44,6	457.119	436.764	-20.355
	CEEI	189.000	48,9	197.000	51,2	386.000	217.339	-168.661
	Universidad	254.105	66,4	128.137	33,6	382.242	257.611	-124.631
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	491.105	56,6	376.137	43,4	867.242	509.587	-357.655
	G2 Industrial	91.498	54,7	75.621	45,3	167.119	267.948	100.829
	G3 Servicios	369.579	57,8	269.557	42,2	639.136	397.647	-241.489
Total		952.182	56,9	721.315	43,1	1.673.497	1.175.182	-498.315

No se incluyen: amortizaciones, aportaciones y ayudas o subvenciones

Tabla 59. Ingresos por alojamiento y gastos de personal y operativos de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Ingresos por alojamiento y gastos de personal y operativos de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014
(euros)

Viveros	Gastos			Ingresos	Resultado
	Personal	Operativos	Total		
CEEI Alcoy	55.000	40.000	95.000	24.480	-70.520
CEEI Castellón	45.000	40.000	85.000	51.408	-33.592
CEEI Elche	22.500	57.000	79.500	50.731	-28.769
CEEI Valencia	66.500	60.000	126.500	90.720	-35.780
Fundación General UA	15.405	12.500	27.905	5.472	-22.433
Innozone. Parque científico de Alicante	49.400	40.000	89.400	41.000	-48.400
Fundación Quorum UHM	132.100	60.000	192.100	153.600	-38.500

**Ingresos por alojamiento y gastos de personal y operativos de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014
(euros)**

Viveros	Gastos			Ingresos	Resultado
	Personal	Operativos	Total		
Start UPV	57.200	15.637	72.837	57.539	-15.298
Vivero municipal (Vinalab) Vinarós	48.000	51.000	99.000	34.637	-64.363
Total grupo 1: tecnológico	491.105	376.137	867.242	509.587	-357.655
Vivero municipal de Elda	22.750	28.817	51.567	84.000	32.433
Vivero Ibi (C. Comercio de Alicante)	3.250	12.967	16.217	51.300	35.083
Vivero Mutxamel (C. Comercio de Alicante)	3.250	13.000	16.250	39.900	26.565
Vivero municipal San Vicente del Raspeig	27.248	6.837	34.085	29.748	-4.337
Vivero municipal 'Príncipe Felipe' Alicante	35.000	14.000	49.000	63.000	14.000
Total grupo 2: industrial	91.498	75.621	167.119	267.948	100.829
Vivero Tavernes de la Valldigna	32.000	6.102	38.102	3.456	-34.646
Vivero municipal de Alquería de Moret (Picanya)	24.150	2.138	26.288	3.710	-22.578
Vivero municipal de Algemesí	3.604	8.002	11.606	3.600	-8.006
Vivero municipal de Calpe	8.000	5.000	13.000	3.361	-9.639
Vivero municipal "Alicante Emprende" de Alicante	30.000	43.470	73.470	27.600	-45.870
Vivero municipal (VEM1) de Manises	2.725	8.938	11.663	9.306	-2.357
Vivero municipal de Buñol	3.500	1.200	4.700	600	-4.100
Vivero municipal de Benidorm	6.500	2.055	8.555	-	-8.555
Incub-Cámara (C. de Comercio de Alcoy)	28.600	7.330	35.930	16.980	-18.950
Vivero de Denia (C. de Comercio de Alicante)	18.200	12.397	30.597	24.000	-6.597
Vivero de Elche (C. de Comercio de Alicante)	18.200	10.357	28.557	21.552	-7.005
Vivero de Villena (C. de Comercio de Alicante)	18.200	12.997	31.197	28.776	-2.421
Vivero de Finestrat (C. de Comercio de Alicante)	18.200	15.637	33.837	38.376	4.539
Vivero de Torrevieja (C. de Comercio de Alicante)	18.200	15.637	33.837	38.376	4.539
Vivero de Villareal (C. de Comercio de Castellón)	24.150	15.605	39.755	33.600	-6.155
Vivero de Orihuela (C. de Comercio de Orihuela)	29.250	8.377	37.627	18.000	-19.627
Vivero de Gandía (C. de Comercio de Valencia)	27.125	14.232	41.357	25.536	-15.821
Vivero de Ontinyent (C. de Comercio de Valencia)	1.125	9.797	10.922	14.364	3.442
Vivero de Paterna (C. de Comercio de Valencia)	14.125	12.742	26.867	24.360	-2.507
Vivero de Requena (C. de Comercio de Valencia)	1.125	6.681	7.806	7.980	174

Ingresos por alojamiento y gastos de personal y operativos de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (euros)

Viveros	Gastos			Ingresos	Resultado
	Personal	Operativos	Total		
Vivero de Sagunto (C. de Comercio de Valencia)	14.125	9.334	23.459	14.364	-9.095
Vivero de Torrent (C. de Comercio de Valencia)	14.125	10.762	24.887	19.140	-5.747
Vivero de Valencia (C. de Comercio de Valencia)	1.125	8.892	10.017	12.180	2.163
Vivero de Xativa (C. de Comercio de Valencia)	1.125	6.875	8.000	7.980	-20
Vivero municipal Quart de Poblet	12.100	15.000	27.100	450	-26.650
Total grupo 3: servicios	369.579	269.557	639.136	397.647	-241.489
Total	952.182	721.315	1.673.497	1.175.182	-498.315

No se han incluido, por no disponer de información, los viveros de Españetec y Creix

No se incluyen: amortizaciones, aportaciones y ayudas o subvenciones

Tabla 60. Ingresos por alojamiento y gastos de personal y operativos de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (euros)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

9.2.13.4 Aportación de los viveros a la creación de empresas y empleo

El objetivo final de los VE es contribuir a la creación de empresas sostenibles y, por ende, a la creación de empleo de calidad. En términos globales, y desde su puesta en marcha hasta diciembre de 2014, los viveros han colaborado en la creación de 1.718 actividades emprendedoras¹³⁴ que en términos de generación de empleo, incluyendo becarios y emprendedores en fase de pre incubación sin cotizar a la Seguridad Social, se traduce en 6.812 puestos de trabajo.

Junto a la tasa de ocupación, otros dos indicadores muestran la robustez y eficiencia de los VE: la tasa de abandono y la tasa de supervivencia tras la incubación. La tasa de abandono, que la entendemos como el número de empresas respecto al total de cada vivero que abandonan

¹³⁴ Se refiere a la actividad realizada tanto por la empresa emprendedora como por los potenciales emprendedores que todavía no se han constituido como empresa (Ferreiro y Vaquero García, 2010).

antes de finalizar el periodo de permanencia establecido en el contrato de alojamiento, se sitúa de promedio en el 40%, sin observarse diferencias llamativas entre viveros. Lejos de parecer un indicador negativo, es necesario destacar que el principal motivo argumentado en las entrevistas por los emprendedores para abandonar su incubación ha sido la necesidad de ampliar el espacio de alojamiento al incrementar el tamaño de la empresa. Además, del total de empresas que se han alojado en los viveros desde sus inicios el 75% continuaba en diciembre de 2014 operativa (tasa de supervivencia).

Un análisis pormenorizado por provincias, titularidad y orientación sectorial muestra diferencias significativas entre viveros, sobre todo porque la oferta de alojamientos y la antigüedad y experiencia del vivero son dos variables determinantes que justifican una mayor o menor aportación. Por provincias, Alicante ha contribuido a la creación del 49,9% de las empresas y el 33,2% de los empleos, seguido por Valencia con el 33,3% pero con el mayor porcentaje de empleo, situado en el 48% (sobre todo por el efecto del CEEI de Valencia), y Castellón (con sólo tres viveros analizados) con el 16,8% de las empresas y el 18,7% de empleo. Los CEEIs, con una antigüedad media de veintidós años, son las entidades que con diferencia ante el resto más han contribuido a fortalecer el tejido empresarial de la región: el 61,2% de empresas y el 81,7% de empleos; las cámaras de comercio, con una antigüedad media de siete años, y en especial los viveros vinculados a las sedes camerales de la provincia de Valencia se sitúan en segundo lugar tanto en creación de empresas como de empleo, seguidos por los viveros municipales, especialmente los de la provincia de Alicante y, por último, las universidades, que han contribuido a la creación de 149 actividades emprendedoras y 315 empleos.

No obstante, para determinar la eficiencia real de los viveros a través del número de actividades emprendedoras generadas, el mejor indicador es el promedio anual de actividades alojadas. De este modo podemos eliminar la variable tiempo y el resultado varía marginalmente respecto a lo ya expuesto. La media ponderada es de 3,5 actividades emprendedoras por vivero y año. Sin embargo, en el 69,4% de los casos el número es inferior a 3,5, en el 16,6% de los viveros se ha ayudado a crear entre 3,5 y 6 actividades anualmente; en este grupo incluiríamos a los dos viveros municipales Príncipe Felipe de Alicante (6) y Tavernes de la Valldigna (4,0), los tres de las cámaras de comercio de Finestrat (4), Villareal (4,3), Gandía (5) y Paterna (4), y uno universitario, el de la Fundación Quorum de la Universidad Miguel Hernández (5,5). El grupo que más

actividades emprendedoras ha generado anualmente y que representa el 13,8% de los viveros analizados es el de orientación tecnológica, a excepción de la Fundación Quorum: Start UPV (20,7), CEEI Castellón (12,8), CEEI Valencia (13), CEEI Alcoy (11,6), Vinalab (9) y CEEI Elche (8).

Contribución de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana a la creación de actividades emprendedoras y de empleo por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial desde el inicio de la actividad hasta diciembre de 2014

Provincia	Titularidad/ orientación	Actividades-empleo			
		Actividades	% total	Empleo	%total
Alicante	Ayuntamiento	131	7,7	255	3,7
	Cámaras de Comercio	124	7,3	223	3,3
	CEEI	512	29,9	1.600	23,5
	Universidad	87	5,1	185	2,7
Total Alicante		854	49,9	2.263	33,2
Castellón	Ayuntamiento	18	1,1	26	0,4
	Cámaras de Comercio	39	2,3	50	0,7
	CEEI	230	13,5	1.200	17,6
Total Castellón		287	16,8	1.276	18,7
Valencia	Ayuntamiento	34	2,0	39	0,6
	Cámaras de Comercio	168	9,8	339	5,0
	CEEI	305	17,8	2.765	40,6
	Universidad	62	3,6	130	1,9
Total Valencia		569	33,3	3.273	48,0
Titularidad	Ayuntamiento	183	10,7	320	4,7
	Cámaras de Comercio	331	19,4	612	9,0
	CEEI	1.047	61,2	5.565	81,7
	Universidad	149	8,7	315	4,6
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	1.222	71,1	5.906	86,7
	G2 Industrial	83	4,8	172	2,5
	G3 Servicios	413	24,0	734	10,8
Total		1.718	100,0	6.812	100,0

Tabla 61. Contribución de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana a la creación de actividades emprendedoras y de empleo por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial desde el inicio de la actividad hasta diciembre de 2014

Contribución de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana a la creación de actividades emprendedoras y de empleo por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial desde el inicio de la actividad hasta diciembre de 2014

Provincia	Titularidad/ orientación	Actividades-empleo			
		Actividades	% total	Empleo	%total

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas y emprendedores alojados y egresados

A efectos de poder establecer posteriormente un análisis con rigor sobre la aportación de los viveros de la Comunidad Valenciana a la sociedad, debemos prestar atención a todas las empresas emprendedoras¹³⁵ con condición jurídica que están operativas en el año 2014. En este sentido, el número total de actividades emprendedoras activas en el año 2014 ascendía a 394. Sin embargo, si no incluimos los alojamientos ocupados por otras entidades sin actividad económica y los proyectos en pre incubación (sin constitución de empresa), especialmente de los viveros universitarios, el número de empresas emprendedoras y cotizantes en la Seguridad Social se reduce a 368. Del mismo modo, las personas vinculadas a cada una de las actividades emprendedoras incluyendo a emprendedor (con y sin empresa constituida), socios trabajadores, socios capitalistas, empleados y becarios ascendía en el año 2014 a 918. Si excluimos a todos aquellos que no cotizan a la Seguridad Social (becarios y estudiantes, y empresas no constituidas) el número de empleos se reduce a 877.

Actividades emprendedoras (con y sin constitución de empresa) creadas en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014

Viveros	Inicio	2014	Total acumulado
CEEI Alcoy	302	10	312
CEEI Castellón	210	20	230
CEEI Elche	185	15	200
CEEI Valencia	305	23	305

¹³⁵ Son proyectos empresariales constituidos en empresas, independientemente de la forma jurídica adoptada por el emprendedor, que les permiten realizar la actividad empresarial (Vaqueiro y Ferreiro, 2010a).

Actividades emprendedoras (con y sin constitución de empresa) creadas en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014

Viveros	Inicio	2014	Total acumulado
Fundación General UA	15	7	22
Parque científico de Alicante	2	8	10
Fundación Quorum UHM	15	40 (20 empresas)	55
Start UPV	30	32 (14 empresas)	62
Vivero municipal (Vinalab) Vinarós	13	5	18
Total grupo 1: tecnológico	1.077	145	1.222
Vivero municipal de Elda	15	19	34
Vivero Ibi (C. Comercio de Alicante)		9	9
Vivero Mutxamel (C. Comercio de Alicante)	6	7	13
Vivero municipal San Vicente del Raspeig	5	10	15
Vivero municipal 'Príncipe Felipe' Alicante		12	12
Total grupo 2: industrial	26	57	83
Vivero Tavernes de la Valldigna		4 (3 empresas)	4
Vivero municipal de Alquería de Moret (Picanya)	3	3	6
Vivero municipal de Algemesí	2	3	5
Vivero municipal de Calpe	14	1	15
Vivero municipal "Alicante Emprende" de Alicante	17	13	30
Vivero municipal (VEM1) de Manises	1	5	6
Vivero municipal de Buñol		2	2
Vivero municipal de Benidorm	25		25
Incub-Cámara (C. de Comercio de Alcoy)	8	8	16
Vivero de Denia (C. de Comercio de Alicante)		9	9
Vivero de Elche (C. de Comercio de Alicante)		7	7
Vivero de Villena (C. de Comercio de Alicante)	10	11	21
Vivero de Finestrat (C. de Comercio de Alicante)		15	15
Vivero de Torreveja (C. de Comercio de Alicante)	7	15	22
Vivero de Villareal (C. de Comercio de Castellón)	25	14	39
Vivero de Orihuela (C. de Comercio de Orihuela)	8	4	12
Vivero de Gandía (C. de Comercio de Valencia)	12	16	28
Vivero de Ontinyent (C. de Comercio de Valencia)	11	9	20

Actividades emprendedoras (con y sin constitución de empresa) creadas en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014

Viveros	Inicio	2014	Total acumulado
Vivero de Paterna (C. de Comercio de Valencia)	10	14	24
Vivero de Requena (C. de Comercio de Valencia)	12	5	17
Vivero de Sagunto (C. de Comercio de Valencia)	15	9 (8 empresas)	24
Vivero de Torrent (C. de Comercio de Valencia)	8	11	19
Vivero de Valencia (C. de Comercio de Valencia)	15	7	22
Vivero de Xativa (C. de Comercio de Valencia)	10	4 (3 empresas)	14
Vivero municipal Quart de Poblet	8	3	11
Total grupo 3: servicios	221	192	413
Total	1.324	394	1.718

No se han incluido, por no disponer de información, los viveros de Espaitec y Creix

Tabla 62. Actividades emprendedoras (con y sin constitución de empresa) creadas en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas y emprendedores alojados y egresados

Personas vinculadas a las empresas alojadas en los viveros de la Comunidad Valenciana hasta 2014

Viveros	Inicio-2013	2014	Total acumulado
CEEI Alcoy	1.114	36	1.150
CEEI Castellón	1.130	70	1.200
CEEI Elche	417	33	450
CEEI Valencia	2.696	69	2.765
Fundación General UA	41	19	60
Parque científico de Alicante		35	35
Fundación Quorum UHM *	30	60 (48 cotizantes)	90
Start UPV*	45	85 (65 cotizantes)	130
Vivero municipal (Vinalab) Vinarós	15	11	26
Total grupo 1: tecnológico	5.488	418	5.906
Vivero municipal de Elda	30	40	70
Vivero Ibi (C. Comercio de Alicante)		18	18
Vivero Mutxamel (C. Comercio de Alicante)	12	14	26
Vivero municipal San Vicente del Raspeig	3	5	8

Vivero municipal 'Príncipe Felipe' Alicante		50	50
Total grupo 2: industrial	45	127	172
Vivero Tavernes de la Valldigna		4 (2 cotizantes)	4
Vivero municipal de Alquería de Moret (Picanya)		2	2
Vivero municipal de Algemés	5	7	12
Vivero municipal de Calpe	16	1	17
Vivero municipal "Alicante Emprende" de Alicante	39	32	71
Vivero municipal (VEM1) de Manises	2	10	12
Vivero municipal de Buñol		3	3
Vivero municipal de Benidorm	39	0	39
Incub-Cámara (C. de Comercio de Alcoy)	24	36	60
Vivero de Denia (C. de Comercio de Alicante)		12	12
Vivero de Elche (C. de Comercio de Alicante)		7	7
Vivero de Villena (C. de Comercio de Alicante)	14	16	30
Vivero de Finestrat (C. de Comercio de Alicante)		22	22
Vivero de Torreveja (C. de Comercio de Alicante)	11	22	33
Vivero de Villareal (C. de Comercio de Castellón)	32	18	50
Vivero de Orihuela (C. de Comercio de Orihuela)	10	5	15
Vivero de Gandía (C. de Comercio de Valencia)	36	75	111
Vivero de Ontinyent (C. de Comercio de Valencia)	18	20	38
Vivero de Paterna (C. de Comercio de Valencia)	10	19	29
Vivero de Requena (C. de Comercio de Valencia)	20	5	25
Vivero de Sagunto (C. de Comercio de Valencia)	20	11 (10 cotizantes)	31
Vivero de Torrent (C. de Comercio de Valencia)	16	28	44
Vivero de Valencia (C. de Comercio de Valencia)	18	7	25
Vivero de Xativa (C. de Comercio de Valencia)	27	9 (6 cotizantes)	36
Vivero municipal Quart de Poblet	4	2	6
Total grupo 3: servicios	361	373	734
Total	5.894	918	6.812

No se han incluido por no disponer de información los viveros de Espaitec y Creix

Tabla 63. Personas vinculadas a las empresas alojadas en los viveros de la Comunidad Valenciana hasta 2014
Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas y emprendedores alojados y egresados

Desde un punto de vista cuantitativo la aportación de los VE de la región en la creación de empresas puede resultar muy poco notable, pues de las 330.855 empresas censadas en 2014¹³⁶ en la Comunidad Valenciana el 0,1% son empresas que se han creado en los viveros de la región: 0,15% en la provincia de Alicante, 0,11% en Castellón y 0,06% en Valencia, lo que viene a corroborar la necesidad de encontrar en otro tipo de argumentos la utilización de los viveros como instrumento de política económica.

Aportación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana a la creación de puestos de trabajo

Provincia	Comarca	Vivero-municipio	Cotizantes		% viv./
			S. Social	Viveros	S.Soc.
Alicante	Alto Vinalopó	1: Villena	15.595	16	0,10
Alicante	El Baix Vinalopó	3: Elche	82.187	88	0,11
Alicante	El Vinalopó Mitjá	1: Elda	43.173	40	0,09
Alicante	L'Álcoia	3: Alcoy (2), Ibi	30.205	90	0,30
Alicante	L'Alacantí	6: Alicante (2), Mutxamel, S. Vicente (3)	186.859	155	0,05
Alicante	La Marina Alta	2: Denia, Calpe	43.362	13	0,03
Alicante	La Vega Baja	2: Torreveja, Orihuela	80.002	27	0,03
Alicante	La Marina Baixa	2: Benidorm, Finestrat	50.179	22	0,04
	<i>Sin distribución*</i>		6.363		
PROVINCIA DE ALICANTE		20	546.246	451	0,07
Castellón	El Baix Maestral	1: Vinarós	21.700	11	0,05
Castellón	La Plana Alta	1: Castellón de la Plana	101.805	70	0,07
Castellón	La Plana Baixa	1: Villareal	61.384	18	0,03
	<i>Sin distribución</i>		6.961		
PROVINCIA DE CASTELLÓN		3	210.248	99	0,05
Valencia	El Camp de Morvedre	1: Sagunto	20.905	10	0,05
Valencia	L'Horta Oest	6: Quart de Poblet, Manises, Paterna, Picanya, Torrent	112.439	127	0,05
Valencia	La Costera	1: Xátiva	18.247	6	0,03

¹³⁶ DIRCE (INE) a 1 de enero de 2014.

Valencia	La Hoya de Buñol	1: Buñol	12.292	3	0,02
Valencia	La Plana de Utiel-Requena	1: Requena	9.512	5	0,05
Valencia	La Ribera Alta	1: Algemesí	66.475	7	0,01
Valencia	La Safor	2: Gandía, Tavernes de la Valldigna	48.005	77	0,16
Valencia	La Vall d'Albaida	1: Ontinyent	27.122	20	0,07
Valencia	Valencia	2: Valencia	331.922	72	0,02
PROVINCIA DE VALENCIA		16	873.084	327	0,03
COMUNIDAD VALENCIANA			1.629.578	877	0,05

Tabla 64. Aportación de los viveros de empresa de la Comunidad Valenciana a la creación de puestos de trabajo

Fuente: elaboración propia a partir de la entrevista a gerentes de los viveros de empresas y emprendedores alojados y egresados, y datos de cotizantes en alta el último día del mes de diciembre de 2014 (Ministerio de Empleo y Seguridad Social)

Con respecto al empleo es necesario diferenciar entre los cotizantes al régimen general de la Seguridad Social, es decir, personal contratado por los emprendedores y los cotizantes autónomos, y el grupo constituido principalmente por los emprendedores. El 52% de los empleos generados en el año 2014 correspondía al autoempleo (autónomos) frente al 48% de empleados. Si no observamos esta diferencia y tenemos en cuenta el total de cotizantes, sólo el 0,05% de 1.629.578 cotizantes a la Seguridad Social en la Comunidad Valenciana en 2014 ha conseguido empleo a través o gracias a los VE. Sin embargo, respecto al total de autónomos, que en el año 2014 sumaban en la Comunidad Valenciana un total de 320.502 cotizantes, el 0,12% tienen su vinculación con los VE.

Del análisis por comarcas, y sin establecer diferencias por tipo de cotizantes, se desprenden diferentes observaciones:

1. En primer lugar hay que destacar que existe una correlación positiva entre el número de cotizantes a la Seguridad Social y los empleos generados por los viveros en cada una de las comarcas.
2. Los viveros localizados en las comarcas de mayor producción y generación de empleo no siempre son los que más empleo generan, de tal modo que en las cuatro comarcas con mayor número de cotizantes (más de 100.000) a la Seguridad Social y mayor número de

viveros (Valencia, con 331.922 y tres viveros, uno inoperativo; L'Alacanti con 186.859 cotizantes y seis viveros; L'Horta Oest con 112.439 cotizantes y cinco viveros; y la Plana Alta con 101.805 y un vivero) la aportación de empleos es igual o inferior al promedio general: 0,05%.

- Únicamente en dos comarcas de la provincia de Alicante y una de Valencia obtienen ratios superiores al promedio general teniendo una población de cotizantes inferior a la media: L'Alcoiá con 30.205 cotizantes y tres viveros, entre ellos, el CEEI de Alcoy, es la comarca que con diferencia más empleo ha generado (0,3%); La Safor, con 48.005 cotizantes y dos viveros, un 0,16%; y el Baix Vinalopó, con 82.187 cotizantes y tres viveros, entre ellos el CEEI de Elche y la Fundación Quorum, con el 0,11%.

Análisis de correlación entre el número de cotizantes a la Seguridad Social por comarcas y empleos generados por los viveros en la Comunidad Valenciana, 2014

COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Correlación Cotizantes- empleos 2014		Cotizantes	Empleo viveros
Cotizantes	Correlación de Pearson	1	,568(**) La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).
	Sig. (bilateral)		,009
	N	20	20
Empleo viveros	Correlación de Pearson	,568(**)	1
	Sig. (bilateral)	,009	
	N	20	20

Tabla 65. Análisis de correlación entre el número de cotizantes a la Seguridad Social por comarcas y empleos generados por los viveros en la Comunidad Valenciana, 2014

Fuente: elaboración propia

9.3. Los emprendedores alojados en los viveros de empresa de la Comunidad Valenciana

En los anteriores capítulos se ha estimado que el número de actividades emprendedoras que se desarrollaban en los VE de la Comunidad Valenciana en el año 2014 ascendía a 394, de las que 368 eran empresas dadas de alta como actividades económicas y 26 aún estaban en proceso

de constitución. El número de personas o agentes vinculados era de 918, de las que 877 cotizaban a la Seguridad Social, siendo el promedio de personas vinculadas a cada actividad empresarial o empresa de 2,3.

En este apartado de la investigación centraremos la atención en el principal protagonista de la acción de los viveros: el emprendedor. Para ello, en primer lugar, es necesario definir y clasificar los agentes que intervienen en el proceso de creación de empresas y qué se entiende por emprendedor a efectos de esta investigación. Respecto a los agentes que intervienen en el proceso de creación de empresas, consideramos conveniente utilizar la clasificación utilizada por Ferreiro y Vaquero García (Ferreiro y Vaquero García, 2010), que se resume en tres categorías:

- **Socio capitalista.** Es el emprendedor que participa en el proyecto empresarial aportando dinero, siendo propietario de la empresa, pero sin aportar trabajo.
- **Socio trabajador.** Es el emprendedor que es propietario por su condición de socio, además de aportar trabajo.
- **Emprendedores.** Los conforman tanto los socios capitalistas como los socios trabajadores, estén constituidos como empresarios o estén en la fase de la puesta en marcha del negocio.

A la anterior clasificación sólo habría que incorporarle un epígrafe con el apartado de ‘empleados’, como coparticipantes necesarios en el proceso de vida de una empresa.

Respecto a la definición de emprendedor, en el punto “7.4.2. Tipos de emprendedores” de la presente tesis se ha realizado una completa revisión de los diversos autores que han aportado a lo largo de los años diferentes definiciones y clasificaciones de tipos de emprendedores. Para cumplir con los objetivos de la investigación así como para poder establecer posibles comparaciones entre el modelo de emprendimiento valenciano y del resto de regiones, se ha considerado conveniente utilizar la metodología expuesta en el Global Entrepreneurship Monitor de 2014 referente a España “Informe GEM España 2014”¹³⁷, que

¹³⁷ A efectos de someter a comparación los resultados obtenidos en nuestro trabajo de campo, se ha optado por contrastarlos con el informe GEM España 2014 y no con el GEM Comunidad Valenciana

contempla cinco tipologías de emprendedores en función del ciclo de vida del proyecto y de si realiza o no pagos salariales. Sin embargo y debido al público objetivo al que nos dirigimos, “emprendedores y/o empresas constituidas alojados en los viveros”, ha sido necesario reducir la clasificación a cuatro tipos, eliminando del análisis, por no disponer de información al respecto, la quinta tipología expuesta: “emprendedor potencial: individuos entre los 18 y 64 años que piensan emprender algún tipo de actividad emprendedora en los próximos tres años”.

Por lo tanto pasamos a identificar los tipos de emprendedor incluidos en la investigación:

(1) Emprendedor: individuo entre 18 y 64 años inmerso en la puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual va a poseer al menos una parte. Se incluye el autoempleo y al propietario y gestor de una actividad empresarial de reciente creación.

(2) Actividad naciente: empresa emprendedora que lleva menos de tres meses pagando algún tipo de salario u honorario.

(3) Actividad nueva: empresa emprendedora que lleva entre 3 y 42 meses pagando algún tipo de salario u honorario.

(4) Actividad consolidada: actividad empresarial que lleva más de 42 meses pagando algún tipo de salario u honorario.

9.3.1. Actividades emprendedoras: emprendimiento vs. empresas

En el año 2014, y siguiendo su tradición en los últimos diez años, se publicó el último informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre el nivel de emprendimiento en España

2013 por dos motivos: el primero es que se pretende encontrar un elemento de contraste que permita evaluar si hay o no diferencias respecto a un referente. Esta comparación no hubiera sido posible si se hubiera hecho el análisis con el GEM de la Comunidad Valenciana, al intuirse que podrían ser resultados similares, tal como así ha sido en muchos aspectos. Cuando ha habido divergencias, se ha seleccionado el texto que mejor ha contribuido al objetivo de este trabajo. Por otra parte, era necesario comparar datos de momentos temporales similares, habida cuenta de la variabilidad entre años, lo que podía desvirtuar los resultados. Habiéndose recogido la muestra en 2014, parecía pertinente mantener el mismo espacio temporal.

(ver nota 52 en la página 235). Con una muestra de 25.000 encuestas dirigida a la población residente en España con una edad comprendida entre los 18 y los 64 años, se destaca que el 53,9% de los encuestados opinaba que emprender podría ser considerado como una buena opción profesional, siendo un porcentaje inferior a la media (55,1%) de los países cuya economía, como la española, están basadas en la innovación.

Podemos considerar a España como un país de emprendedores o con voluntad emprendedora, si bien es necesario destacar que las turbulencias económicas de los últimos años parece que han generado cierto freno al impulso emprendedor, ya que el dato para 2014 ha sido el más bajo de la serie de diez años, frente al año 2005 que alcanzó al 71,4% de los españoles.

El principal indicador para analizar el proceso emprendedor utilizado en el informe GEM es la tasa de actividad emprendedora total (TEA) o en fase inicial y que corresponde a la suma del porcentaje de las tres primeras tipologías de emprendedores: emprendedor, actividad naciente y actividad nueva; es decir, la tasa de iniciativas empresariales con una antigüedad entre 0 y 42 meses sobre la población española de 18 a 64 años:

- En el año 2014 la tasa alcanzó el 5,5% de la población, sin observarse variaciones significativas respecto al año anterior. La Comunidad Valenciana se sitúa 1,5 puntos porcentuales por debajo del promedio nacional, ocupando el puesto decimocuarto y localizándose al mismo nivel que Canarias, Galicia, Navarra o País Vasco, comunidades con menor población, número de empresas y VE.
- Otro aspecto reseñable del informe es el relativo al porqué de iniciar una aventura empresarial. En este caso llama la atención cómo el 29,8% del TEA son iniciativas empresariales creadas por falta de alternativas de empleo (con un incremento marginal respecto a 2013 del 0,6%) frente al 66,1% que son iniciativas que aprovechan un negocio detectado (0,7% inferior al dato de 2013).

En la distribución por tipo de emprendedores alojados en los viveros de empresa de la Comunidad Valenciana, lo primero que destaca es que el 93,4% de las actividades emprendedoras ya se han constituido como empresas frente al 6,6% de los proyectos de incubación: el 2,8% son emprendedores que actualmente están elaborando su plan de negocio

y el 3,8% son emprendedores que ya están desarrollando la actividad, pero sin constituir jurídicamente la empresa.

Tipo de emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad y grupos de orientación sectorial (% por filas)

Provincia / orientación	Tipo de emprendedor				Total
	Emprendedor	Naciente	Nueva	Consolidada	
Alicante		10,9	36,4	52,7	100,0
Castellón	5,3	10,5	36,8	47,4	100,0
Valencia	10,1	8,3	44,0	37,6	100,0
Titularidad del vivero					
Ayuntamiento	3,4	17,2	41,4	37,9	100,0
Cámaras de Comercio	2,6	5,3	44,7	47,4	100,0
CEEI		12,0	28,0	60,0	100,0
Universidad	33,3		41,7	25,0	100,0
Orientación sectorial					
G1 Tecnológico	16,7	7,4	37,0	38,9	100,0
G2 Industrial		14,3	33,3	52,4	100,0
G3 Servicios	2,8	9,3	44,4	43,5	100,0
Total	6,6	9,3	41,0	43,2	100,0

Tabla 66. Tipo de emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad y grupos de orientación sectorial (% por filas)
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

En el análisis territorial (ver Tabla 66) se desprende que en las provincias de Alicante y Castellón el mayor peso en la distribución por tipo de emprendedor alojado recae sobre las empresas consolidadas, mientras que en la provincia de Valencia el 52,3% son actividades nacientes o nuevas. En cuanto a la tipología “emprendedor”, resulta llamativo cómo no se han

registrado casos en la provincia de Alicante¹³⁸ y sí en Castellón (5,3%) y en Valencia (10,3%), vinculados sobre todo a los diferentes departamentos de investigación de las universidades UPV y Jaume I.

Fecha media de constitución de las empresas alojadas en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (% por filas y tiempo promedio en años)

Criterios	Tiempo (intervalos)			Empresa constituida (años)		Viveros: tiempo max. de estancia (años)
	2011-14	2007-10	2006 o anterior	Media	Desv. Típ.	Media
Provincia						
Alicante	69,1	10,9	20,0	4	4,544	4,5
Castellón	68,4	31,6		2,5	2,010	3
Valencia	78,0	13,8	8,3	2,8	3,763	2,5
Titularidad del vivero						
Ayuntamiento	81,0	5,2	13,8	3,2	4,568	3
Cámaras de Comercio	67,1	21,1	11,8	3,5	4,366	3,5
CEEI	60,0	28,0	12,0	3,5	3,218	4,5
Universidad	95,8	4,2	,	1,6	1,567	3,5
Orientación sectorial						
G1 Tecnológico	79,6	14,8	5,6	2,4	2,655	3,7
G2 Industrial	71,4	9,5	19,0	4,5	5,852	5
G3 Servicios	72,2	15,7	12,0	3,3	4,175	3
Tipo de emprendedor						
Emprendedor*	100,0			6 (meses)	-	
Naciente	100,0			1	-	
Nueva	100,0			1,1	0,311	

¹³⁸ El Centro de Creación de Empresas de la Fundación General de la Universidad de Alicante a través del programa ActUA 2014 “Convierte en realidad tu idea de negocio”, premió con el acceso gratuito a su vivero de empresas en diciembre de 2014 a un proyecto de creación de empresas de un estudiante de arquitectura de la Universidad de Alicante. Siendo ésta la primera iniciativa detectada de apoyo a un perfil de tipología “emprendedor”. Al iniciar el proceso de incubación en el año 2015 no se ha incluido en la investigación.

Fecha media de constitución de las empresas alojadas en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (% por filas y tiempo promedio en años)

Criterios	Tiempo (intervalos)			Empresa constituida (años)		Viveros: tiempo max. de estancia (años)
	2011-14	2007-10	2006 o anterior	Media	Desv. Típ.	Media
Consolidada	40,5	34,2	25,3	5,9	4,703	
Total	74,3	14,8	10,9	3,2	4,066	3,5

*Emprendedor = tiempo medio en meses que lleva alojado en el vivero

Tabla 67. Fecha media de constitución de las empresas alojadas en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (% por filas y tiempo promedio en años)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes y encuesta a emprendedores alojados y egresados

Respecto a la titularidad del vivero, en los municipales y universitarios el peso por tipo de emprendedor recae especialmente en actividades nacientes y nuevas frente a los viveros de las cámaras de comercio, donde el porcentaje entre actividades nacientes y nuevas y consolidadas se distribuye más homogéneamente. Por su parte, en los CEEIs el peso de las actividades nacientes y nuevas es proporcionalmente inferior (60%) que en el resto de tipologías.

Por orientación sectorial los viveros industriales, sobre todo de la provincia de Alicante, alojan proporcionalmente más actividades consolidadas (28,5%), en los viveros de servicios el peso de actividades consolidadas se reduce marginalmente (27,8%), pero es especialmente en los viveros de orientación tecnológica donde se generan más proyectos incipientes, registrando una menor proporción de actividades consolidadas (20,4%).

La finalidad de los VE es la de apoyar y acompañar a empresas de nueva creación. No obstante, el 80% de los viveros de la Comunidad Valenciana tiene como principal criterio de entrada para alojar a un emprendedor que éste haya constituido jurídicamente la actividad con una antigüedad máxima de dos años antes de alojarse, frente al 20% (ocho viveros, siete de ellos de orientación tecnológica) que admiten tanto a emprendedores en fase de pre incubación como a empresas ya constituidas. Además, los viveros promueven la rotación de nuevas iniciativas empresariales fijando un tiempo máximo de estancia que varía en función de la orientación sectorial y de la titularidad del vivero y cuya media se sitúa en 42 meses.

Comparando la antigüedad de las empresas alojadas en el año 2014 en los viveros de la región, determinando ésta en función de la fecha de su constitución jurídica, respecto al tiempo máximo de estancia que pueden permanecer en el vivero, se observa que el 74,3% de las empresas actualmente alojadas se ha constituido en el periodo 2011-14, coincidiendo con los criterios de antigüedad y estancia máxima establecidos por los viveros. El 14,8% son empresas que están en proceso de post incubación, es decir, su antigüedad y periodo de estancia están llegando a su fin y teóricamente deberían egresar del vivero. Encontramos que el 10,9% son empresas con una antigüedad de ocho o más años que paradójicamente aún siguen alojadas en los viveros: esta particularidad se produce sobre todo en la provincia de Alicante y en los viveros de orientación industrial gestionados tanto por los ayuntamientos como por las cámaras de comercio y responde, en opinión de los gestores, a la necesidad de mantener la máxima ocupación posible en el vivero.

9.3.1.1 *Supervivencia de las empresas alojadas en las incubadoras*

En lo referente a la mayor o menor durabilidad de las empresas alojadas en las incubadoras y tal como se indica en el apartado “9.2.2. Titularidad, gestión, antigüedad y estado operativo de los viveros”, hemos de tener en cuenta que el 50% de los viveros de la Comunidad Valenciana fue puesto en marcha en 2009. A partir de aquí, la mayor parte de las empresas accedieron a las incubadoras en 2010, por lo que sus periodos de estancia en muchos casos no han finalizado aún, de modo que no es analizable su tasa de supervivencia. Del 50% (20 viveros) restante que sí tiene una antigüedad mayor (al estar operativos antes de 2009), sólo respondieron a este apartado del cuestionario 10 viveros y en este caso, del total de empresas (sin incluir las que actualmente tienen alojadas) y de las que podemos interpretar que tienen una antigüedad como mínimo de seis años (antes de 2009), entre el 70 y el 80% están operativas.

9.3.2. **Perfil de los emprendedores alojados**

El riesgo (financiero, personal, etc.) que un emprendedor asume al embarcarse en una nueva iniciativa empresarial le conduce a implicar a más compañeros de viaje, socios

trabajadores, socios capitalistas, empleados, etc., para tratar de afrontar con las máximas garantías su aventura del autoempleo. El número medio de personas vinculadas a las actividades emprendedoras alojadas en los viveros es de 2,1: el 52,4% de los componentes son socios trabajadores y capitalistas, y el 47,6% son empleados.

En 2014 menos del 5% de las empresas españolas dadas de alta en el registro mercantil¹³⁹ se había constituido con un tamaño superior a cinco empleados. En el caso de las empresas alojadas en los viveros el 9,2% tiene un tamaño superior a cinco trabajadores, lo que sin duda es un buen indicador, que refleja que los viveristas generan en promedio más puestos de trabajo que aquellos que no quieren o no pueden optar a alojarse. No obstante, el tamaño de los negocios en fase inicial (0-42 meses) sin empleados es del 53%, porcentaje similar al arrojado en el estudio GEM (54,7%), y entre las empresas consolidadas el 62,8% no cuenta con empleados siendo este porcentaje muy superior al recogido en el informe GEM España 2014 (40,3%).

Personas vinculadas a las actividades emprendedoras en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor

Criterios	Personas vinculadas		Mujeres	Distribución (% filas)	
	Media	Desv. Típ.	% / total	Socios-trabajadores	Empleados
Provincia					
Alicante	2,6	3,440	18,7	61,8	38,2
Castellón	3,2	3,016	20,9	53,3	46,7
Valencia	2,8	4,312	23,1	57,9	42,1
Titularidad del vivero					
Ayuntamiento	2,7	2,993	23,2	59,4	40,6
Cámaras de Comercio	2,6	4,850	25,6	52,6	47,4
CEEI	2,3	1,842	15,5	72,5	27,5
Universidad	4,2	4,191	15,8	60,4	39,6
Orientación sectorial					
G1 Tecnológico	3,1	3,230	16,5	64,7	35,3
G2 Industrial	2,6	3,442	9,1	61,8	38,2

¹³⁹ Estadísticas financieras y monetarias. Sociedades Mercantiles año 2014. INE.

G3 Servicios	2,7	4,343	27,1	54,1	45,9
Tipo de emprendedor					
Emprendedor	2,2	1,485	18,5	100,0	
Naciente	5,1	5,801	25,0	45,5	54,5
Nueva	2,9	4,808	19,7	52,3	47,7
Consolidada	2,2	2,320	22,8	62,8	37,2
Total	2,1	3,934	21,7	52,4	47,6

Tabla 68. Personas vinculadas a las actividades emprendedoras en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Como se puede observar en la Tabla 68 las actividades nacientes cuentan con un promedio superior de personas vinculadas al proyecto (5,1), así como con un peso privilegiado de empleados en la distribución socios-empleados. Pero conforme aumenta la antigüedad de la empresa, el tamaño de la misma se reduce (pasando de 2,9 personas en actividades nuevas a 2,2 en actividades consolidadas), así como la distribución socios-empleados pasando del 47,7% de empleados en actividades nuevas al 37,2% en las consolidadas. Entre las posibles explicaciones a esta situación se puede considerar la falta de experiencia en la gestión de recursos humanos de las iniciativas incipientes así como los problemas derivados por la recesión económica de los últimos años, que ha conducido a que las empresas consolidadas reajusten sus equipos para poder sobrevivir.

Otro aspecto destacable es el peso de las mujeres en los proyectos empresariales, ya que únicamente el 21,7% de las personas vinculadas son mujeres. Este porcentaje se incrementa marginalmente en los viveros de las cámaras de comercio, sobre todo en la provincia de Valencia, y de orientación servicios, y se reduce drásticamente en torno al 15% en los de orientación tecnológica, especialmente en los universitarios y en los CEEIs.

9.3.2.1 Perfil del líder del proyecto

Género y edad

El perfil del emprendedor líder o promotor del proyecto empresarial alojado en los viveros de empresas difiere sustancialmente respecto a lo expuesto en el informe GEM España 2014. En los viveros de la región el 79,2% de los emprendedores son hombres con una edad media de 40 años frente al 20,8% de mujeres y una edad media de 36 años, mientras que en el informe GEM la proporción hombres-mujeres es de 55% hombres-45% mujeres con una edad media en ambos sexos de 40 años.

Atendiendo al tipo de emprendedor, estas diferencias entre una y otra investigación se incrementan:

- El 83,3% del tipo emprendedor alojado en los viveros son hombres con una edad media de 30 años frente al 50,2% del informe GEM con una edad de 37 años.
- En actividades nacientes los hombres representan el 76,5% y una edad media de 39 años frente al 58,9% y una edad de 40,3 años en el informe GEM.
- En actividades nuevas el 70,7% son hombres de 38 años frente al 57,9% y 40,1 años.
- En actividades consolidadas el 87,3% son hombres con una edad de 43 años y en el informe GEM se reduce la proporción de hombres al 57,4% y la edad se incrementa hasta los 48 años.

Género y edad del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor

Criterios	Género (% fila)		Edad en años (media)		
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Total
Provincia					
Alicante	89,1	10,9	44	41	43
Castellón	78,9	21,1	37	34	37
Valencia	74,3	25,7	39	36	38
Titularidad del vivero					
Ayuntamiento	81,0	19,0	41	38	41
Cámaras de Comercio	75,0	25,0	42	36	40

Género y edad del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor

Criterios	Género (% fila)		Edad en años (media)		
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Total
Provincia					
CEEI	84,0	16,0	41	37	40
Universidad	83,3	16,7	34	34	34
Orientación sectorial					
G1 Tecnológico	83,3	16,7	37	35	37
G2 Industrial	91,0	9,0	47	40	46
G3 Servicios	72,5	27,5	41	37	40
Tipo de emprendedor					
Emprendedor	83,3	16,7	31	28	30
Naciente	76,5	23,5	40	34	39
Nueva	70,7	29,3	38	37	38
Consolidada	87,3	12,7	44	38	43
Total	79,2	20,8	40	36	39

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Tabla 69. Género y edad del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor

Fuente: elaboración propia

También se observan diferencias llamativas entre hombres y mujeres atendiendo a la provincia, titularidad y orientación sectorial del vivero:

1. La mayor desproporción se registra en la provincia de Alicante (89,1% de hombre y una edad media en ambos sexos de 43 años) mientras que la provincia de Valencia (74,3% hombres y una edad media de 38 años) es inferior al promedio general.
2. Por titularidad del vivero, exceptuando los gestionados por las cámaras de comercio (75% de hombres-edad media 40 años), en el resto de entidades la proporción de hombres es muy superior al de mujeres (80%-20%) y respecto a la edad se observa una notable diferencia entre los emprendedores de los viveros universitarios (edad media 34 años) respecto al resto de entidades, con una edad media de 40 años.
3. Pero es concretamente en la distribución por orientación sectorial del vivero donde se observan mayores desproporciones: en los viveros industriales únicamente el 9% de los

emprendedores son mujeres, con una edad media de 40 años, frente al 91% de hombres y con una edad siete años superior; en los tecnológicos no se aprecian diferencias notables respecto a la edad (37 años) pero sí en la distribución por género (16,7% mujeres); y es en los viveros de servicios donde se registran ratios por debajo del promedio general y con mayor presencia de mujeres (27,5%) y una diferencia de edad de cuatro años.

Formación

La relación entre el nivel formativo y el emprendimiento ha sido estudiada por diferentes autores (Del Prado, 2008; Shapero y Sokol, 1982) a lo largo de los años, concluyendo, la mayoría de veces, que un mayor nivel de formación conduce a un mayor éxito en el desarrollo de iniciativas empresariales. Así mismo en el informe GEM España 2014 se constata a lo largo de sus diez ediciones que la propensión a emprender en los últimos años ha sido mayor entre las personas adultas con un nivel de educación superior, seguido por los de nivel medio y finalmente por los de nivel de educación bajo.

Si en algún aspecto se observan diferencias notables entre los emprendedores alojados en VE del resto de emprendedores es en el nivel de formación:

- El 77,1% de los emprendedores alojados en los viveros de empresa de la región son titulados universitarios (1,8% postgrado, 61,2% licenciados y 14,1% diplomados), el 18,8% tiene estudios secundarios (8,8% ciclos formativos de grado superior, 2,4% ciclos formativos de grado medio y 7,6% estudios secundarios), y el 4,1%, estudios primarios.
- Comparando el nivel formativo con el perfil del emprendedor detectado en el informe GEM y con los datos extraídos de la Encuesta de Población Activa sobre el nivel de formación de la población ocupada en España, se observan diferencias sustanciales: el 47,6% de los emprendedores reflejados en el informe GEM son titulados universitarios (30 puntos porcentuales por debajo del emprendedor alojado en viveros) y en

comparación con la población ocupada en la Comunidad Valenciana la distancia es de 40 puntos porcentuales¹⁴⁰.

El elevado nivel de emprendedores con nivel de estudios superiores no es homogéneo. Si atendemos al género del emprendedor observamos cómo, a pesar de que el emprendimiento femenino es relativamente bajo, su nivel de formación es superior al de los hombres (84,2% de las mujeres son tituladas universitarias frente al 75% de los hombres). Por provincias, el 73,4% de los emprendedores alojados en los viveros de la provincia de Alicante tienen estudios universitarios, en Valencia, el 77,7%, y en Castellón, el 84,2%.

La explicación de esta alta concentración de titulados en los viveros la encontramos en el peso relativo que tienen los emprendedores alojados en los viveros de las universidades y parques científicos y tecnológicos valencianos, ya que en estos casos el 100% de los emprendedores tiene estudios superiores, reduciéndose al 86,9% en los viveros de los CEEIS, el 72,4% en las distintas cámaras de comercio y el 68,5% en los viveros municipales.

Por orientación sectorial, el nivel de estudios superiores de los emprendedores alojados en los viveros industriales se reduce al 64,7% frente al 72,3% de los alojados en viveros de servicios y al 90,3% de los tecnológicos. Por otro lado y fijando la atención en los emprendedores menos preparados académicamente (estudios primarios), estos se concentran sobre todo en los viveros gestionados por las cámaras de comercio de orientación servicios de las provincias de Castellón y Valencia.

Nivel de estudios de emprendedores alojados en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014

Ámbito	Nivel de estudios				Total
	Superiores	Secundarios	Primarios	Sin estudios	
Viveros CV	77,1	18,8	4,1		100,0
GEM	47,6	33,9	17,8	0,7	100,0

¹⁴⁰ En el GEM de la Comunidad Valenciana 2013, el 50,5% de los emprendedores tenía un título universitario.

Nivel de estudios de emprendedores alojados en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014

Ámbito	Nivel de estudios				
	Superiores	Secundarios	Primarios	Sin estudios	Total
Población ocupada CV	37,2	57,1	4,7	1,0	100,0
Población ocupada España	42,3	50,6	5,8	1,3	100,0

Tabla 70. Nivel de estudios de emprendedores alojados en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados, Global Entrepreneurship Monitor, Informe GEM España 2014 y Población ocupada por nivel de formación alcanzado EPA IV T 2014

Respecto al tipo de emprendedor también se desprenden diferencias entre los viveristas de la región y el resto de emprendedores analizados en el informe GEM. En este sentido es necesario diferenciar el tipo 'empendedor' del resto de tipologías: el 83,3% de los alojados en los viveros tienen estudios superiores pero también es el grupo con mayor número de emprendedores con estudios primarios (8,3%). Destacamos que en el informe GEM la mayor proporción de emprendedores con estudios primarios se concentra en las actividades consolidadas (26%).

Donde sí se observan ciertos paralelismos entre ambas investigaciones es en el decremento de titulados universitarios conforme se consolida la actividad o, visto de otro modo, los proyectos en fase inicial son liderados por emprendedores más formados:

1. En los viveros valencianos el 94,1% de los emprendedores de las actividades nacientes son titulados universitarios, reduciéndose al 76,1% en las actividades nuevas y al 72,9% en las actividades consolidadas.
2. En el informe GEM el proceso es similar: el 47,6% de los emprendedores en actividades nacientes son universitarios y el porcentaje se reduce al 35,6% en las actividades consolidadas.

Titulación del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por género del emprendedor, provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (% por filas)

Criterios	Titulación académica							
	Phd	Licenciado	Diplomado	CF Sup	CF Medio	Secundaria	Primaria	Total
Género emprendedor								
Hombre	2,3	59,1	13,6	9,8	1,5	8,3	5,3	100,0
Mujer		68,4	15,8	5,3	5,3	5,3		100,0
Provincia								
Alicante	2,0	59,2	12,2	18,4	4,1	4,1		100,0
Castellón		78,9	5,3	5,3		5,3	5,3	100,0
Valencia	2,0	58,8	16,7	4,9	2,0	9,8	5,9	100,0
Titularidad del vivero								
Ayuntamiento	3,7	46,3	18,5	18,5	1,9	9,3	1,9	100,0
Cámaras de Comercio	1,4	53,6	17,4	5,8	2,9	10,1	8,7	100,0
CEEI		82,6	4,3	4,3	4,3	4,3		100,0
Universidad		95,8	4,2					100,0
Orientación sectorial								
G1 Tecnológico		86,5	3,8	3,8	1,9	1,9	1,9	100,0
G2 Industrial		47,1	17,6	17,6	5,9	11,8		100,0
G3 Servicios	3,0	50,5	18,8	9,9	2,0	9,9	5,9	100,0
Tipo de emprendedor								
Emprendedor		83,3				8,3	8,3	100,0
Naciente		52,9	41,2				5,9	100,0
Nueva	1,4	63,4	11,3	11,3	2,8	9,9		100,0
Consolidada	2,9	57,1	12,9	10,0	2,9	7,1	7,1	100,0
Total	1,8	61,2	14,1	8,8	2,4	7,6	4,1	100,0

Tabla 71. Titulación del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por género del emprendedor, provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (% por filas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Experiencia

Otro de los aspectos a destacar en el perfil del emprendedor alojado en los viveros es el relacionado con su procedencia antes de alojarse en el vivero y su experiencia laboral, medida

en años de experiencia laboral e independiente de la actividad a la que se dirigía, como la experiencia específica relacionada con el proyecto empresarial que lidera obtenida en otras empresas.

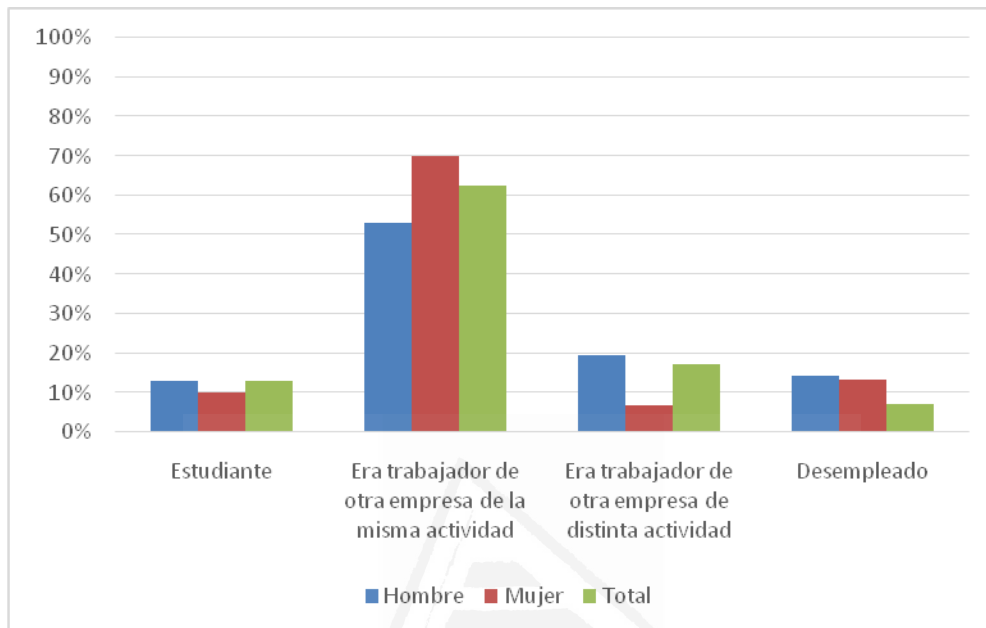


Ilustración 41. Situación laboral del emprendedor antes de alojarse en el vivero de empresas (%)
Fuente: elaboración propia a partir del trabajo de campo

El conocimiento y el grado de experiencia de la actividad económica hacia la que se orienta el proyecto empresarial del emprendedor son dos herramientas que pueden reducir el riesgo de emprender, valiéndose de ello para iniciar un nuevo negocio con el que ya están familiarizados. En el informe GEM se destaca que el 48,1% de los emprendedores entrevistados reconocían tener habilidades, conocimientos y experiencia para emprender.

El 79,8% de los emprendedores alojados en los viveros de la Comunidad Valenciana indicaba que antes de iniciar su proyecto empresarial tenía acumulada una experiencia laboral de 14 años trabajados entre los hombres y de 9 en las mujeres. El 14,3% son emprendedores que optan por el autoempleo como alternativa para salir del desempleo y el 13% son estudiantes sin experiencia laboral y vinculados a proyectos de investigación de las universidades públicas de la región. Además, el 62,6% señala que tiene experiencia laboral específica, adquirida en otras empresas, de similar actividad económica a la que se dirigen como empresarios, siendo en este caso mayor el porcentaje de mujeres (70%) que de hombres (53,2%), aunque la experiencia

medida en años es superior entre los hombres (8 años) que entre las mujeres (4 años).

Experiencia laboral previa y respecto al proyecto empresarial del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (promedio de años)

Criterios	Experiencia laboral			Experiencia en el proyecto empresarial		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Provincia						
Alicante	16	12	15,9	10	8	9,8
Castellón	14	10	13,2	7	3	6,2
Valencia	12	9	11,7	7	4	6,2
Titularidad del vivero						
Ayuntamiento	14	10	13,9	8	5	7,7
Cámaras de Comercio	15	8	13,6	8	5	7,5
CEEI	15	14	15,1	10	4	9,5
Universidad	8	6	7,6	4	2	3,4
Orientación sectorial						
G1 Tecnológico	11	9	11,1	7	3	6,2
G2 Industrial	16	13	15,8	10	6	9,6
G3 Servicios	15	9	13,5	8	5	7,4
Tipo de emprendedor						
Emprendedor	7	7	7,3	2	1	1,4
Naciente	16	9	14,4	8	2	7
Nueva	11	8	10,7	4	4	4
Consolidada	16	12	16,1	11	7	10,7
Total	14	9	13,1	8	4	7,3

Tabla 72. Experiencia laboral previa y respecto al proyecto empresarial del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (promedio de años)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Por provincia de ubicación del vivero, tanto en experiencia laboral total como en experiencia específica, los emprendedores alicantinos, independientemente del género, tienen mayor experiencia en años que en el resto de provincias: con una media en experiencia específica

de 10 años entre los hombres y 8 entre las mujeres. Por entidad titular del vivero, los alojados en los CEEIs (9,5 años) muestran una mayor experiencia que en el resto de entidades, especialmente entre los emprendedores universitarios, que reconocen tener una experiencia media de 3,4 años. Por orientación sectorial, en los viveros industriales se registra un mayor nivel de experiencia (9,6 años), seguido por los viveros de orientación servicios (7,4 años) y en tercer lugar los de orientación tecnológica (6,2 años).

Donde se detecta una mayor polarización respecto a la experiencia es al analizar la información por tipos de emprendedores, deduciendo que cuanto más consolidada está la actividad, mayor es la experiencia previa reconocida por el emprendedor, pasando de 1,4 años de experiencia específica entre el tipo 'emprendedor' a 10,7 años en actividades consolidadas. También se observan diferencias por género, más agudizadas entre las mujeres que entre los hombres, en cada una de las escalas, sobre todo en actividades nacientes donde los hombres reconocen una experiencia específica de 8 años mientras que entre las mujeres se reduce a 2.

9.3.3. Actividades económicas desarrolladas en los viveros de la Comunidad Valenciana

Desde el año 2008 la crisis económica en España ha repercutido negativamente en todos los sectores productivos y en especial en la industria y la construcción: según los datos del Ministerio de Economía y Hacienda, en 2009 la aportación al PIB de las actividades industriales y de la construcción fue del 25,4%, reduciéndose al 21,2% en 2014. En el sector industrial, con una aportación al PIB en 2014 del 16%, ha sido más virulento (en cinco de los diez países más competitivos el peso del PIB industrial supera el 20%) debido a que es el sector que mayor productividad y empleo de calidad genera, incrementando de este modo aún más la tercerización de la economía española, que ha pasado de una aportación al PIB en 2009 del 65,7% al 67,7% en 2014, y siendo el comercio (al por mayor y al por menor) el principal subsector locomotora, aportando el 22% del PIB, 20,5% en 2009 (Martínez Reig, 2015).

Análisis comparativo de distribución sectorial de emprendedores en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, informe GEM y estructura sectorial regional y nacional, 2014 (% por columnas)

Sectores de actividad	Viveros CV		GEM		Territorio	
	Fase inicial	Consolidada	Fase inicial	Consolidada	C. Valenciana	España
Industria	7,7	10,1	4,5	9,7	7,5	6,4
Construcción	4,8	5,1	15,1	25,9	12,0	13,5
Comercio	13,5	20,3	51,8	42,5	26,5	24,5
Servicios	74,0	64,5	28,7	21,9	54,0	55,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fase inicial = emprendedor, actividad naciente y actividad nueva

Consolidada = actividad consolidada

Tabla 73. Análisis comparativo de distribución sectorial de emprendedores en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, informe GEM y estructura sectorial regional y nacional, 2014 (% por columnas)

Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas a emprendedores alojados y egresados, Global Entrepreneurship Monitor, Informe GEM España 2014 y DIRCE locales a 1 de enero 2014 (INE)

La actividad emprendedora en España, según el informe GEM España 2014, ha virado notablemente desde el año 2008 hacia actividades vinculadas con el sector terciario: el 33,5% de los proyectos en fase inicial (de 0 a 42 meses) y el 46,3% de las actividades consolidadas (más de 42 meses) se concentraba en 2008 en los sectores industriales y transformadores, especialmente en la construcción, reduciéndose en 2014 al 19,6% en proyectos de fase inicial y al 35,6% en actividades consolidadas.

Las actividades¹⁴¹ desarrolladas por los emprendedores actualmente alojados en los viveros de la Comunidad Valenciana tienden aun más hacia el sector terciario tanto en los negocios en fase inicial como en las actividades consolidadas. En términos generales el 8,7% de las actividades se orienta hacia el sector industrial, concentrado específicamente en la **industria manufacturera** y en actividades tradicionales como es la fabricación textil y de calzado,

¹⁴¹ Codificación realizada a través de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 2009). INE.

alimentación y bebidas, juguetes, electrodomésticos, etc.

El 4,9% son actividades vinculadas con la **construcción** y más concretamente en actividades especializadas como fontanería, instalaciones de carpintería, mantenimiento de edificios, etc.

El 16,4% son actividades directamente relacionadas con el consumo: comercio al por mayor y al por menor. En **comercio al por mayor**, con especial relevancia en actividades relacionadas con el comercio exterior, destacan el comercio al por mayor de productos alimenticios frescos (frutas y verduras), equipos electrónicos, telecomunicaciones, ordenadores y productos informáticos. Y en **comercio al por menor** las iniciativas empresariales están relacionadas con el comercio a través de Internet sobre todo de productos tecnológicos y de servicios para las personas.

Pero el principal sector al que se dirigen los emprendedores alojados en los viveros es el sector servicios: 70% de las actividades, 16 puntos porcentuales por encima de la realidad empresarial regional. La descripción de las actividades a las que se dirigen fundamentalmente los emprendedores las hemos clasificado en los siguientes grupos de actividad:

1. **Información y comunicaciones (18,6%).** En especial las actividades relacionadas con la programación y consultoría informática, sobre todo desarrollo de aplicaciones para móviles y proceso de datos, *hosting* y tratamiento de portales Web. Resaltando además que el 85% de las nuevas actividades empresariales utiliza como única estructura y canal de comercialización Internet.
2. **Actividades profesionales, científicas y técnicas (30,6%).** Es, junto a información y comunicaciones, el principal grupo de actividad al que se orientan los emprendedores. Las actividades con mayor peso se centran en la consultoría técnica en ingeniería, con especial relevancia en negocios dirigidos a mejorar la eficiencia energética de empresas y particulares, la consultoría en gestión empresarial y agencias de *marketing*, comunicación y publicidad.
3. **Otros servicios: administrativos y personales (14,8%).** En este tercer grupo la tendencia es ofrecer servicios de gestión y/o asesoramientos relacionados con actividades

deportivas, de mantenimiento físico (llama la atención el incremento de servicios de dietética y nutrición) y formación empresarial, y en especial *coaching*.

4. **Otras actividades (6%).** Se incluye en este grupo un conjunto disperso de actividades, destacando sobre el resto por su importancia el transporte de mercancías por carretera y servicios de mensajería.

En los viveros de la provincia de Alicante la distribución de proyectos se concentra en tres grupos de actividad que representan el 65% del total: actividades profesionales, científicas y técnicas, seguido por comercio al por mayor y al por menor e industriales. En Castellón el peso recae sobre todo (75% del total de actividades) en información y comunicaciones y en actividades profesionales, científicas y técnicas. Y en la provincia de Valencia se observa una mayor dispersión de actividades, pero cuatro son la de mayor representatividad (84,4% del total): actividades profesionales, científicas y técnicas, servicios administrativos y personales, información y comunicaciones, y comercio al por mayor y al por menor.

Por titularidad del vivero se observan algunos matices: las actividades industriales tienen un peso mínimo en los viveros de las cámaras de comercio, en construcción no se han detectado proyectos vinculados en los CEEIs y las universidades. En los viveros municipales y de las cámaras de comercio la mayoría de proyectos están relacionados con actividades profesionales y técnicas, servicios administrativos y personales, y comercio al por mayor y al por menor, mientras que en los CEEIs y en los viveros universitarios prevalecen las actividades intensivas en conocimiento, especialmente información y comunicaciones seguido por actividades científicas y técnicas.

Por orientación sectorial se constata una mayor predisposición a albergar proyectos vinculados a actividades intensivas en conocimiento, innovadoras y de alto grado tecnológico en los viveros universitarios; en los industriales el peso recae, como es previsible, en actividades industriales manufactureras, comercio al por mayor y transporte y logística; y en los de servicios se comprueba su carácter generalista, abarcando una mayor diversidad de proyectos, pero más escorados a actividades profesionales y técnicas, información y comunicaciones, servicios administrativos y personales, y comercio al por menor.

Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (valores absolutos) a partir de códigos CNAE

Actividades económicas	Títulos de actividad	N	%
	Construcción aeronáutica y espacial y su maquinaria	1	0,5
	Corte, tallado y acabado de la piedra	1	0,5
	Fabricación de calzado y textiles	2	1,1
	Industria de la alimentación: alimentos y bebidas	2	1,1
	Fabricación de electrodomésticos y aparatos eléctricos	3	1,6
	Fabricación de estructuras metálicas y sus componentes	1	0,5
	Fabricación de instrumentos y sumin. médicos y odontológicos	1	0,5
	Fabricación de juegos y juguetes	1	0,5
	Fabricación de otras estructuras de madera	1	0,5
	Fabricación de otros productos básicos de química orgánica	1	0,5
	Fabricación de pasta papelera, papel y cartón	1	0,5
	Fabricación de vidrio y productos de vidrio	1	0,5
Industria manufacturera		16	8,7
	Construcción de edificios	1	0,5
	Construcción de redes eléctricas y de telecomunicaciones	1	0,5
	Otras actividades de construcción especializada	7	3,8
Construcción		9	4,9
	Comercio al por mayor de ordenadores y product. informáticos	2	1,1
	Comercio al por mayor de prendas de vestir y calzado	1	0,5
	Comercio al por mayor de productos alimenticios y bebidas	4	2,2
	Comercio al por mayor de productos de perfumería y cosmética	1	0,5
	Comercio al por mayor de equipos electrónicos y telecomunic.	5	2,7
	Comercio al por mayor de madera	2	1,1
	Comercio al por mayor de productos químicos	2	1,1
	Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor	4	2,2
	Comercio al por menor por Internet	9	4,9
Comercio al por mayor y al por menor		30	16,4
	Actividades editoriales y diarios <i>online</i>	3	1,6
	Telecomunicaciones por cable	1	0,5
	Programación y consultoría informática	23	12,6
	Proceso de datos, <i>hosting</i> y portales web	7	3,8
Información y comunicaciones		34	18,6

Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (valores absolutos) a partir de códigos CNAE

Actividades económicas	Títulos de actividad	N	%
	Investigación y desarrollo	2	1,1
	Actividades de fotografía	3	1,6
	Actividades jurídicas	4	2,2
	Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería	20	10,9
	Agencias de publicidad	9	4,9
	Actividades de consultoría de gestión empresarial	18	9,8
Actividades profesionales, científicas. y técnicas		56	30,6
	Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	5	2,7
	Otros actividades de servicios sociales sin alojamiento n.c.o.p.	1	0,5
	Actividades de agentes y corredores de seguros	2	1,1
	Otras actividades de apoyo a las empresas: formación, etc.	7	3,8
	Actividades de mantenimiento físico	7	3,8
	Gestión y administración de la propiedad inmobiliaria	5	2,7
Servicios: administrativos y personales		27	14,8
	Distribución de agua y energía eléctrica	2	1,1
	Otros cultivos perennes	1	0,5
	Transporte de mercancías	8	4,4
Otras actividades		11	6,0
Total		183	100,0

Tabla 74. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (valores absolutos) a partir de códigos CNAE
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por provincia, titularidad del vivero y grupos de orientación sectorial (% por filas)

Criterios	Actividades económicas							Total
	Act. 1	Act. 2	Act. 3	Act. 4	Act. 5	Act. 6	Act. 7	
Provincia								
Alicante	20,0	7,3	21,8	10,9	23,6	12,7	3,6	100,0
Castellón	5,3		10,5	52,6	21,1	5,3	5,3	100,0
Valencia	3,7	4,6	14,7	16,5	35,8	17,4	7,3	100,0
Titularidad del vivero								
Ayuntamiento	15,5	6,9	17,2	17,2	22,4	15,5	5,2	100,0

Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por provincia, titularidad del vivero y grupos de orientación sectorial (% por filas)

Criterios	Actividades económicas							
	Act. 1	Act. 2	Act. 3	Act. 4	Act. 5	Act. 6	Act. 7	Total
Provincia								
Cámaras de Comercio	1,3	6,6	21,1	6,6	35,5	22,4	6,6	100,0
CEEI	12,0		12,0	36,0	32,0		8,0	100,0
Universidad	12,5		4,2	41,7	33,3	4,2	4,2	100,0
Orientación sectorial								
G1 Tecnológico	11,1		9,3	37,0	31,5	3,7	7,4	100,0
G2 Industrial	38,1	14,3	19,0	4,8	14,3	9,5		100,0
G3 Servicios	1,9	5,6	19,4	12,0	33,3	21,3	6,5	100,0
Total	8,7	4,9	16,4	18,6	30,6	14,8	6,0	100,0

Act. 1 = Industria manufacturera; **Act. 2** = Construcción; **Act. 3** = Comercio al por mayor y al por menor;

Act. 4 = Información y comunicaciones; **Act. 5** = Actividades profesionales, científicas. y técnicas;

Act. 6 = Servicios: administrativos y personales; **Act. 7** = Otras actividades

Tabla 75. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por provincia, titularidad del vivero y grupos de orientación sectorial (% por filas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Respecto a la creación de puestos de trabajo de las actividades económicas desarrolladas, observamos cómo las actividades industriales, información y comunicaciones son las que mayor número de empleos generan: cuentan con un tamaño promedio superior de personas vinculadas al proyecto (4,6 y 3,8 respectivamente), un peso superior de empleados en la distribución socios-empleados y son las actividades con menor proporción de mujeres contratadas.

En segundo lugar, y siguiendo el criterio del tamaño, comercio, específicamente al por mayor, actividades profesionales, científicas y técnicas, y servicios administrativos y personales registran un tamaño y una distribución socios-empleados en torno al promedio general, pero en este caso la proporción de mujeres es marginalmente superior al promedio general.

En tercer lugar encontraríamos el sector de la construcción y otras actividades con un tamaño inferior (1,8 y 1,9 empleos en promedio respectivamente) y un mayor peso de socios-trabajadores respecto a empleados. Pero en este caso particular la diferencia más llamativa es

que son las dos actividades más polarizadas en relación a la proporción hombres-mujeres: en construcción únicamente el 6,3% de las personas vinculadas son mujeres, mientras que en 'otras actividades' el porcentaje de mujeres duplica el promedio general.

Personas vinculadas a las actividades emprendedoras en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por actividad económica

Actividades económica	Personas vinculadas		Mujeres	Distribución (% filas)	
	Media	Desv. Típ.	% / total	Socios-trabajadores	Empleados
Industria	4,6	7,973	13,3	37,3	62,7
Construcción	1,8	1,302	6,3	67,7	32,4
Comercio	2,4	2,988	29,5	56,3	43,7
Información-comunicaciones	3,8	3,847	12,9	46,5	53,5
Actividades profesionales	2,2	3,308	24,1	57,4	42,6
Servicios: adm. y personales	2,1	3,740	32,2	56,4	43,6
Otras actividades	1,9	0,831	42,8	85,7	14,3
Total	2,1	3,934	21,7	52,4	47,6

Tabla 76. Personas vinculadas a las actividades emprendedoras en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por actividad económica

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Tal como hemos visto en el punto "7.4. Concepto histórico de emprendedor", que una persona decida dar el paso al emprendimiento en una actividad económica determinada está condicionado por multitud de factores: su experiencia y formación, su situación laboral y personal, la búsqueda de nuevas alternativas laborales, la situación del mercado laboral, etc. Sin embargo, atendiendo al perfil sociológico del líder del proyecto empresarial y a la etapa de vida en la que se encuentra, es el nivel formativo y/o la experiencia¹⁴² adquirida las dos variables que más influyen en el negocio a desarrollar. Por tipo de emprendedor se desprende que:

¹⁴² Significatividad asintótica de ,000 en la prueba de chi-cuadrado de Pearson con un valor de 33,720 en la relación formación-actividad y 23,250 en la relación experiencia-actividad.

Emprendedor. En los negocios incipientes, el 83% de los promotores del proyecto son titulados universitarios pero con una menor experiencia laboral (25%), y los proyectos que desarrollan están principalmente relacionados con actividades de información y comunicación (41,7%) y con actividades profesionales, científica y técnicas (33,3%).

Actividad naciente. Es el grupo con mayor porcentaje de titulados universitarios (94,1%) y el segundo, por detrás de las empresas consolidadas, con mayor experiencia específica (64,7%). Es el conjunto más heterogéneo respecto a la orientación sectorial, abarcando todo tipo de actividades, incluyendo industria manufacturera y construcción, aunque con una mayor predisposición a desarrollar actividades de servicios relacionadas con actividades profesionales, científicas y técnicas, servicios administrativos y personales, y comercio al por menor.

Actividad nueva. En esta tipología el porcentaje de titulados universitarios se reduce marginalmente (76,1%) así como la experiencia específica (57,3%), y especialmente en dos (ambas suman el 57,6% de los proyectos desarrollados) de las principales actividades a las que se dirige: actividades profesionales, científicas y técnicas, el 90,3% son titulados universitarios pero el 41,9% no tiene experiencia específica; información y comunicaciones, con un 80% de titulados universitarios, pero con reducida experiencia, únicamente el 40% reconoce haber trabajado en una empresa de actividad similar.

Actividad consolidada. Es el grupo con menor formación universitaria (72,9%) pero de mayor experiencia (72,2%). También es un grupo heterogéneo en cuanto a las actividades a las que se dirigen, pero destacan tres, que representan el 63,3% del total: actividades profesionales, científicas y técnicas, información y comunicaciones, y comercio, con un porcentaje de titulados universitarios superior al 90% pero que en términos de experiencia se reduce por debajo del promedio general. En comercio al por mayor y al por menor el nivel de formación se reduce (58,3% tienen formación superior), pero la experiencia acumulada se incrementa (75%).

Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de emprendedor y formación del líder del proyecto (% en columnas por actividad y % en filas por totales de tipo de emprendedor)

Tipo de emprendedor	Actividades económicas							Total
	Act. 1	Act. 2	Act. 3	Act. 4	Act. 5	Act. 6	Act. 7	
Emprendedor								

Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de emprendedor y formación del líder del proyecto (% en columnas por actividad y % en filas por totales de tipo de emprendedor)

Tipo de emprendedor	Actividades económicas							Total
	Act. 1	Act. 2	Act. 3	Act. 4	Act. 5	Act. 6	Act. 7	
Formación universitaria			50,0	80,0	100,0			83,3
Sin for. universitaria			50,0	20,0				16,7
Total emprendedor			16,7	41,7	33,3	8,3		100,0
Naciente								
Formación universitaria	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	66,7	94,1
Sin for. universitaria							33,3	5,9
Total naciente	11,8	5,9	17,6	11,8	23,5	11,8	17,6	100,0
Nueva								
Formación universitaria	66,7		50,0	80,0	90,3	76,9	50,0	76,1
Sin for. universitaria	33,3	100,0	50,0	20,0	9,7	23,1	50,0	23,9
Total Nueva	8,0	5,3	12,0	13,3	41,3	17,3	2,7	100,0
Consolidada								
Formación universitaria	57,1	25,0	58,3	94,1	93,8	72,7		72,9
Sin for. universitaria	42,9	75,0	41,7	5,9	6,3	27,3	100,0	27,1
Total Consolidada	10,1	5,1	20,3	21,5	21,5	13,9	7,6	100,0
Total	8,7	4,9	16,4	18,6	30,6	14,8	6,0	100,0

Act. 1 = Industria manufacturera; **Act. 2** = Construcción; **Act. 3** = Comercio al por mayor y al por menor; **Act. 4** = Información y comunicaciones; **Act. 5** = Actividades profesionales, científicas, y técnicas; **Act. 6** = Servicios: administrativos y personales; **Act. 7** = Otras actividades

Tabla 77. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de emprendedor y formación del líder del proyecto (% en columnas por actividad y % en filas por totales de tipo de emprendedor)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de emprendedor y experiencia previa del líder del proyecto (% en columnas por actividad y % en filas por totales de tipo de emprendedor)

Criterios	Actividades económicas							Total
	Act. 1	Act. 2	Act. 3	Act. 4	Act. 5	Act. 6	Act. 7	
Emprendedor								

Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de emprendedor y experiencia previa del líder del proyecto (% en columnas por actividad y % en filas por totales de tipo de emprendedor)

Criterios	Actividades económicas							
Tipo de emprendedor	Act. 1	Act. 2	Act. 3	Act. 4	Act. 5	Act. 6	Act. 7	Total
Experiencia previa			50,0		25,0	100,0		25,0
Sin experiencia			50,0	100,0	75,0			75,0
Total emprendedor			16,7	41,7	33,3	8,3		100,0
Naciente								
Experiencia previa		100,0	100,0	100,0	50,0		100,0	64,7
Sin experiencia	100,0				50,0	100,0		35,3
Total naciente	11,8	5,9	17,6	11,8	23,5	11,8	17,6	100,0
Nueva								
Experiencia previa	50,0	75,0	44,4	40,0	58,1	84,6		57,3
Sin experiencia	50,0	25,0	55,6	60,0	41,9	15,4	100,0	42,7
Total Nueva	8,0	5,3	12,0	13,3	41,3	17,3	2,7	100,0
Consolidada								
Experiencia previa	50,0	100,0	75,0	64,7	70,6	81,8	83,3	72,2
Sin experiencia	50,0		25,0	35,3	29,4	18,2	16,7	27,2
Total Consolidada	10,1	5,1	20,3	21,5	21,5	13,9	7,6	100,0
Total	8,7	4,9	16,4	18,6	30,6	14,8	6,0	100,0

Act. 1 = Industria manufacturera; **Act. 2** = Construcción; **Act. 3** = Comercio al por mayor y al por menor; **Act. 4** = Información y comunicaciones; **Act. 5** = Actividades profesionales, científicas. y técnicas;

Act. 6 = Servicios: administrativos y personales; **Act. 7** = Otras actividades

Tabla 78. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de emprendedor y experiencia previa del líder del proyecto (% en columnas por actividad y % en filas por totales de tipo de emprendedor)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

9.3.4. Constitución y condición jurídica de las empresas alojadas

Exceptuando los viveros tecnológicos (siete viveros), que alojan a emprendedores en su etapa de pre incubación y no marcan un tiempo mínimo para que éstos se constituyan como

empresarios, en el resto de viveros el requisito principal de entrada es que ya sean empresas constituidas o establecen un período máximo (tres meses desde su entrada en el vivero) para que el emprendedor escoja la forma jurídica que mejor se adecua a su modelo de negocio. Como ya se ha indicado, únicamente el 6,6% de los emprendedores encuestados indicaba que aún no se habían constituido como personas jurídicas pese a haber iniciado la actividad¹⁴³, frente al 93,4%, que ya eran empresarios bajo diferentes formas jurídicas.

La elección de una forma jurídica¹⁴⁴ vendrá determinada, entre otras consideraciones, por factores como son:

- (a) El número de socios y empleados.
- (b) La inversión inicial y futura.
- (c) El tipo de fiscalidad.
- (d) La posibilidad de conseguir subvenciones.
- (e) La imagen que se quiere transmitir al mercado, etc.

Además, las principales diferencias entre optar por constituirse como empresario individual o mediante otras formas jurídicas dependerán también del nivel de riesgo que se quiera asumir respecto al patrimonio personal o empresarial, de los beneficios que se obtengan, de las inversiones que se pretendan realizar a lo largo del ciclo de vida de la empresa, etc.

Uno de los principales cometidos que deben asumir los técnicos de los VE es tratar de asesorar al emprendedor de la mejor manera posible en este tipo de cuestiones, aunque la mayoría de veces se observa que la recomendación inicial es la de comenzar la vida empresarial como empresario individual ya que es la manera más rápida y sencilla de dar de alta un negocio, debido a que requiere menos gestiones y trámites legales, además de que, en condiciones

¹⁴³ Debemos interpretar en este caso que se trata de etapas muy primarias del negocio y que lo que se considera como 'inicio de actividad' son en realidad las fases de preparación para la venta, momento en el que su materialización supone el límite para la regularización ante hacienda y la Seguridad Social, entre otras entidades que velan por el cumplimiento de la normativa fiscal, laboral, sanitaria, etc.

¹⁴⁴ En esta cuestión nos hemos empleado con profusión en el apartado "7.5. La definición de empresa y de PYME" en lo tocante a las formas jurídicas.

normales, el coste de la gestión suele ser más liviano.

El 98,3% de los emprendedores alojados en los viveros de la región cotiza en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA). Esto no quiere decir que sean identificados como empresarios individuales, porque únicamente el 32,8% de las empresas escoge esta forma jurídica, que por otro lado es la más habitual en el tejido empresarial español¹⁴⁵.

Condición jurídica de las empresas alojadas en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por tipo de emprendedor (% por filas)

Tipo de emprendedor	Condición jurídica											Total
	Sin	CB	Autónomo	SA	SC	SCOOPV	SL	SLL	SLNE	SLP	SLU	
Emprendedor	100,0											
Naciente			17,6		5,9		64,7	5,9			5,9	100,0
Nueva		5,3	48,1		2,7		41,3	1,3			1,3	100,0
Consolidada		3,8	26,6	1,3		1,3	57,1	2,5	1,3	1,3	5,1	100,0
Total	6,6	3,8	32,8	0,5	1,6	0,5	47,6	2,2	0,5	0,5	3,3	100,0

Tabla 79. Condición jurídica de las empresas alojadas en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por tipo de emprendedor (% por filas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Los emprendedores optan sobre todo por constituirse como sociedades mercantiles. El 54,1% son sociedades con responsabilidad limitada en sus diferentes concepciones: sociedad limitada (47,6%), sociedad limitada laboral (2,2%), sociedad limitada nueva empresa (0,5%), sociedad limitada profesional (0,5%) o sociedad limitada unipersonal. Las comunidades de bienes y las sociedades civiles representan el 5,4%, y las sociedades anónimas y las sociedades cooperativas el 0,5%.

¹⁴⁵ El 53,5% de las empresas españolas registradas en el Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 enero de 2014 son gerenciadas por personas físicas individuales (autónomos) frente al 46,5%, que optan por constituirse normalmente como sociedades mercantiles y en especial bajo la figura de sociedad limitada. INE.

Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de condición jurídica agrupada (% por columnas)

Condición jurídica	Actividades económicas							
	Act. 1	Act. 2	Act. 3	Act. 4	Act. 5	Act. 6	Act. 7	Total
Sin constituir			6,7	14,7	7,1	3,7		6,6
Empresario individual	18,8	22,2	20,0	23,5	42,9	63,0		32,8
SL	62,5	77,8	56,7	41,2	39,3	25,9	90,9	47,6
SLL	6,3			5,9	1,8			2,2
SLNE			3,3					0,5
SLP					1,8			0,5
SLU	6,3		10,0	2,9				3,3
Total Resp. limitada	75,0	77,8	70,0	50,0	42,9	25,9	100,0	54,1
CB				8,8	3,6	7,4		3,8
SC			3,3	2,9	1,8			1,6
SCOOPV					1,8			0,5
SA	6,3							0,5
Total otras formas	6,3		3,3	11,8	7,1	7,4		6,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Act. 1 = Industria manufacturera; **Act. 2** = Construcción; **Act. 3** = Comercio al por mayor y al por menor; **Act. 4** = Información y comunicaciones; **Act. 5** = Actividades profesionales, científicas y técnicas; **Act. 6** = Servicios: administrativos y personales; **Act. 7** = Otras actividades

Tabla 80. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de condición jurídica agrupada (% por columnas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Por tipo de emprendedor observamos algunas diferencias marginales, en las actividades nacientes y consolidadas la forma jurídica más común es la sociedad de responsabilidad limitada (76,5% y 67,3% respectivamente), mientras que entre las actividades nuevas la opción con mayor peso es la de ser empresario individual (48,1%). La razón la encontramos en el tamaño de las empresas, el riesgo financiero y el tipo de actividad a la que se dirigen los emprendedores:

1. La mediana en las actividades profesionales, científicas y técnicas es de 1,5 trabajadores, y en los servicios administrativos y personales es de 1. Son actividades donde la aportación del valor recae sobre el propio emprendedor, con un menor riesgo financiero debido a que su oferta se compone de servicios intangibles, realizando funciones de

consultoría y asesoramiento a empresas y personas, y siendo la forma jurídica más común la de empresario individual.

2. En información y comunicaciones la mediana se incrementa a tres trabajadores, aunque el percentil 25 es de 1 trabajador, sobre todo en las actividades nacientes, por lo que es razonable iniciar la actividad como empresario individual, pasando a formas de responsabilidad limitada conforme se consolida la empresa.
3. En las actividades industriales, construcción y comercio, especialmente al por mayor, el tamaño y el riesgo financiero es mayor debido a que son actividades que desarrollan productos tangibles, por lo que el peso de los empresarios individuales se reduce al 20%.

9.3.5. Inversión económica inicial para la puesta en marcha del negocio

La búsqueda de financiación para la puesta en marcha del proyecto empresarial es uno de los principales problemas a los que se enfrenta un emprendedor especialmente en las primeras etapas de vida del proyecto:

1. La primera alternativa para solventar las necesidades de capital en las primeras fases de desarrollo de las empresas es la que procede del entorno del emprendedor (amigos, familiares, etc.), que completa la inversión aportada por el propio emprendedor convirtiendo a estos en la mayoría de casos en socios capitalistas.
2. Al ser insuficiente en la mayoría de casos, la siguiente alternativa es la financiación bancaria. Sin embargo, las entidades crediticias no suelen apoyar financieramente los proyectos incipientes debido a que no disponen de un historial de facturación ni tampoco han conseguido consolidar sus activos para ofrecerlos como garantía en la solicitud, por ejemplo, de capital semilla.
3. La tercera vía, es la de obtener financiación informal, procedente de inversores privados o de empresas de capital riesgo, muy activas hasta los años precedentes a la crisis financiera, pero que también tienden a invertir normalmente en proyectos ya consolidados, sobre todo tecnológicos y con altos

retornos de la inversión.

Desde el punto de vista de la demanda de financiación de proyectos nacientes a los emprendedores les quedaría una cuarta alternativa, más aun cuando son proyectos nacidos bajo la tutela de entidades públicas, como es el caso de los viveros de empresa, que es la financiación vía costes a través de los organismos autonómicos y nacionales que promocionan el emprendimiento con adjudicación de ayudas y subvenciones, y que en muchos casos son a fondo perdido.

En el estudio realizado por Ferreiro y Vaquero García (Ferreiro y Vaquero García, 2010) sobre los VE de Galicia con información sobre emprendedores alojados en los viveros en el año 2009, se destaca que “el 80,9% de los emprendedores gallegos han recibido algún tipo de ayuda pública para la puesta en marcha de su iniciativa empresarial, sin contar la implícita que supone estar en el vivero pagando un alquiler más bajo... (sic)”. A los emprendedores de los viveros alojados en la Comunidad Valenciana les realizamos la misma consulta en el año 2014, cuadro 55, y únicamente el 19,6% indicó haber recibido ayudas públicas para iniciar su actividad con una media de 4.900€ por proyecto.

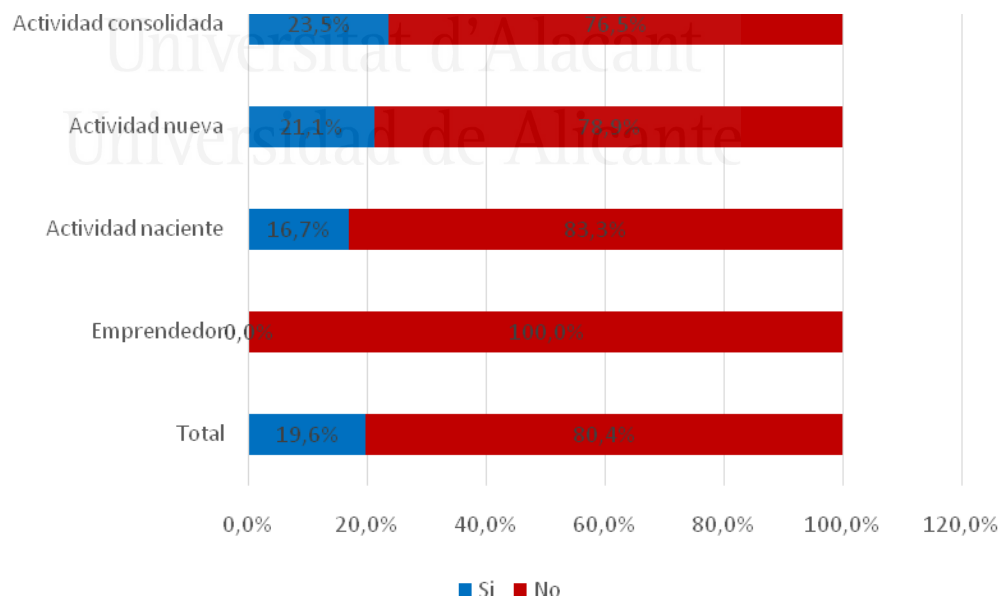


Ilustración 42. Subvenciones recibidas para la puesta en marcha del negocio por tipo de emprendedor
Fuente: elaboración propia a partir de encuestas

Por tipo de emprendedor, son las actividades consolidadas (23,5%) las que marginalmente reconocen haber sido adjudicatarias de subvenciones, y concretamente para proyectos tecnológicos en actividades industriales y de información y comunicaciones. En segundo lugar se sitúan las actividades nuevas (21,1%) en proyectos de actividades profesionales, científicas y técnicas, y en tercer lugar, las actividades nacientes (16,7%), también únicamente en proyectos de actividades profesionales, científicas y técnicas. Paradójicamente, los proyectos en fase inicial ('emprendedor') y más vinculados a actividades tecnológicas en el 100% de los casos no han recibido ayudas públicas.

Respecto a las aportaciones de capital semilla necesarias para iniciar la actividad, los emprendedores alojados en los viveros de la región se convierten a sí mismos en principales inversores, debido a que el apoyo financiero de amigos y familiares se reduce al 32% de los casos, aportando el emprendedor el 68% del capital necesario: en el informe GEM España 2014 el porcentaje de capital semilla en proyectos nacientes aportado por los emprendedores es del 63% de promedio.

El capital proveniente de recursos propios, aportado por el emprendedor, en los viveros de la región es de 22.273€ de media. Es necesario destacar que no todos los proyectos tienen las mismas necesidades financieras por lo que, y como se sugiere en el informe GEM España 2014, es más adecuado recurrir a otras medidas de tendencia central como es la mediana y la moda. En los viveros, el 50% de los proyectos ha necesitado al menos una inversión de 6.500€ y una moda (la inversión que más veces se ha solicitado) de 3.000€. Comparado con los resultados obtenidos en el informe GEM España 2014, se observa cómo las necesidades financieras de los viveristas son significativamente inferiores al resto de emprendedores que no tienen la posibilidad o no optan por alojarse en un vivero, entre otros motivos porque sus gastos operativos son también inferiores.

Distribución del capital semilla (euros) aportado por los emprendedores para proyectos de negocio nacientes en España 2014: emprendedores alojados en los viveros vs. emprendedores. Informe GEM 2014

Estadísticos	Empresas Viveros (€)	Informe GEM (€)
Media	22.273,2€	29.459,1€
Mediana	6.500€	10.000€
Moda	3.000€	20.000€

Distribución del capital semilla (euros) aportado por los emprendedores para proyectos de negocio nacientes en España 2014: emprendedores alojados en los viveros vs. emprendedores. Informe GEM 2014

Estadísticos	Empresas Viveros (€)	Informe GEM (€)
Desv. Tip.	35.997,5€	78.214,9€
Mínimo	450€	1€
Máximo	192.000€	1.500.000€
Percentiles		
10	420€	1.000€
30	3.050€	5.000€
50	6.500€	10.000€
70	19.500€	20.000€
90	60.000€	51.321,2€

Tabla 81. Distribución del capital semilla (euros) aportado por los emprendedores para proyectos de negocio nacientes en España en 2014: emprendedores alojados en los viveros vs. emprendedores. Informe GEM 2014

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados y Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2014

9.3.6. Clientes y mercados a los que se dirigen los emprendedores

Un emprendedor inicia un proyecto empresarial con el objetivo último de comercializar sus productos o servicios, tratando de ofrecerlos al mayor número posible de clientes desde la perspectiva del mercado al que se dirige. El 48% de los emprendedores, prácticamente la mitad, dispone de una cartera de 10 o menos clientes; el 36% entre 11 y 50, y el 16%, 51 o más clientes. La media ponderada por actividad es de 16,5 clientes, pero con desviaciones notables que oscilan en una horquilla de un mínimo de 2, como es el caso de emprendedores en actividades nuevas y que desarrollan actividades profesionales, científicas y técnicas, alcanzando incluso a más de 1.000 clientes de algunas empresas consolidadas en actividades de comercio al por mayor o información y comunicaciones.

Por provincia de ubicación, titularidad y orientación sectorial se observan algunas diferencias destacables: el 79,4% de los emprendedores valencianos y el 58,4% de los alicantinos disponen de una cartera de 20 o menos clientes, frente a los castellanenses, donde el 100%

cuenta con 21 o más clientes. Por titularidad y orientación sectorial del vivero, los emprendedores alojados en los CEEIs y universidades y de orientación sectorial cuentan con una mayor cartera de clientes que aquellos que desarrollan sus actividades en viveros municipales industriales, seguido por los viveros de servicios de las cámaras de comercio.

Distribución proporcional de clientes de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% por filas)

Criterios	Clientes					
	10 o menos	11-20	21-50	51-100	101-más	Total
Provincia						
Alicante	41,7	16,7	16,7		25,0	100,0
Castellón			50,0	25,0	25,0	100,0
Valencia	55,9	23,5	11,8		8,8	100,0
Titularidad del vivero						
Ayuntamiento	45,0	35,0	15,0		5,0	100,0
Cámaras de Comercio	54,5	13,6	13,6		18,2	100,0
CEEI	25,0		50,0	25,0		100,0
Universidad	50,0				50,0	100,0
Orientación sectorial						
G1 Tecnológico	37,5		25,0	12,5	25,0	100,0
G2 Industrial	42,9		28,6		28,6	100,0
G3 Servicios	51,4	28,6	11,4		8,6	100,0
Tipo de emprendedor						
Emprendedor	100,0					100,0
Naciente	54,5	9,1	9,1		27,3	100,0
Nueva	50,0	27,8	16,7		5,6	100,0
Consolidada	36,8	21,1	21,1	5,3	15,8	100,0
Actividad económica						
Industria	33,3		50,0		16,7	100,0
Construcción	100,0					100,0
Comercio	12,5	37,5	12,5		37,5	100,0
Información-comunicaciones	33,3		33,3	11,1	22,2	100,0
Actividades profesionales	62,5	25,0	6,3		6,3	100,0
Servicios: adm. y personales	57,1	42,9				100,0

Distribución proporcional de clientes de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% por filas)

Criterios	Clientes					
	10 o menos	11-20	21-50	51-100	101-más	Total
Otras actividades	100,0					100,0
Total	48,0	20,0	16,0	2,0	14,0	100,0

Tabla 82. Distribución proporcional de clientes de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% por filas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

En el análisis de la cartera de clientes por tipo de emprendedor y actividad económica es donde se observan diferencias sustanciales:

- Por tipo de emprendedor, a mayor nivel de consolidación de la actividad el número de clientes aumenta: al iniciarse la actividad el 100% de los encuestados reconoce tener 10 o menos clientes, siendo la media ponderada de 4 clientes; en las fase siguientes, y tomando en conjunto las actividades nuevas y nacientes, el número de clientes se incrementa y el 50% de los emprendedores cuenta con una cartera superior a 11 clientes (media ponderada de 17), además el 30% reconoce tener más de 100 clientes; y en las actividades consolidadas únicamente el 36,8% de los emprendedores cuenta con una cartera de 10 o menos clientes y la media ponderada se incrementa hasta los 26 clientes.
- Las actividades de información y comunicaciones, destacando sobre el resto las empresas que se dedican a la programación de aplicaciones y a la consultoría informática, registran el mayor número de clientes respecto al resto de actividades ya que el 66,7% de los emprendedores tiene una cartera de 21 o más clientes; le sigue muy de cerca el comercio al por mayor y al por menor, con un 50% que tiene 21 o más clientes; y en tercer lugar, aunque con una muestra muy poco representativa, las actividades industriales. En el resto de actividades el tamaño medio de la cartera se sitúa en el promedio general (16,5), como es en el caso de las actividades profesionales, científicas y técnicas, y servicios administrativos y personales, o por dejado de la media en construcción y otras actividades que reúnen a un menor número de clientes con 10 o menos en el 100% de ambos casos.

Otro aspecto a destacar es el tipo de cliente y su ubicación geográfica, diferenciando entre clientes del sector público a través de contrataciones realizadas con las administraciones públicas y empresas privadas o clientes finales, y en cuanto a la ubicación geográfica, atendiendo a sus principales mercados de competencia: local, regional, nacional e internacional.

El 69,1% de los emprendedores opera exclusivamente en el sector privado frente al 30,9%, que comercializa sus productos y servicios tanto en el sector público como en el privado. Agrupando las tipologías de emprendedor en dos grandes grupos, el de proyectos en fase inicial (0-42 meses) y el de actividades consolidadas (42 meses o más), se observa una mayor predisposición por parte de las actividades consolidadas (el 40% se dirige tanto al sector público como privado) a contratar con la administración pública que en las actividades en fase inicial, donde la proporción de clientes privados se incrementa al 75%, además entre las actividades consolidadas se muestra una mayor dependencia del sector público debido a que en el 10% de las empresas más del 50% de los clientes son públicos, reduciéndose al 5,7% en las actividades en fase inicial, y siendo especialmente llamativo en las actividades relacionadas con la construcción: en el 100% de las empresas consultadas más del 50% de los clientes son públicos, reduciéndose al 16,7% en industria y al 6,3% en actividades profesionales, científicas y técnicas.

Distribución proporcional de los mercados a los que se dirigen los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% de respuestas afirmativas)

Criterios	Mercados			
	Local	Regional	Nacional	Internacional
Provincia				
Alicante	66,7	8,3	66,7	41,7
Castellón	50,0	25,0	100,0	75,0
Valencia	61,8	14,7	70,6	35,3
Titularidad del vivero				
Ayuntamiento	59,1	13,6	77,3	40,9
Cámaras de Comercio	80,0	15,0	60,0	25,0
CEEI	50,0		75,0	100,0
Universidad		25,0	100,0	50,0
Orientación sectorial				
G1 Tecnológico	25,0	12,5	87,5	75,0

Distribución proporcional de los mercados a los que se dirigen los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% de respuestas afirmativas)

Criterios	Mercados			
	Local	Regional	Nacional	Internacional
Provincia				
G2 Industrial	71,4	14,3	85,7	14,3
G3 Servicios	68,6	14,3	65,7	37,1
Tipo de emprendedor				
Emprendedor	100,0		50,0	
Naciente	54,5	9,1	72,7	35,5
Nueva	72,2	16,7	66,7	26,7
Consolidada	52,6	15,8	78,9	38,2
Actividad económica				
Industria	66,7		100,0	16,7
Construcción	100,0			50,0
Comercio	37,5	12,5	75,0	75,0
Información-comunicaciones	66,7	22,2	100,0	55,6
Actividades profesionales	68,8	12,5	68,8	31,3
Servicios: adm. y personales	71,4	14,3	28,6	28,6
Otras actividades		50,0	100,0	
Total	62,0	14,0	72,0	35,0

Tabla 83. Distribución proporcional de los mercados a los que se dirigen los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% de respuestas afirmativas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

En cuanto al mercado de competencia, los emprendedores no se centran en un solo mercado, únicamente el 23% opera en un solo mercado, sobre todo nacional, sino que el modelo es operar globalmente tanto en los mercados geográficamente más cercanos (local y regional), como nacional e internacional, de este modo, aunque el principal mercado es interior (65%) y en especial el mercado local, el 35% de los emprendedores además de operar en la ámbito nacional también lo hace internacionalmente.

Distribución comparativa de los emprendedores alojados en los viveros de la Comunidad Valenciana-Informe GEM España 2014 según su orientación internacional (% por filas)

Tipo emprendedor	% de clientes internacionales			
	75-100%	25-75%	1-25%	Sin clientes
Inicial (0-42 meses)				
Viveros CV	3,2	3,2	19,4	74,2
Informe GEM España 2014	6,4	7,2	18,9	67,6
Consolidada (más de 42 meses)				
Viveros CV	4,6	15,3	18,6	61,8
Informe GEM España 2014	2,8	3,0	19,5	74,7

Tabla 84. Distribución comparativa de los emprendedores alojados en los viveros de la Comunidad Valenciana-Informe GEM España 2014 según su orientación internacional (% por filas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados y Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2014

Los emprendedores castellanenses parecen tener una mayor proyección internacional (el 75% de los emprendedores comercializan sus productos o servicios en otros países, sobre todo de la Unión Europea) que sus homólogos alicantinos (41,7%) y valencianos (35,3%), siendo para estos últimos los mercados local y nacional los de mayor facturación.

Por titularidad, los proyectos nacidos en el seno de los viveros universitarios y de los parques científicos y tecnológicos y CEEIs se centran sobre todo en el mercado internacional y, en segundo lugar, en el nacional, a diferencia de los residentes en los viveros municipales, que se dirigen en primer lugar a un mercado nacional seguido por el local, y en las cámaras de comercio, donde la proyección internacional es si cabe más reducida (25% de los proyectos) siendo su principal mercado de competencia el municipio donde se ubica el vivero.

Por orientación sectorial las diferencias se agudizan: en los viveros tecnológicos el mercado meta es el internacional (75%), mientras que en servicios e industria la orientación es muy localista y con muy baja proyección internacional, especialmente en el caso de los viveros industriales: únicamente el 14,3% de los emprendedores se dirige a mercados externos.

Respecto a las actividades desarrolladas, los proyectos comerciales y los vinculados a información y comunicaciones se concentran en los mercados internacionales y nacionales, la industria manufacturera y los servicios administrativos y personales muestran una tendencia más localista, y en actividades profesionales y otras actividades el mercado de referencia es nacional.

En el informe GEM España 2014, tras analizar la proyección internacional de los emprendedores españoles desde el año 2006, se llega a la conclusión de que la actividad emprendedora española tiene un marcado carácter local y más aun actualmente, por la dificultad que atraviesan los emprendedores para expandirse a otros mercados, por no querer asumir riesgos o por la falta de ideas de negocios atractivas. Sin embargo, en el informe se destaca que desde 2011 esta tendencia parece estar revirtiéndose: en ese mismo año el 22,9% de los emprendedores en fase inicial y el 16,7% en fase consolidada comercializaban sus negocios internacionalmente, incrementándose en 2014 al 32,4% de exportaciones en los proyectos de fase inicial y al 25,3% en actividades consolidadas.

Comparando la proyección internacional de los emprendedores alojados en los viveros de la región y de la muestra utilizada en el informe GEM España 2014 se desprenden algunas similitudes y diferencias en sus comportamientos comerciales:

1. Los proyectos en fase inicial (“emprendedor, naciente y nueva”) desarrollados en los viveros tienden a ser más localistas con una cartera de clientes internacionales del 25,8% mientras que los datos reflejados en el Informe GEM España 2014, como se ha comentado en el párrafo anterior, los sitúa en el 32,4%.
2. Las empresas consolidadas alojadas en los viveros tienen una mayor proyección internacional: el 38,2% de los emprendedores vende sus productos en otros países frente al 25,3% de los datos incluidos en el informe GEM. No obstante, y comparando ambos resultados con los registrados en los informes GEM llevados a cabo en otros países, el nivel de España está muy por debajo de la media de economías similares, donde el 60% de los emprendedores exporta sus productos y servicios, y más aun de los países referentes del entorno europeo como Francia, Italia o Alemania.

9.3.7. Utilidad de los viveros: la opinión de los emprendedores alojados

En este último apartado, de carácter cualitativo, pondremos el foco de atención en los aspectos que ayudan a determinar cuál es la percepción de utilidad que los emprendedores tienen sobre los VE donde se alojan, es decir si, a su juicio, se consiguen los objetivos que justifican las incubadoras. En primer lugar, abordamos las cuestiones relativas a las dificultades

y obstáculos internos y externos respecto al proyecto que desarrollan, y qué consideran deberían mejorar para afrontar con mayor seguridad su futuro una vez egresado del vivero. En segundo lugar, se analizarán los motivos que les han empujado a alojarse en un vivero determinado y terminaremos con una valoración general a partir de la ponderación de las principales variables cualitativas analizadas en apartados anteriores sobre diferentes aspectos de los viveros, que ofrecerá como resultado una valoración general del grado de satisfacción obtenido en su experiencia en el vivero. Las variables que sometemos a este análisis son las siguientes:

V1 = estado físico de conservación del vivero

V2 = estado físico de conservación de la oficina/nave

V3 = oferta de servicios en relación al precio de alojamiento

V4 = precio de alojamiento en el vivero respecto al precio del mercado

V5 = nivel de profesionalidad de los técnicos vinculados al vivero

V6 = suficiencia de servicios para desarrollar la idea de negocio

V7 = suficiencia del tiempo de estancia en el vivero para consolidación de la actividad

VG = grado de satisfacción general

9.3.7.1 *Dificultades percibidas por los emprendedores*

Del informe GEM España 2014, que realiza una consulta a 36 expertos españoles sobre emprendimiento en el país, se desprende que los principales obstáculos para emprender una actividad empresarial siguen siendo los mismos desde hace varios años: por un lado, dos de naturaleza coyuntural que se han incrementado desde el año 2008, como son la aparente falta de apoyo a partir de políticas gubernamentales y el acceso a la financiación; a éstas hay que añadir otras dos que son estructurales: la capacidad emprendedora, y las normas sociales y culturales.

En la investigación de Vaquero García y Ferreiro Seoane ([Vaquero García y Ferreiro Seoane, 2013b](#)) sobre los VE en Galicia, los emprendedores alojados destacan cinco obstáculos para poder desarrollar su idea de negocio y que son principalmente de carácter coyuntural: el

plazo de generación de ingresos, la dificultad de acceder al mercado, la fluctuación de la cartera de pedidos, la competencia y el acceso a la financiación. En nuestro estudio, a diferencia de los dos anteriores citados, hemos puesto más interés en conocer las debilidades internas de los emprendedores (*Tabla 85. Principales dificultades de los emprendedores para desarrollar el proyecto empresarial por tipo de emprendedor (% de respuestas afirmativas)*) con el objeto de poder establecer posibles paralelismos respecto a la oferta de servicios que reciben en sus respectivos viveros.

El 94,5% de los emprendedores asume tener algún tipo de dificultad para poder desarrollar su proyecto empresarial sin observarse diferencias significativas por tipo de emprendedor:

- El primer obstáculo que perciben (40% de respuestas afirmativas) es su limitada capacidad para comercializar sus productos y servicios, sobre todo para las actividades nuevas nacidas en los viveros universitarios y de las cámaras de comercio.
- En segundo lugar, conseguir financiación bancaria (36,4%), que sigue siendo un grave problema independientemente de la fase de vida del proyecto y que es percibido con mayor intensidad por los viveristas de los CEEIs y de los viveros municipales.
- La siguiente dificultad es la competencia (34,5%). La orientación económica de los emprendedores más vinculados a un mercado intensivo en conocimiento y globalizado requiere que éstos sean capaces de desarrollar productos y servicios con un alto nivel de calidad a bajo precio. Es en las etapas iniciales de los emprendedores alojados en los viveros tecnológicos donde se percibe con mayor fuerza este obstáculo.
- La búsqueda de pequeños socios inversores y/o *Business Angels* y en última instancia de empresas de capital riesgo (25,5%), como alternativa a la carencia de financiación formal, se postula como la cuarta dificultad, sobre todo para viveristas de los CEEIs¹⁴⁶.

¹⁴⁶ Quizá esto sea debido a que son precisamente los CEEIs quienes están realizando una muy buena labor de estas figuras de financiación alternativa, lo que favorece que sean precisamente sus usuarios quienes mejor conozcan esta figura y sean quienes más la demanden.

- El quinto obstáculo mencionado es la dificultad de encontrar a compañeros, socios y empleados adecuados para el viaje que se ha iniciado (16,7%) y que afecta a un colectivo muy definido: emprendedores en fase inicial alojados en viveros tecnológicos.
- Los obstáculos que menos parecen afectar al conjunto de emprendedores son el desconocimiento del mercado al que se dirigen (12,7%), sobre todo en actividades nacientes alojadas en viveros universitarios, y su reducida formación en gestión empresarial (7,3%) y concretamente en actividades nuevas en viveros municipales y universitarios.

Principales dificultades de los emprendedores para desarrollar el proyecto empresarial por tipo de emprendedor (% de respuestas afirmativas)

Dificultades	Tipo de emprendedor				Total
	Emprendedor	Naciente	Nueva	Consolidada	
Capacidad comercial	33,3	33,3	60,0	25,0	40,0
Obtener financiación bancaria	45,0	33,3	40,0	40,0	36,4
La competencia	66,7	25,0	30,0	40,0	34,5
Obtener financiación informal	33,3	16,7	20,0	35,0	25,5
Contar con los recursos humanos adecuados	33,3	8,3	15,0	20,0	16,4
Desconocimiento del mercado objetivo		25,0	10,0	10,0	12,7
Formación en gestión empresarial			10,0	10,0	7,3

Tabla 85. Principales dificultades de los emprendedores para desarrollar el proyecto empresarial por tipo de emprendedor (% de respuestas afirmativas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Principales dificultades de los emprendedores para desarrollar el proyecto empresarial por titularidad del vivero donde se alojan (% de respuestas afirmativas)

Dificultades	Titularidad				Total
	Ayuntamiento	Cámara	CEEI	Universidad	
Capacidad comercial	36,0	42,9	20,0	75,0	40,0
Obtener financiación bancaria	40,0	33,3	60,0		36,4
La competencia	36,0	38,1		50,0	34,5
Obtener financiación informal	20,0	19,0	80,0	25,0	25,5
Contar con los recursos humanos adecuados	12,0	19,0		50,0	16,4
Desconocimiento del mercado objetivo	16,0	4,8	20,0	25,0	12,7

Formación en gestión empresarial	8,0	4,8		25,0	7,3
----------------------------------	-----	-----	--	------	-----

Tabla 86. Principales dificultades de los emprendedores para desarrollar el proyecto empresarial por titularidad del vivero donde se alojan (% de respuestas afirmativas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

De lo expuesto se puede deducir que los principales problemas detectados por los viveristas, a excepción de la obtención de fondos financieros, que es un problema común observado en todos los estudios realizados al respecto, están íntimamente relacionados con su estructura operativa:

1. Falta de habilidades para comercializar sus productos o servicios
2. Desconocimiento de la operatividad de la competencia o de cómo competir en mejores condiciones
3. Su estructura orgánica

En el apartado “9.2.4. Dotaciones y servicios de los viveros de empresa” se ha realizado un análisis de la oferta de los servicios intangibles ofrecidos en los viveros de la región, atendiendo a las tres principales dificultades expuestas. Llama la atención cómo únicamente el relacionado con el asesoramiento comercial tiene un peso específico, quinto en el *ranking* de oferta, en la cartera de servicios de los viveros: el 65,8% de los gerentes de los viveros indica que disponen de un servicio de asesoramiento comercial prácticamente en todos los tipos de viveros aunque con menor presencia en los municipales (21,4%); el asesoramiento en recursos humanos es ofertado por el 42% de los viveros, especialmente por los del CEEI y en menor medida por los municipales (el 35,7% ofrece este tipo de asesoramiento) y los de la Cámara de Comercio (33,3%), y en ninguno se oferta formación o asesoramiento sobre cómo operar en un mercado tan competitivo como el actual.

9.3.7.2 *Motivos para instalarse*

En el informe GEM España 2014 se analizan los principales motivos que empujan a un emprendedor a autoemplearse y/o a constituir una empresa, señalando que el 66,1% de los emprendedores en fase inicial iniciaba una actividad empresarial porque había detectado una oportunidad de negocio frente al 29,8%, que la emprendía por necesidad, es decir, por no encontrar un trabajo adecuado a su formación y/o experiencia laboral, y el 4,1% restante, por

diversos motivos. En el informe también se destaca que los emprendedores por oportunidad se han reducido significativamente con una caída continua desde el año 2009 (80,1% de emprendedores por oportunidad) mientras que los emprendedores por necesidad prácticamente se han duplicado desde el año 2009, sobre todo por la ausencia de ofertas laborales adecuadas a sus perfiles.

A diferencia del informe GEM, en nuestro estudio hemos querido analizar si el hecho de que un emprendedor esté alojado en un vivero es una condición determinante para continuar con su proyecto empresarial y, por otro lado, cuáles han sido los principales motivos que le han empujado a buscar alojamiento en un vivero.

A tenor de los resultados, el estar alojado en un vivero no es un requisito indispensable para continuar con la actividad empresarial: el 81,5% de los emprendedores consultados hubiera continuado con su idea de negocio independientemente de que hubiera podido acceder a alojarse, frente al 18,5% que hubiera desistido de continuar. Esta circunstancia, que se debe tomar como hipotética debido a que los emprendedores continúan alojados y desarrollando su proyecto empresarial en el vivero, no parece tener relación respecto a ciertas características del líder del proyecto: por género el 17,1% de los hombres hubiera abandonado el proyecto frente al 23,1% de las mujeres; por edad los menores de 30 años, de 31 a 45 años y mayores de 45 se sitúan en torno al promedio general entre el 18 y el 22%; y tampoco la experiencia específica parece destacar, pues el 20% de los emprendedores con 2 o menos años de experiencia y el 28,6% con 3 o más años tampoco hubiera tomado la decisión de abandonar la idea de negocio.

Sin embargo, y como comentamos anteriormente respecto a la actividad económica a emprender, es el nivel formativo¹⁴⁷ la variable que parece influir en continuar el proyecto, independientemente de que se aloje o no en un vivero: el 14,3% de los emprendedores con formación universitaria hubiera abandonado el proyecto mientras que el porcentaje de

¹⁴⁷ Significatividad asintótica de 0,134 en la prueba de chi-cuadrado de Pearson con un valor de 2,244 en la relación formación universitaria-continuar proyecto.

abandono se incrementa hasta el 33,3% entre los emprendedores sin formación universitaria. Los emprendedores alicantinos (el 8,3% abandonaría el proyecto) son marginalmente más optimistas que sus homólogos castellanenses y valencianos, sobre todo si están alojados en viveros municipales (12,5% y 20% respectivamente), y de orientación tecnológica y de servicios (20% y 18,9% respectivamente), siendo las actividades industriales las más necesitadas de alojamientos públicos. No obstante y como ocurre con el nivel de formación, la fase¹⁴⁸ en la que se encuentre el proyecto también es determinante en la decisión del emprendedor ya que de los datos se infiere que el 66,7% de los emprendedores en la fase inicial abandonarían su idea de negocio si no hubiera podido acceder al vivero.

En cuanto a los motivos esgrimidos por los emprendedores por querer alojarse en un vivero, el principal, y a diferencia del resto, es el precio que ha de pagar el emprendedor por alojarse (81,5%), seguido por la posibilidad de estar en contacto directo con otros emprendedores (29,6%), los servicios con los que cuenta el vivero (25,9%) y, en último lugar, la red de contactos (proveedores, clientes, etc.) que el vivero pueda generar en beneficio del emprendedor.

No se observan diferencias significativas atendiendo al perfil sociológico del líder del proyecto, pero sí matices respecto al resto de variables contempladas en el análisis:

- (1) **Provincia:** los emprendedores castellanenses son más sensibles a la oferta de servicios (33,3%) y el poder compartir sinergias con otros emprendedores (50,0%).
- (2) **Titularidad:** los viveristas de los CEEIs otorgan la misma importancia al precio y a los servicios ofertados por el vivero (60% respectivamente), mientras que los residentes en viveros universitarios dan más importancia a los servicios (75,0%) y a la relación con otros emprendedores (50,0%) que al precio del alojamiento.
- (3) **Orientación:** en los viveros tecnológicos la importancia atribuida al precio, servicios y relación con otros emprendedores se sitúa en porcentajes similares; en los industriales

¹⁴⁸ Significatividad asintótica de 0,079 en la prueba de chi-cuadrado de Pearson con un valor de 6,795 en la relación tipo de emprendedor-continuar proyecto.

el precio en primer lugar y los servicios en segundo marcan la decisión del emprendedor; mientras que en los de servicios la relación con otros emprendedores es, tras el precio, el motivo principal para alojarse.

- (4) **Tipo de emprendedor:** el emprendedor únicamente considera el precio como motivo para instalarse en las fases nacientes y nuevas, aunque los emprendedores en actividades nacientes, al igual que las empresas consolidadas, otorgan una importancia marginal al hecho de que el vivero les facilite una red de contactos para poder comercializar sus productos y servicios; y en las empresas consolidadas el precio y la relación con otros emprendedores determinan su elección.
- (5) **Actividad económica:** únicamente en las actividades industriales y en los servicios administrativos y personales se detecta mayor importancia atribuida a los servicios ofertados por el vivero, así como en comercio e información y comunicaciones la posibilidad de relacionarse con otros emprendedores adquiere mayor peso, aunque situándose por detrás del precio.

¿Continuaría desarrollando el proyecto empresarial si no hubiera podido acceder al vivero de empresas? Respuestas de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% por filas)

Criterios	Continuar el proyecto empresarial		
	Si	No	Total
Provincia			
Alicante	91,7	8,3	100,0
Castellón	83,3	16,7	100,0
Valencia	77,8	18,5	100,0
Titularidad del vivero			
Ayuntamiento	87,5	12,5	100,0
Cámaras de Comercio	76,2	23,8	100,0
CEEI	80,0	20,0	100,0
Universidad	75,0	25,0	100,0
Orientación sectorial			
G1 Tecnológico	80,0	20,0	100,0
G2 Industrial	85,7	14,3	100,0
G3 Servicios	81,1	18,9	100,0

¿Continuaría desarrollando el proyecto empresarial si no hubiera podido acceder al vivero de empresas? Respuestas de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% por filas)

Criterios	Continuar el proyecto empresarial		
	Si	No	Total
Provincia			
Tipo de emprendedor			
Emprendedor	33,3	66,7	100,0
Naciente	91,7	8,3	100,0
Nueva	75,0	25,0	100,0
Consolidada	89,5	10,5	100,0
Actividad económica			
Industria	66,7	33,3	100,0
Construcción	100,0		100,0
Comercio	100,0		100,0
Información-comunicaciones	83,3	16,7	100,0
Actividades profesionales	81,3	18,8	100,0
Servicios: adm. y personales	77,8	22,2	100,0
Otras actividades	50,0	50,0	100,0
Total	81,5	18,5	100,0

Tabla 87. ¿Continuaría desarrollando el proyecto empresarial si no hubiera podido acceder al vivero de empresas? Respuestas de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% por filas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Principales motivos para alojarse en un vivero de empresas por parte de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% de respuestas afirmativas)

Criterios	Motivos			
	Servicios	Precio	Relación	Contactos
Provincia				
Alicante	25,0	75,0	16,7	8,3
Castellón	33,3	66,7	50,0	16,7
Valencia	25,0	86,1	30,6	2,8

Principales motivos para alojarse en un vivero de empresas por parte de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% de respuestas afirmativas)

Criterios	Motivos			
	Servicios	Precio	Relación	Contactos
Titularidad del vivero				
Ayuntamiento	16,7	91,7	25,0	8,3
Cámaras de Comercio	19,0	85,7	28,6	
CEEI	60,0	60,0	40,0	20,0
Universidad	75,0	25,0	50,0	
Orientación sectorial				
G1 Tecnológico	60,0	50,0	40,0	10,0
G2 Industrial	28,6	71,4	14,3	
G3 Servicios	16,2	91,9	29,7	5,4
Tipo de emprendedor				
Emprendedor		100,0		
Naciente	16,7	83,3	25,0	8,3
Nueva	20,0	80,0	10,0	
Consolidada	42,1	78,9	57,9	10,5
Actividad económica				
Industria	83,3	66,7	16,7	
Construcción		100,0	50,0	50,0
Comercio	14,3	85,7	42,9	
Información-comunicaciones	16,7	83,3	50,0	8,3
Actividades profesionales	18,8	68,8	18,8	
Servicios: adm. y personales	33,3	100,0	22,2	11,1
Otras actividades		100,0		
Total	25,9	81,5	29,6	5,6

Tabla 88. Principales motivos para alojarse en un vivero de empresas por parte de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% de respuestas afirmativas)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

9.3.7.3 Valoración general de los viveros de empresas

Los emprendedores valoran positivamente la oportunidad de desarrollar su idea de negocio en un vivero empresarial (Tabla 88 y Tabla 89) otorgando una valoración general de satisfacción de su experiencia en el vivero de 3,3 en una escala de 1 a 5, donde 1 es una valoración de total insatisfacción y 5 de total satisfacción, y con una desviación típica de 0,7225 que demuestra la reducida dispersión de las valoraciones. Esta valoración media se puede interpretar como aceptable pero no suficiente, debido a la necesidad por parte de las entidades de mejorar cuantitativa y cualitativamente algunos aspectos. En este sentido, a partir de las valoraciones de los emprendedores y a modo de *ranking* podemos establecer tres grandes grupos de viveros:

- El primer grupo estaría formado por los viveros que han recibido una valoración superior a la media, es decir, una valoración de 3,4 o superior y que incluye a once viveros.
- El segundo grupo estaría formado por los viveros que han obtenido una valoración positiva, pero entorno a la media (entre 3 y 3,3), formado por nueve viveros
- Y el tercer grupo estaría formado por nueve viveros que han obtenido valoraciones por debajo del valor medio, es decir a partir de una valoración de 2,9 o inferior.

Grupo 1

Este grupo lo integran los viveros tecnológicos, más los viveros municipales de servicios de Algemesi y Picanya, en la provincia de Valencia, y los viveros, también de orientación a servicios, de la Cámara de Comercio de Valencia en los municipios de Ontinyent y Gandía. Las principales debilidades o aspectos a mejorar observadas por los emprendedores en algunos de estos viveros están relacionadas con:

1. En el caso de la Fundación Quorum-UHM por un excesivo precio del alojamiento en comparación al precio actual de mercado y por la carencia de algunos servicios que los viveristas consideran necesarios como es el asesoramiento en recursos humanos y en contabilidad, fiscalidad y jurídico.

2. Los viveristas de la Cámara de Comercio de Ontinyent también consideran que el precio debería ser revisado, mejorar la oferta de servicios, sobre todo los relacionados con el asesoramiento en financiación informal y seguimiento y tutelaje del emprendedor, y una tercera demanda que incide en las limitadas capacidades, conocimientos y experiencia profesional de los técnicos contratados.
3. En los viveros de los CEEIs la única debilidad percibida es el elevado precio de alojamiento.
4. En Picanya se destaca especialmente la insuficiencia de servicios (valoración de 2,0) así como el estado de mantenimiento físico del vivero y de los despachos.
5. Y en el vivero de Gandía, el estado físico del vivero y el tiempo de estancia son dos de los aspectos que requerirían mejoras por parte de los responsables.

Grupo 2

Este grupo lo integran seis viveros de servicios de las Cámaras de Comercio de Valencia y Alicante (Elche, Orihuela, Paterna, Requena, Torrevieja y Torrent), los viveros municipales de servicios Alicante Emprende y CREIX Valencia, y el vivero industrial Príncipe Felipe de Alicante. Aspectos a mejorar:

6. El vivero municipal de orientación industrial Príncipe Felipe obtiene una valoración general de 3,3, destacando positivamente en el estado físico de sus instalaciones y el periodo de estancia, sin embargo obtiene notas negativas en la oferta de servicios con una cartera muy limitada y dependiente de las agendas de los técnicos de la Agencia Local de Desarrollo del Ayuntamiento de Alicante, así como la necesidad de una mayor aportación de conocimientos por su parte que se incremente conforme aumenta el tamaño y complejidad de las empresas.
7. Los viveros de la Cámara de Comercio de Paterna y los municipales de Valencia (CREIX) y Alicante Emprende, los tres de orientación servicios, obtienen valoraciones muy similares en todas las variables analizadas, destacando en los tres las mismas debilidades: la insuficiencia de servicios intangibles.

8. Los viveros de Torrent y Requena presentan valoraciones también similares, pero en algunos aspectos diferentes. En Torrent se valora positivamente el estado físico de los despachos y el precio de alojamiento, y obtiene valoraciones negativas en el precio de alojamiento, en su relación con la oferta de servicios y en el tiempo máximo de estancia. En Requena la oferta de servicios en relación al precio de alojamiento es valorado positivamente y, al igual que en Torrent, el tiempo de estancia no es suficiente para consolidar la actividad.
9. En el resto de viveros, los tres de la provincia de Alicante (Elche, Orihuela y Torreveja), la valoración general se sitúa en el 3 sin diferencias en las variables seleccionadas.

Grupo 3

El tercer grupo de viveros es el de las instalaciones que reciben una valoración con amplio margen de mejora a juicio de los viveristas y lo conforman nueve viveros: los viveros industriales de Mutxamel, Elda y San Vicente del Raspeig, los viveros de servicios de la Cámara de Comercio de Sagunto, Valencia, Xativa y Alcoy, y los viveros municipales de servicios de Manises y Tavernes de la Valldigna:

10. Los viveros de Sagunto y Alcoy obtienen valoraciones de 4 puntos en la oferta de servicios, en relación al precio en el caso de Sagunto, y en el estado físico de los despachos y en el precio de alojamiento respecto a la oferta de servicios en Alcoy, pero desde la perspectiva de las peores valoraciones, en ambos casos, se constata una oferta reducida de servicios, así como una mayor necesidad de contar con profesionales especializados en las cada vez más complejas áreas de la empresa.
11. El vivero de la Cámara de Comercio de Valencia y el municipal de Manises son muy bien valorados respecto al estado físico de los despachos y en el precio de alojamiento respecto a la oferta de servicios, pero obtienen valoraciones negativas en la oferta de servicios, capacidades de los asesores y en el tiempo máximo de estancia.
12. Por último, los cuatro viveros que han recibido peor valoración, en prácticamente todas las variables analizadas, son los tres viveros de orientación industrial de Mutxamel, Elda

y San Vicente del Raspeig, y el de Xativa de servicios, donde únicamente se valora positivamente la relación precio oferta de servicios.

Como resumen de lo expuesto se puede destacar que los emprendedores castellonenses tienen una mejor valoración de sus cuatro viveros, sobre todo por la excelente valoración otorgada a los tres tecnológicos (Espaitec, Vinalab y CEEI de Castellón), los viveristas de Alicante y Valencia se sitúan en torno a la media general con unas valoraciones entre 3,3 y 3,4.

Por tipo de emprendedor, los más críticos son los más jóvenes y concretamente en su valoración de los servicios ofertados, en la profesionalidad de los asesores y en el tiempo máximo de estancia, frente a las empresas consolidadas, que otorgan una valoración por encima de la media general (3,6), aunque con peor valoración en los mismos aspectos identificados en fases iniciales.

Y por actividades económicas, los dos grupos de actividad con mayor presencia en los viveros, el de información y comunicaciones, y el de actividades profesionales, científicas y técnicas son también los más críticos. Independientemente de valorar positivamente el conjunto de aspectos analizados en los viveros, aunque por debajo de la media, inciden en el relato expuesto, considerando que las principales debilidades de los viveros se concentran en dos muy concretas:

- La urgencia por parte de los gerentes de los viveros de realizar una revisión y actualización de su cartera de servicios.
- Y una renovación de sus recursos humanos especialmente tratando de contratar a asesores profesionalizados.

Valoración de los emprendedores de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Or.	Variables							VG
		V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	
Vivero municipal (Vinalab) Vinarós	Tec.	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	4,0	5,0	4,3
Vivero municipal de Algemesí	Ser.	5,0	5,0	5,0	5,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Start UPV	Tec.	4,3	4,7	4,3	3,7	4,3	3,7	3,7	4,0
Fundación Quorum UHM	Tec.	5,0	4,6	4,3	3,0	3,5	3,0	3,9	3,9

Valoración de los emprendedores de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Or.	Variables							VG
		V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	
Vivero de Ontinyent (C. de Comercio de Valencia)	Ser.	4,0	4,0	4,0	3,0	3,0	3,0	4,0	3,6
CEEI Alcoy	Tec.	4,0	4,0	4,0	3,0	4,0	3,5	3,0	3,6
CEEI Castellón	Tec.	4,3	3,7	3,7	3,0	3,3	3,4	3,7	3,6
CEEI Elche	Tec.	4,0	3,7	3,7	3,0	3,4	3,4	3,7	3,6
Espaitec. Univesitat Jaume I	Tec.	5,0	5,0	5,0	1,0	5,0	4,0	3,0	3,5
Vivero municipal de Alquería de Moret (Picanya)	Ser.	3,0	3,0	4,0	5,0	3,0	2,0	4,0	3,4
Vivero de Gandía (C. de Comercio de Valencia)	Ser.	3,3	4,7	4,3	4,3	4,7	3,7	2,0	3,4
Vivero municipal 'Príncipe Felipe' Alicante	Ind.	4,0	3,4	3,4	3,4	2,8	2,4	4,0	3,3
Vivero de Paterna (C. de Comercio de Valencia)	Ser.	3,5	3,7	3,0	4,0	3,0	2,0	3,0	3,3
Vivero municipal (CREIX) de Valencia	Ser.	3,5	3,4	3,0	3,8	3,0	2,9	3,0	3,3
Vivero municipal "Alicante Emprende" de Alicante	Ser.	3,3	3,3	3,5	3,5	3,0	2,8	3,0	3,3
Vivero de Torrent (C. de Comercio de Valencia)	Ser.	3,0	4,3	2,7	4,3	3,0	3,0	2,0	3,2
Vivero de Elche (C. de Comercio de Alicante)	Ser.	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
Vivero de Torrevieja (C. de Comercio de Alicante)	Ser.	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
Vivero de Orihuela (C. de Comercio de Orihuela)	Ser.	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
Vivero de Requena (C. de Comercio de Valencia)	Ser.	3,0	3,0	4,0	3,0	3,0	3,0	2,0	3,0
Vivero de Sagunto (C. de Comercio de Valencia)	Ser.	3,0	3,0	4,0	3,0	2,0	2,0	3,0	2,9
Vivero de Valencia (C. de Comercio de Valencia)	Ser.	3,0	4,0	3,0	4,0	2,0	2,0	2,0	2,9
Incub-Cámara (C. de Comercio de Alcoy)	Ser.	3,5	3,6	3,0	3,0	2,0	2,0	3,5	2,9
Vivero Tavernes de la Valldigna	Ser.	3,5	4,0	3,5	3,0	2,0	1,0	3,5	2,9
Vivero municipal (VEM1) de Manises	Ser.	3,8	3,4	3,6	3,6	2,8	2,6	2,6	2,8
Vivero Mutxamel (C. Comercio de Alicante)	Ind.	2,0	3,0	3,0	3,0	1,0	2,0	2,9	2,6
Vivero municipal de Elda	Ind.	2,0	2,0	2,0	3,0	2,0	2,0	2,8	2,4
Vivero de Xativa (C. de Comercio de Valencia)	Ser.	2,5	3,0	3,0	2,5	1,0	1,0	2,0	2,3
Vivero municipal San Vicente del Raspeig	Ind.	2,0	3,0	3,0	2,0	2,0	2,0	1,0	2,0
<i>Media total</i>		4,0	3,9	3,8	3,7	3,1	2,8	3,1	3,3

Tabla 89. Valoración de los emprendedores de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014 (1ª parte)

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados

Grado de satisfacción general de los viveros de empresas por parte de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (medias y desviación típica)

Criterios	Variables								Desv. típica
	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	
Provincia									
Alicante	4,1	3,8	3,5	3,2	2,9	2,6	3,6	3,5	0,7090
Castellón	4,5	4,3	4,3	3,3	4,0	3,7	4,0	4,0	0,8116
Valencia	3,8	4,0	3,8	4,0	3,0	2,7	2,8	3,5	0,7073
Titularidad del vivero									
Ayuntamiento	4,2	3,8	3,9	3,9	3,0	2,6	3,4	3,7	0,6655
Cámaras de Comercio	3,5	4,1	3,6	3,8	2,7	2,5	2,7	3,3	0,7728
CEEI	4,4	4,0	4,0	3,4	3,5	3,7	3,8	3,8	0,8136
Universidad	4,5	4,7	4,5	3,0	4,5	4,5	3,5	4,2	0,3686
Orientación sectorial									
G1 Tecnológico	4,3	4,3	4,1	3,7	3,7	3,2	3,7	4,2	0,6464
G2 Industrial	4,1	3,5	3,2	3,0	2,7	2,2	3,4	3,0	0,5984
G3 Servicios	3,8	4,0	3,8	3,9	2,9	2,7	2,9	3,5	0,7380
Tipo de emprendedor									
Emprendedor	3,5	4,0	3,5	3,5	2,0	2,0	2,5	3,0	0,5132
Naciente	4,3	4,0	4,5	3,9	3,8	3,4	3,8	3,9	0,5659
Nueva	3,6	4,1	3,6	3,8	2,6	2,5	2,7	3,3	0,8406
Consolidada	4,1	4,0	3,7	3,7	3,4	3,1	3,2	3,6	0,6503
Actividad económica									
Industria	4,0	4,0	4,3	4,5	3,5	3,2	3,6	4,1	0,6306
Construcción	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	3,5	4,5	0,3536
Comercio	4,1	4,0	3,8	4,4	3,0	2,5	3,8	3,7	0,7829
Información-comunicaciones	4,1	4,0	3,7	3,0	2,8	2,7	3,1	3,5	0,6590
Actividades profesionales	3,6	3,9	3,7	3,6	3,1	3,0	2,5	3,4	0,7108
Servicios: adm. y personales	3,7	3,8	3,4	3,7	2,8	2,8	3,1	3,3	0,7225
Otras actividades	3,5	3,5	4,0	4,5	3,0	2,0	3,0	3,5	.
Total	4,0	3,9	3,8	3,7	3,1	2,8	3,1	3,3	0,7225

Tabla 90. Grado de satisfacción general de los viveros de empresas por parte de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (medias y desviación típica) (2ª parte)

Grado de satisfacción general de los viveros de empresas por parte de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (medias y desviación típica)

Criterios	Variables								Desv. típica
Provincia	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	
<i>Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a emprendedores alojados y egresados</i>									

9.4. Evaluación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: rentabilidad económica y social

9.4.1. Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana

Procede realizar aquí una revisión y análisis de todo lo tratado hasta el momento, a modo de compendio final de las ideas, conceptos, enfoques, antecedentes y trabajo de campo realizados, con la finalidad de otorgar un veredicto fundado sobre la rentabilidad y eficiencia social de los viveros de la Comunidad Valenciana. Se trata por tanto de conjugar de manera holística cada una de las ideas desgranadas a partir de tres vías de análisis:

1. Antecedentes documentales que han servido para hilvanar un camino preciso construido sobre la metodología de análisis necesaria en cualquier trabajo de investigación y líneas de trabajo abiertas por otros estudiosos sobre las que nos hemos fundamentado para proponer nuevas ideas.
2. De los resultados de la recogida de información en los 43 viveros existentes en la Comunidad Valenciana.
3. De la interpretación dada por el autor de este trabajo de tesis doctoral a cada una de las respuestas dadas en el cuestionario a las preguntas realizadas tanto a los responsables de los VE y como a los usuarios de los mismos.

Para ello vamos a evaluar las cuentas de resultados de los VE a los efectos de hacer una primera aproximación a si, económicamente, son rentables. A continuación, procederemos a realizar una valoración de si, en el conjunto de las actividades que se llevan a cabo en los viveros

y sus impactos económicos indirectos (empresas creadas, puestos de trabajo generados, impuestos tributados a la Administración...) todo ello a partir de su aportación vía tributos a la hacienda pública, arrojan un resultado positivo o por el contrario ofrecen números rojos. Esta segunda aproximación sería la que asimilaríamos a la 'rentabilidad social', puesto que, con los excedentes monetarios generados por el vivero y las actividades incubadas a través de la fiscalidad, se habrán generado recursos que se habrán podido redistribuir a otros fines elegidos por la sociedad a través de sus representantes públicos, todo ello en formato de asignación presupuestaria.

Los recursos económicos necesarios para que los viveros puedan ofrecer un servicio adecuado a los emprendedores se componen de dos grandes grupos:

<ul style="list-style-type: none"> • Tres partidas de gastos:
<ol style="list-style-type: none"> 1. gastos de personal, 2. gastos operativos¹⁴⁹ y 3. amortizaciones aplicadas a los inmuebles donde se localizan los viveros (en los viveros de oficinas el periodo de amortización máximo es de 80 años y un coeficiente lineal máximo del 2% y en los industriales de 68 años y un coeficiente¹⁵⁰ del 3%)
<ul style="list-style-type: none"> • Dos partidas de ingresos:
<ol style="list-style-type: none"> 1. cobros mensuales a los emprendedores alojados en concepto de alquiler 2. aportaciones de las entidades titulares, y ayudas y subvenciones públicas.

Los viveros manejaron en el año 2014 un presupuesto de gasto de 2.181.670€. El principal gasto (43,6%) proviene de los salarios de los trabajadores, seguido por los gastos

¹⁴⁹ Ver capítulo "9.2.13. Recursos económicos de los viveros".

¹⁵⁰ Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades. No obstante, en el periodo de realización de la tesis se han producido modificaciones en estos coeficientes (en algunos casos se ha pasado a 100 años). Entendemos que para el objeto que se pretende, es preferible mantener los datos que han coexistido con los viveros durante la mayor parte del estudio (2004-2014).

operativos (33,0%) y en tercer lugar por las amortizaciones (23,4%). En cuanto a los ingresos, el 53,8% de los gastos son cubiertos por los alquileres de los emprendedores y el 46,2% a través de subvenciones y/o aportaciones de las entidades titulares. Naturalmente el tamaño del vivero, la plantilla de trabajadores y su oferta de alojamientos y servicios genera que existan diferencias sustanciales por titularidad, provincia y orientación sectorial del vivero, variaciones que han sido estudiadas anteriormente (véase “8.2. Caracterización de los VE en la Comunidad Valenciana”).

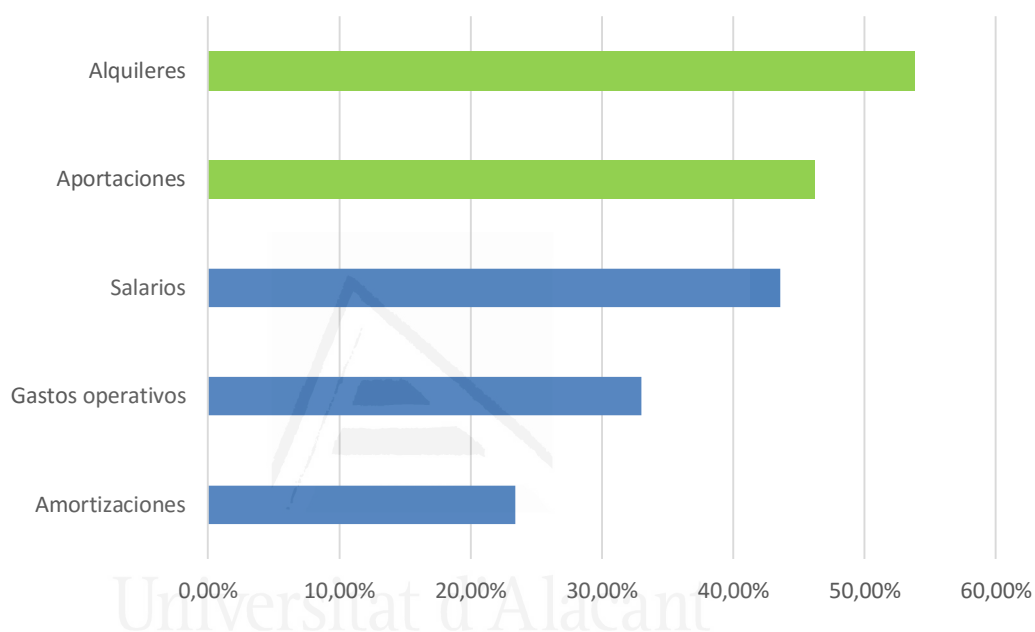


Ilustración 43. Distribución de fuentes de gastos e ingresos de viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014

Fuente: elaboración propia a partir de encuestas y estimaciones

Desde una perspectiva territorial los viveros de la provincia de Alicante son los que más gastos generan, sin embargo, son los que en conjunto menor necesidad de aportaciones públicas requieren para su mantenimiento: el 58,2% de los gastos son cubiertos por los ingresos realizados por los emprendedores, frente al 46,9% de los viveros de la provincia de Valencia y el 40% de Castellón.

En la distribución de egresos, en Valencia se supera el promedio general de gastos de personal (48%), Alicante se sitúa en el promedio (42,8%), mientras que en Castellón es 5 puntos porcentuales inferior al dato general. Los gastos de amortización más altos se detectan en los

viveros de Alicante y Castellón (25,1%), mientras que en Valencia el peso sobre el gasto total es de 7 puntos porcentuales por debajo del promedio general. No obstante, si obtenemos el gasto en amortizaciones promedio por vivero y provincia el mayor esfuerzo se realiza en Castellón con unos gastos anuales de 25.000€ por vivero, seguido por los 16.391€ en Alicante y en Valencia se reduce notablemente a 6.583€ por vivero.

Viveros municipales

El gasto anual de los viveros municipales de la provincia de Alicante es de 333.772€ (con un gasto promedio por vivero de 55.628€), seguido por Castellón con un único vivero computado, el de Vinarós, con 139.000€ de gasto. En Valencia, con el mismo número de viveros que la provincia de Alicante, el gasto total es de 127.172€ y el egreso medio por vivero se reduce considerablemente a 21.195€. Esta gran diferencia estriba en los gastos de amortización de los viveros: en Alicante el 30% de los ingresos se destinan a hacer frente a los gastos de amortización¹⁵¹ de los edificios, como es el caso del vivero Príncipe Felipe de Alicante, construido en 2013 con un coste de 3.000.000 de euros (financiado al 100% por el Fondo Estatal para la Inversión Local), mientras que en Valencia el gasto de amortización solo representa el 6,1%, debido a que todos los viveros se localizan en inmuebles municipales reconvertidos en viveros.

Respecto a los gastos del personal del vivero, principal partida presupuestaria en Alicante (38,8%) y especialmente en Valencia (61,4%), el gasto promedio en Alicante es de

¹⁵¹ A este respecto, indicamos que hemos realizado un ejercicio de homogeneización de la información. Siendo cierto que buena parte de los ayuntamientos y entidades públicas no incorporan el capítulo de amortizaciones a sus balances, concepto íntimamente ligado a las empresas cuya finalidad es evaluar una cuenta de resultados y un balance que refleje el resultado de su operativa mercantil; esto se justifica porque en el caso de las entidades públicas su finalidad no es crematística. No obstante, independientemente de que se computen o no a efectos de la contabilidad pública, el hecho de la depreciación/degradación de los activos existe, y por ello entendemos que es lógico computarlos a efectos de hacer una valoración más precisa. Entendemos alejado de la realidad no tener en cuenta este hecho, ni siquiera porque “esto no lo hemos financiado con recursos propios, sino con una subvención”, ya que, si estamos tratando de determinar una rentabilidad social computando impactos indirectos, son precisamente estos efectos colaterales los que hemos de considerar con la finalidad de aproximarnos de la manera más precisa posible a un resultado global.

21.583€ por vivero frente a los 13.013€ de Valencia. Sin embargo, las tasas de ocupación son muy diferentes, en Alicante alcanza el 83,6% mientras que en Valencia es del 54,0%:

- Los viveros municipales de Tavernes de la Valldigna y Picanya en Valencia, con cuatro y tres empresas alojadas, destinan el 82,4% y el 87,9% de los gastos a pagos salariales y sus ingresos provienen principalmente de subvenciones y aportaciones de los ayuntamientos.
- Los viveros de Calpe y Benidorm en Alicante son los que menos gastos tienen de todos los analizados, pero con una sola empresa alojada (en Calpe) y con unos gastos salariales, aunque muy bajos, que representan el 56,4% y el 71,7% respectivamente.
- En el lado opuesto nos encontraríamos con el vivero industrial de San Vicente del Raspeig que, aunque destina el 61% de los ingresos a cubrir los gastos de personal, registra una tasa de ocupación superior al 80%.

Pero donde se detecta la principal diferencia entre los viveros municipales alicantinos y valencianos es en la procedencia de los ingresos. En ambos casos podemos observar que sin aportaciones públicas los viveros no son viables económicamente: las aportaciones propias y/o públicas en Alicante representa el 37,8% del total de gastos, mientras que en Valencia se incrementa notablemente hasta alcanzar el 83,4%. En la provincia de Alicante únicamente los viveros de Calpe y Benidorm son más dependientes de las aportaciones (76,3% y 100% respectivamente) que en el resto de viveros, mientras que en Valencia el vivero de Manises, con unas aportaciones por parte del ayuntamiento del 25,8% del total de gastos, es el único que muestra menor dependencia de los seis censados.

Cámaras de comercio

También hay disparidades entre en los viveros de las cámaras de comercio de Alicante y Valencia: en Alicante el gasto anual promedio por vivero es de 49.825€, mientras que en Valencia se reduce a 29.030€. Pero a diferencia de los viveros municipales, los gastos de amortización son la principal partida de gasto en ambos territorios: en Alicante es del 41,1% (sobre todo por los

costes de construcción de los viveros industriales de Ibi y Mutxamel) y en Valencia del 34%, destacando sobre el resto los viveros de Gandía y Paterna.

Respecto a los gastos de personal, el gasto promedio por vivero en Alicante es de 17.261€, duplicando prácticamente el registrado en Valencia, que se reduce a 9.250€. Sin embargo, en las tasas de ocupación se observa un fenómeno inverso al registrado en los viveros municipales: en Alicante es del 51,5% mientras que en Valencia se incrementa hasta el 81,7%.

En los viveros de Alcoy, Finestrat y Orihuela de la provincia de Alicante y en los de Gandía y Sagunto en Valencia el gasto en personal se sitúa por encima del promedio general, pero con tasas de ocupación superiores al 90%, excepto en Alcoy con una tasa del 61,5% y sobre todo en Orihuela con la tasa de ocupación más baja de todos los viveros de las cámaras de comercio.

A diferencia de los viveros municipales, los de las cámaras de comercio también son dependientes de ayudas públicas, pero en menor medida: en Alicante el 61,8% de los ingresos procede de los pagos realizados por los emprendedores y en el caso de los viveros industriales de Ibi y Mutxamel alcanza prácticamente para cubrir el 100% de los gastos, y en Valencia la aportación de los emprendedores es del 54,2%, incrementándose por encima del 70% en Ontinyent y Valencia.

CEEIs

En los CEEIs no se observan diferencias notables entre los cuatro incluidos en el estudio, aunque cabe destacar un mayor gasto en personal registrado en el CEEI de Valencia (66.500€).

Universitarios

Los viveros universitarios son los que destinan más fondos a cubrir los gastos de personal (61,6%), principalmente porque sus gastos de amortización son mínimos (exceptuando la Fundación Quorum). En general son los que cubren mejor sus necesidades a partir de los ingresos de los emprendedores. No obstante, hay que destacar que los viveros universitarios parten con unas condiciones presupuestarias y de recursos técnicos y humanos muy superiores a la del resto de tipologías. En las entrevistas realizadas a los responsables de la Fundación Quorum y de la

Fundación Parque Científico de Alicante se destacó que los ingresos computados como alquileres de emprendedores no sólo incluían a emprendedores en fase inicial, sino que sobre todo procedían de empresas consolidadas y de empresas egresadas del proceso de incubación, pero alojadas en el parque científico o vinculadas a la propia fundación, como en el caso de la Fundación Parque Científico de Alicante, no diferenciando en su contabilidad la procedencia de los ingresos.

Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014 (euros y % sobre gastos)

Viveros		Gastos y amortización inversiones						Ingresos				
		Personal		Operativo		Amortiz.		Total	Aloja.		Aporta. /sub. ¹⁵²	
		€	%.	€	%.	€	%.	€	€	%.	€	%.
Alicante	Ayto.	129.498	38,8	100.179	30,0	104.095	31,2	333.772	207.709	62,2	126.063	37,8
	C. Com.	155.350	34,6	108.699	24,2	184.381	41,1	448.430	277.260	61,8	171.170	38,2
	CEEI	77.500	41,4	97.000	51,8	12.606	6,7	187.106	75.211	40,2	111.895	59,8
	Univers.	196.905	58,6	112.500	33,5	26.750	8,0	336.155	200.072	59,5	136.083	40,5
	Alicante	559.253	42,8	418.378	32,0	327.832	25,1	1.305.463	760.252	58,2	545.211	41,8
Castellón	Ayto.	48.000	34,5	51.000	36,7	40.000	28,8	139.000	34.637	24,9	104.363	75,1
	C. Come.	24.150	35,9	15.605	23,2	27.500	40,9	67.255	33.600	50,0	33.655	50,0
	CEEI	45.000	48,6	40.000	43,2	7.500	8,1	92.500	51.408	55,6	41.092	44,4
	Castellón	117.150	39,2	106.605	35,7	75.000	25,1	298.755	119.645	40,0	179.110	60,0
Valencia	Ayto.	78.079	61,4	41.380	32,5	7.713	6,1	127.172	21.122	16,6	106.050	83,4
	C. Com.	74.000	31,9	79.315	34,2	78.930	34,0	232.245	125.904	54,2	106.341	45,8
	CEEI	66.500	47,0	60.000	42,4	15.000	10,6	141.500	90.720	64,1	50.780	35,9
	Univers.	57.200	74,7	15.637	20,4	3.698	4,8	76.535	57.539	75,2	18.996	24,8
	Valencia	275.779	48,0	196.332	33,9	105.341	18,1	577.452	295.285	46,9	282.167	53,1
	Ayto.	255.577	42,6	192.559	32,1	151.808	25,3	599.944	263.468	43,9	336.476	56,1
	C. Com.	253.500	33,9	203.619	27,2	290.811	38,9	747.930	436.764	58,4	311.166	41,6

¹⁵² Cantidad que ha de aportar la entidad gestora para equilibrar la cuenta de resultados.

Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014 (euros y % sobre gastos)

Viveros		Gastos y amortización inversiones						Ingresos				
		Personal		Operativo		Amortiz.		Total	Aloja.		Aporta. /sub. ¹⁵²	
		€	%.	€	%.	€	%.	€	€	%.	€	%.
Titularidad	CEEI	189.000	44,8	197.000	46,8	35.106	8,4	421.106	217.339	51,6	254.262	48,4
	Univers.	254.105	61,6	128.137	31,0	30.448	7,4	412.690	257.611	62,4	155.079	37,6
Grupo sectorial	G1 Tecno.	491.105	50,4	376.137	38,6	105.554	11,0	972.796	508.587	52,3	463.209	47,7
	G2 Indust.	91.498	28,0	75.621	23,1	159.579	48,8	326.698	267.948	82,0	58.750	18,0
	G3 Servic.	369.579	41,9	269.557	30,6	243.040	27,6	882.176	397.647	45,1	484.529	54,9
Total		952.182€	43,6%	721.315€	33,0%	508.173€	23,4%	2.181.670€	1.175.182€	53,8%	1.056.984€	46,2%

No se han incluido por no disponer de información los viveros de Espaitec y Creix

Tabla 91. Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014 (euros y % sobre gastos)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (euros)

Viveros	Gastos y amortización inversiones				Ingresos	
	Personal ¹⁵³	Operat.	Amortiza.	Total	Aloj.	Subv. / apr.
CEEI Alcoy	55.000	40.000	5.106	100.106	24.480	75.626
CEEI Castellón	45.000	40.000	7.500	92.500	51.408	41.092
CEEI Elche	22.500	57.000	7.500	87.000	50.731	36.269
CEEI Valencia	66.500	60.000	15.000	141.500	90.720	50.780
Fundación general UA	15.405	12.500	875	28.780	5.472	23.308
Innozone. Parque Científico Alicante	49.400	40.000	875	90.275	41.000	49.275
Fundación Quorum UHM	132.100	60.000	25.000	217.100	153.600	63.500

¹⁵³ En el caso del personal, cuando ha sido necesario, el importe consignado hace referencia a un promedio, ya que en el caso de los viveros municipales, donde pueden existir una o varias personas asignadas directamente a la instalación, puede ser necesaria la aportación de otro personal no directamente vinculado en el propio presupuesto. A los efectos de lograr una mayor precisión en el análisis, se ha incorporado una estimación proporcional del coste de estas participaciones adicionales.

Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (euros)

Viveros	Gastos y amortización inversiones				Ingresos	
	Personal ¹⁵³	Operat.	Amortiza.	Total	Aloj.	Subv. / apor.
Start UPV	57.200	15.637	3.698	76.535	57.539	18.996
V. mun. (Vinalab) Vinarós	48.000	51.000	40.000	139.000	34.637	104.363
V. mun. Elda	22.750	28.817	43.060	94.627	84.000	10.627
V. Ibi (C. C. Alicante)	3.250	12.967	35.265	51.482	51.300	182
V. Mutxamel (C. C. Alicante)	3.250	13.000	26.565	42.815	39.900	2.915
V. mun. San Vicente del Raspeig	27.248	6.837	10.572	44.657	29.748	14.909
V. mun. 'Príncipe Felipe' Alicante	35.000	14.000	44.118	93.118	63.000	30.118
V. mun. Tavernes de la Valldigna	32.000	6.102	717	38.819	3.456	35.363
V. mun. Alquería de Moret (Picanya)	24.150	2.138	1.193	27.481	3.710	23.771
V. mun. Algemesí	3.604	8.002	1.338	12.944	3.600	9.344
V. mun. Calpe	8.000	5.000	1.195	14.195	3.361	10.834
V. mun. "Alicante Emprende"	30.000	43.470	4.636	78.106	27.600	50.506
V. mun. (VEM1) Manises	2.725	8.938	879	12.542	9.306	3.236
V. mun. Buñol	3.500	1.200	1.793	6.493	600	5.893
V. mun. Benidorm	6.500	2.055	514	9.069		9.069
Incub-Cámara (C.C. Alcoy)	28.600	7.330	11.000	46.930	16.980	29.950
V. Denia (C. C. Alicante)	18.200	12.397	25.000	55.597	24.000	31.597
V. Elche (C. C. Alicante)	18.200	10.357	17.500	46.057	21.552	24.505
V. Villena (C. C. Alicante)	18.200	12.997	18.726	49.923	28.776	21.147
V. Finestrat (C. C. Alicante)	18.200	15.637	6.875	40.712	38.376	2.336
V. Torreveja (C. C. Alicante)	18.200	15.637	21.450	55.287	38.376	16.911
V. Villareal (C. C. Castellón)	24.150	15.605	27.500	67.255	33.600	33.655
V. Orihuela (C. C. Orihuela)	29.250	8.377	22.000	59.627	18.000	41.627
V. Gandía (C. C. Valencia)	27.125	14.232	17.688	59.045	25.536	33.509
V. Ontinyent (C. C. Valencia)	1.125	9.797	8.663	19.585	14.364	5.221
V. Paterna (C. C. Valencia)	14.125	12.742	16.253	43.120	24.360	18.760
V. Requena (C. C. Valencia)	1.125	6.681	4.400	12.206	7.980	4.226
V. Sagunto (C. C. Valencia)	14.125	9.334	7.755	31.214	14.364	16.850
V. Torrent (C. C. Valencia)	14.125	10.762	12.705	37.592	19.140	18.452
V. Valencia (C. C. Valencia)	1.125	8.892	7.233	17.250	12.180	5.070

Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (euros)

Viveros	Gastos y amortización inversiones				Ingresos	
	Personal ¹⁵³	Operat.	Amortiza.	Total	Aloj.	Subv. / apor.
V. Xativa (C. C. Valencia)	1.125	6.875	4.235	12.235	7.980	4.255
V. mun. Quart de Poblet	12.100	15.000	1.793	28.893	450	28.443
Total	952.182	721.315	508.173	2.181.670	1.175.182	1.006.488

No se han incluido por no disponer de información los viveros de Espaitec y Creix

Tabla 92. Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (euros)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (% sobre el total de gastos e ingresos)

Viveros	Gastos			Ingresos	
	Personal	Operat.	Amortiza.	Aloj.	Subv. / apor.
CEEI Alcoy	54,9	40,0	5,1	24,5	75,5
CEEI Castellón	48,6	43,2	8,1	55,6	44,4
CEEI Elche	25,9	65,5	8,6	58,3	41,7
CEEI Valencia	47,0	42,4	10,6	64,1	35,9
Fundación general UA	53,5	43,4	3,0	19,0	81,0
Innozone. Parque Científico Alicante	54,7	44,3	1,0	45,4	54,6
Fundación Quorum UHM	60,8	27,6	11,5	70,8	29,2
Start UPV	74,7	20,4	4,8	75,2	24,8
V. mun. (Vinalab) Vinarós	34,5	36,7	28,8	24,9	75,1
V. mun. Elda	24,0	30,5	45,5	88,8	11,2
V. Ibi (C. C. Alicante)	6,3	25,2	68,5	99,6	0,4
V. Mutxamel (C. C. Alicante)	8,1	25,3	66,6	93,2	6,8
V. mun. San Vicente del Raspeig	61,0	15,3	23,7	66,6	33,4
V. mun. Príncipe Felipe de Alicante	37,6	15,0	47,4	67,7	32,3
V. mun. Tavernes de la Valldigna	82,4	15,7	1,8	8,9	91,1

Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (% sobre el total de gastos e ingresos)

Viveros	Gastos			Ingresos	
	Personal	Operat.	Amortiza.	Aloj.	Subv. / apor.
V. mun. Alquería de Moret (Picanya)	87,9	7,8	4,3	13,5	86,5
V. mun. Algemesí	27,8	61,8	10,3	27,8	72,2
V. mun. Calpe	56,4	35,2	8,4	23,7	76,3
V. mun. "Alicante Emprende"	38,4	55,7	5,9	35,3	64,7
V. mun. (VEM1) Manises	21,7	71,3	7,0	74,2	25,8
V. mun. Buñol	53,9	18,5	27,6	9,2	90,8
V. mun. Benidorm	71,7	22,7	5,7		100,0
Imcub-Cámara (C.C. Alcoy)	60,9	15,6	23,4	36,2	63,8
V. Denia (C. C. Alicante)	32,7	22,3	45,0	43,2	56,8
V. Elche (C. C. Alicante)	39,5	22,5	38,0	46,8	53,2
V. Villena (C. C. Alicante)	36,5	26,0	37,5	57,6	42,4
V. Finestrat (C. C. Alicante)	44,7	38,4	16,9	94,3	5,7
V. Torreveja (C. C. Alicante)	32,9	28,3	38,8	69,4	30,6
V. Villareal (C. C. Castellón)	35,9	23,2	40,9	50,0	50,0
V. Orihuela (C. C. Orihuela)	49,1	14,0	36,9	30,2	69,8
V. Gandía (C. C. Valencia)	45,9	24,1	30,0	43,2	56,8
V. Ontinyent (C. C. Valencia)	5,7	50,0	44,2	73,3	26,7
V. Paterna (C. C. Valencia)	32,8	29,6	37,7	56,5	43,5
V. Requena (C. C. Valencia)	9,2	54,7	36,0	65,4	34,6
V. Sagunto (C. C. Valencia)	45,3	29,9	24,8	46,0	54,0
V. Torrent (C. C. Valencia)	37,6	28,6	33,8	50,9	49,1
V. Valencia (C. C. Valencia)	6,5	51,5	41,9	70,6	29,4
V. Xativa (C. C. Valencia)	9,2	56,2	34,6	65,2	34,8
V. mun. Quart de Poblet	41,9	51,9	6,2	1,6	98,4
Total	46,3	33,0	23,4	53,8	46,2

No se han incluido por no disponer de información los viveros de Espaitec y Creix

Tabla 93. Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (% sobre el total de gastos e ingresos)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

9.5. Medición de la rentabilidad económica y social de los viveros de empresas

En el análisis de la cuenta de resultados ha quedado demostrado que sin las aportaciones de las propias entidades titulares de los viveros y sin ayudas y subvenciones públicas ningún vivero puede equilibrar sus cuentas. Esto no debería de llamar la atención, puesto que una de las ventajas (pero, como hemos visto, no debe ser la principal) de los viveros es ofrecer unas instalaciones a bajo coste para los usuarios, lo que implica llevar a precio de mercado o por debajo de éste, el coste repercutido a los usuarios. Además, se trata de organismos públicos (el 38,5% de los viveros son de titularidad pública –universidades y ayuntamientos– y el 61,5% son entidades privadas –cámaras de comercio y CEEIs–) pero que en su construcción, gestión y mantenimiento han requerido o requieren en la actualidad de ayudas públicas. Como indicábamos anteriormente, no están dirigidos a obtener beneficios económicos, ya que son organismos sin ánimo de lucro, pero sí a tratar que su actividad no genere un coste innecesario a las arcas de las administraciones públicas. Como hemos visto, se trata de que generen una acción que de manera indirecta permita devolver a la sociedad los recursos invertidos vía fiscalidad.

En este sentido aplicar un modelo de evaluación de la rentabilidad contemplado desde una perspectiva meramente económica parece que no resultaría aconsejable¹⁵⁴ debido a que, exceptuando los viveros de pequeño tamaño surgidos como alternativas o servicios complementarios de apoyo al emprendimiento (sobre todo de los viveros de titularidad y gestión municipal), en el resto de casos no hubieran podido ser realizables sin ayudas públicas. Hemos considerado necesario centrar la atención en una evaluación global de sus resultados partiendo del cálculo de los gastos o recursos económicos disponibles por las entidades para mantener la operatividad del vivero, considerando las aportaciones realizadas por los emprendedores en concepto de alojamiento, más las ayudas y subvenciones públicas, y unos ingresos indirectos, en

¹⁵⁴ Ver apartado “6.8.6. Concepto de rentabilidad social”.

este caso fiscales, que repercuten directamente en el conjunto de las administraciones públicas y colateralmente en los viveros. Partiendo de este modelo de evaluación de rentabilidad económica se tratará de evaluar el resultado obtenido en cada vivero a partir de la diferencia entre gastos e ingresos para conseguir agregadamente un resultado final de rendimiento social, considerando los gastos/costes necesarios para el funcionamiento de los viveros y los ingresos que de manera directa e indirecta se generan vía fiscal a partir de las actividades directas (funcionamiento propio de los VE) e indirectas (impacto de las empresas alojadas).

A continuación, desglosamos los conceptos que se incluyen en el cálculo de la rentabilidad social:

Gastos/Costes

Como gastos o recursos destinados se consideran las aportaciones públicas necesarias para el funcionamiento de los viveros y estas se materializan a través de los recursos económicos aportados por las entidades titulares en tres partidas:

- Asunción de las amortizaciones¹⁵⁵ anuales de los inmuebles donde se localiza el vivero.
- Subvenciones y ayudas públicas aportadas por las propias entidades para el desarrollo de la actividad (suministros, personal, gastos diversos de funcionamiento, etc.).
- Aportaciones que las entidades realizan para equilibrar el desfase entre ingresos y gastos operativos de los VE.

Ingresos

¹⁵⁵ Incorporamos necesariamente este concepto de amortizaciones, aunque, como hemos indicado con anterioridad, no se incluya en presupuestos por parte de algunas entidades al entender no procedente esta inclusión 'por tratarse de entidades sin ánimo de lucro'. No obstante lo anterior, entendemos que esto debe hacerse así puesto que la obsolescencia de los bienes y por tanto lo que motiva la necesidad de su capitalización (dotación de las amortizaciones) está plenamente vigente.

Como ingresos se consideran los que las entidades, y a su vez las administraciones públicas en su conjunto (Hacienda, Seguridad Social, principalmente¹⁵⁶), obtienen de la actividad desarrollada en los viveros a través de los ingresos fiscales y de cotizaciones a la Seguridad Social, tanto de los trabajadores de los viveros como de los emprendedores y sus empleados alojados:

- **Impuesto de la Renta de las Personas Físicas (IRPF)** aplicado a los trabajadores de los viveros¹⁵⁷, a los emprendedores no constituidos como sociedades y a los empleados de los emprendedores a partir del salario bruto mensual, consignado en las encuestas y siguiendo los tramos de deducción indicados por la Agencia Tributaria para el año 2014. Es necesario destacar que la principal limitación de aplicar el IRPF radica que en las entrevistas a gerentes y emprendedores no se solicitaba información sobre si cumplían con algunas de las circunstancias familiares o personales que podrían alterar el tipo marginal real a pagar por rendimientos de su actividad económica.
- **Seguridad Social.** En las cotizaciones a la Seguridad Social hay que diferenciar dos tipos de cotizantes:

(1) Los que cotizan a través del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (98,3% de los emprendedores alojados), a los que se les ha aplicado la base de cotización mínima de 264,4€ al entenderse que son actividades de nueva creación y que, por lo

¹⁵⁶ Somos plenamente conscientes de que existen otros impactos de la actividad emprendedora de las empresas de los viveros, derivados, por ejemplo, de los ingresos generados para las arcas públicas municipales a través del IVTM que se puede generar desde el comienzo de la actividad o de otros como el ICIO o el IBI que se generan una vez la empresa ha abandonado la incubadora. Pero hemos considerado que, habida cuenta de la imposibilidad de obtener información fiable al respecto (a través de las empresas egresadas) y de su impacto en el resultado final, a vista del análisis realizado hasta el momento, era preferible referenciarlo pero no agregarlo como parte del estudio.

¹⁵⁷ En el cálculo de la cuota a pagar por parte de los gerentes y trabajadores de los viveros se ha aplicado el criterio de proporcionalidad sobre la dedicación de tiempo destinado al vivero. Como se señala en el apartado “5.1.6. Recursos humanos vinculados al vivero”, el 48,4% de los trabajadores se dedica a tiempo completo frente al 51,6% que dedica parte de su jornada laboral a la realización de otras actividades en las entidades para las que trabajan.

tanto, el emprendedor persigue minimizar costes. No obstante, hay que destacar que se decidió no aplicar en el cálculo la tarifa plana para autónomos aprobada en el año 2013¹⁵⁸, que reduce notablemente la aportación a la Seguridad Social (55,78€ los primeros seis meses, 134,06€ del mes siete al doce y 186,25€ del mes trece al dieciocho), porque los requisitos que se exigían para beneficiarse de la tarifa plana sufrieron cambios en su aplicación hasta entrar en vigor la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, en la que se modificaron dos requisitos: no haber estado dado de alta como autónomo en los cinco años anteriores y no emplear trabajadores por cuenta ajena, requisitos que sólo cumplía el 6% de los emprendedores. Se ha mantenido de esta manera a los efectos de obtener un resultado más estable a largo plazo.

(2) El resto de trabajadores tanto de los viveros como los empleados por los emprendedores cotizan en el régimen general de la Seguridad Social, aplicándoles un porcentaje medio de cotización del 6,3% sobre su salario.

- **Ingresos adicionales.** Son las aportaciones directas de las entidades a partir de la explotación de otras actividades desarrolladas en las incubadoras: alquiler de espacios comunes a empresas y organismos, organización de eventos, servicios de consultoría, etc.

Las limitaciones del modelo expuesto surgen sobre todo al no poder recabar información tanto de los gerentes y/o responsables de los viveros y de los emprendedores encuestados acerca de:

- a. El total de ingresos y gastos de cada uno de los viveros desde el inicio de sus operaciones o desde 2004 (acotación del ámbito de estudio). Solo se dispone de información sobre el año 2014. Tampoco se dispone de

¹⁵⁸ Real Decreto-Ley 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo.

información del total de ingresos fiscales de las empresas egresadas que han sobrevivido posteriormente gracias a su incubación en el vivero.

- b. La facturación de todos los emprendedores alojados en los viveros¹⁵⁹, por lo que no se ha podido computar como ingresos la recaudación del impuesto de sociedades ni la repercusión sobre el IVA¹⁶⁰.
- c. Tampoco ha sido posible obtener información suficiente acerca de los ingresos indirectos generados por los viveros por el arrendamiento o prestación de servicios a terceros no alojados.

En los viveros de la Comunidad Valenciana se destinó en el año 2014 1.006.488€ de recursos públicos para gastos de funcionamiento y dotaciones. Se recaudaron vía fiscal y de cotizaciones a la Seguridad Social para las arcas de las administraciones públicas un total de 2.855.225€, con un resultado positivo de 1.848.737€, o, lo que es lo mismo, utilizando la ratio recursos/ingresos, por cada euro invertido en un VE la Administración ha recibido 2,8€.

Los viveros de la provincia de Alicante son, obviamente, por ser los más numerosos y tener un mayor número de empresas alojadas, los que mayores ingresos generan y, por lo tanto, mejores resultados obtienen. Sin embargo, aplicando un indicador comparativo como es la ratio recursos/ingresos observamos en la *Tabla 94. Resultado de recursos e ingresos generados por la actividad de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial en el año 2014* cómo es la provincia de Valencia la que mejor resultado, en conjunto obtiene, con 3,6€ por cada euro invertido frente a 2,8€ en Alicante y 1,9€ en Castellón. También comparando la procedencia de los ingresos, Valencia obtiene un mejor rendimiento, debido a que el 95,1% de sus ingresos es generado por los emprendedores frente al 93% de Castellón y al

¹⁵⁹ Sólo el 21,3% de los emprendedores aportó información sobre su facturación en el año 2014, además un 30,8% indicó no haber facturado en el año en curso.

¹⁶⁰ Siendo conscientes del papel que las empresas juegan a la hora de ser 'recaudadores' del IVA para la hacienda pública y de acuerdo en esta cuestión con lo referido por Ferreiro (Ferreiro, 2013).

92,6% de Alicante. Pero para obtener una radiografía más exacta de la situación es necesario realizar el análisis por titularidad y orientación sectorial.

Viveros municipales

Los viveros municipales son el segundo grupo más numeroso (13 viveros). Sin embargo, son los que peor resultado ofrecen (231.452€), destacando además que de los siete viveros que han obtenido un resultado negativo seis son municipales. La provincia de Alicante es la única que obtiene un resultado positivo (302.095€), sobre todo por los buenos resultados registrados en los viveros industriales Príncipe Felipe de Alicante y el de Elda, mientras que en dos de sus seis viveros obtiene un resultado negativo: Calpe (-6.157€) y Benidorm (-7.814€).

La provincia de Castellón, con un único vivero municipal en Vinarós, es con diferencia la que peor resultado obtiene del total de viveros analizados (-58.718€), siendo además la que peor distribución de ingresos registra: el 76,5% procede de los emprendedores, cuando el promedio general se sitúa en el 93,4%.

Valencia también registra un resultado negativo (-11.925€) generado por los malos resultados obtenidos en los viveros de Tavernes de la Valldigna, Picanya y Quart de Poblet. Además, y paradójicamente, a excepción de Benidorm, que no tiene empresas alojadas, en Tavernes se observa cómo los ingresos generados por los propios trabajadores del ayuntamiento (58,8%) superan los recaudados por los emprendedores. Los otros tres viveros obtienen resultados positivos, destacando especialmente el de Manises con un resultado de 27.690€ y con un peso del 98,3% de los emprendedores en la procedencia de ingresos.

Cámara de Comercio

Los dieciocho viveros de las diferentes sedes camerales arrojan el mejor resultado por titularidad: 781.644€, positivo en las tres provincias, segunda mejor ratio recursos/ingresos con 3,5€ por cada euro invertido y mejor proporción de ingresos generados, con 95,7% procedente de la actividad de los emprendedores.

La provincia de Valencia con ocho viveros, uno menos que en la provincia de Alicante, obtiene el mejor resultado en los tres indicadores: un resultado de 419.772€, positivo en todos

los viveros analizados, destacando especialmente los viveros de servicios de Gandía, Torrent y Ontinyent, una ratio recurso/ingresos de 4,9€ y una proporción de ingresos generados por emprendedores del 97,5%.

En la provincia de Alicante se registra prácticamente la mitad de los ingresos obtenidos en la provincia de Valencia, pero arrojando igualmente un resultado positivo de 334.545€; destacan sobre el resto, los viveros de servicios de Alcoy, Finestrat y los industriales de Ibi y Mutxamel; como aspecto negativo cabe mencionar el resultado negativo de Orihuela (-19.77€). Castellón, con un único vivero en Villareal, obtiene un resultado positivo de 27.327€, pero con una ratio recursos/ingresos de 1,8, un euro inferior a la media general.

CEEIs

En los CEEIs no se observan diferencias notables. Cabe destacar un mejor resultado en el CEEI de Castellón, debido a un mayor número de trabajadores contratados por los emprendedores, que genera una ratio de 5,5€ frente al 1,7 obtenido en el CEEI de Alcoy.

Universitarios

Los viveros universitarios o vinculados a las universidades públicas son proporcionalmente el grupo que mejor resultado obtiene: 427.903€ y una ratio de 3,8€. El vivero de la Universidad Politécnica de Valencia StartUPV es con diferencia el que mejor resultado obtiene de todos los viveros analizados (195.180€), pese a ser uno de los más jóvenes (inaugurado en 2012), de menor superficie, con menos recursos aportados y, junto al vivero de la Fundación General de la Universidad de Alicante, el de mayor proporción de ingresos recaudados por los emprendedores (94,6%).

Orientación sectorial

Por orientación sectorial son los viveros industriales los que aportan un mejor resultado debido a que, destinando únicamente el 6,1% del total de recursos invertidos, obtienen una ratio

de 7,1€ y una proporción de ingresos de 95,3% procedente de los emprendedores. Tanto los tecnológicos como los de servicios obtienen resultados similares en los indicadores utilizados.

Resultado de recursos e ingresos generados por la actividad de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial en el año 2014

Viveros		Ingresos			Recursos	Resultado	Ratio = Ingresos/Recursos
		€	% Trab.	% Emp.	€	€	
Alicante	Ayto.	428.157	6,7	93,3	126.063	302.095	3,4€
	C. Com.	505.715	5,9	94,1	171.170	334.545	3,0€
	CEEI	235.410	6,1	93,9	111.895	123.515	2,1€
	Univers.	368.806	11,1	88,9	136.083	232.723	2,7€
	Alicante	1.538.088	7,4	92,6	545.211	992.877	2,8€
Castellón	Ayto.	45.645	23,5	76,5	104.363	-58.718	0,4€
	C. Come.	60.982	7,1	92,9	33.655	27.327	1,8€
	CEEI	226.228	3,6	96,4	41.092	185.136	5,5€
	Castellón	332.855	7,0	93,0	179.110	153.745	1,9€
Valencia	Ayto.	94.125	17,2	82,8	106.050	-11.925	0,9€
	C. Com.	52.6113	2,5	97,5	106.341	419.772	4,9€
	CEEI	149.869	7,9	92,1	50.780	99.089	3,0€
	Univers.	214176	5,4	94,6	18.996	195180	11,3€
	Valencia	834.414	4,9	95,1	231.387	603.027	3,6€
Titularidad	Ayto.	567.928	9,8	90,2	336.476	231.452	1,7€
	C. Com.	1.092.810	4,3	95,7	311.166	781.644	3,5€
	CEEI	611.507	5,5	94,5	203.767	407.740	3,0€
	Univers.	582.982	9,0	91,0	155.079	427.903	3,8€
Grupo sectorial	G1 Tecno.	1.240.132	7,9	92,1	463.209	776.923	2,7€
	G2 Indust.	418.962	4,7	95,3	58.750	360.212	7,1€
	G3 Servic.	1.196.130	6,0	94,0	484.529	711.602	2,5€
Total		2.855.226€	6,6%	93,4%	1.006.488€	1.848.738€	2,8€

No se han incluido por no disponer de información los viveros de Espaitec y Creix

Tabla 94. Resultado de recursos e ingresos generados por la actividad de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial en el año 2014
Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Resultado de recursos e ingresos por la actividad de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Ingresos			Recursos	Resultado	(€) Ratio = ingresos/recursos
	€	% trab.	% emp.	€	€	
CEEI Alcoy	127.736	8,1	91,9	75.626	52.110	1,7
CEEI Castellón	226.228	3,6	96,4	41.092	185.136	5,5
CEEI Elche	107.674	3,8	96,2	36.269	71.405	3,0
CEEI Valencia	149.869	7,9	92,1	50.780	99.089	3,0
Fundación general UA	66.249	5,4	94,6	23.308	42.941	2,8
Parque Científico Alicante	128.320	8,3	91,7	49.275	79.045	2,6
Fundación Quorum UHM	174.237	15,4	84,6	63.500	110.737	2,7
Start UPV	214.176	5,4	94,6	18.996	195.180	11,3
V. mun. (Vinalab) Vinarós	45.645	23,5	76,5	104.363	-58.718	0,4
V. mun. Elda	131.726	3,9	96,1	10.627	121.099	12,4
V. Ibi (C. C. Alicante)	57.955	1,1	98,9	182	57.774	319,0 ¹⁶¹
V. Mutxamel (C. C. Alicante)	47.342	1,3	98,7	2.915	44.427	16,2
V. mun. San Vicente del Raspeig	21.083	23,2	76,8	14.909	6.174	1,4
V. mun. 'Príncipe Felipe' Alicante	160.856	5,3	94,7	30.118	130.738	5,3
V. mun. Tavernes de la Valldigna	13.229	58,8	41,2	35.363	-22.134	0,4
V. mun. Alquería de Moret (Picanya)	9.502	44,0	56,0	23.771	-14.269	0,4
V. mun. Algemesí	22.469	3,1	96,9	9.344	13.125	2,4
V. mun. Calpe	4.677	32,2	67,8	10.834	-6.157	0,4
V. mun. "Alicante Emprende"	108.561	6,7	93,3	50.506	58.055	2,1
V. mun. (VEM1) Manises	30.926	1,7	98,3	3.236	27.690	9,6€
V. mun. Buñol	9.301	7,3	92,7	5.893	3.408	1,6€
V. mun. Benidorm	1.255	100,0		9.069	-7.814	0,1€
Incub-Cámara (C.C. Alcoy)	112.435	4,4	95,6	29.950	82.485	3,8€

¹⁶¹ Este vivero ha de considerarse un mero espacio de arrendamiento, ya que no conlleva aparejados gastos derivados de la prestación de servicios a los usuarios.

Resultado de recursos e ingresos por la actividad de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014

Viveros	Ingresos			Recursos	Resultado	(€) Ratio = ingresos/recursos
	€	% trab.	% emp.	€	€	
V. Denia (C. C. Alicante)	39.756	8,4	91,6	31.597	8.159	1,3€
V. Elche (C. C. Alicante)	25.540	13,0	87,0	24.505	1.035	1,0€
V. Villena (C. C. Alicante)	52.767	6,3	93,7	21.147	31.620	2,5€
V. Finestrat (C. C. Alicante)	73.985	4,5	95,5	2.336	71.649	31,7€
V. Torreveija (C. C. Alicante)	73.985	4,5	95,5	16.911	57.074	4,4€
V. Villareal (C. C. Castellón)	60.982	7,1	92,9	33.655	27.327	1,8€
V. Orihuela (C. C. Orihuela)	21.950	32,4	67,6	41.627	-19.677	0,5€
V. Gandía (C. C. Valencia)	221.568	2,2	97,8	33.509	188.059	6,6€
V. Ontinyent (C. C. Valencia)	62.562	0,3	99,7	5.221	57.342	12,0€
V. Paterna (C. C. Valencia)	61.399	4,0	96,0	18.760	42.639	3,3€
V. Requena (C. C. Valencia)	16.081	1,4	98,6	4.226	11.855	3,8€
V. Sagunto (C. C. Valencia)	34.491	7,1	92,9	16.850	17.641	2,0€
V. Torrent (C. C. Valencia)	89.980	2,7	97,3	18.452	71.528	4,9€
V. Valencia (C. C. Valencia)	22.427	1,0	99,0	5.070	17.357	4,4€
V. Xátiva (C. C. Valencia)	17.606	1,2	98,8	4.255	13.351	4,1€
V. mun. Quart de Poblet	8.699	27,1	72,9	28.443	-19.744	0,3€
Total	2.855.225	6,6	93,4	1.006.488	1.848.738	2,8€

No se han incluido por no disponer de información los viveros de Espaitec y Creix

Tabla 95. Resultado de recursos e ingresos por la actividad de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014
Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Analizando los resultados obtenidos a partir de la contribución neta por empresas alojadas en cada vivero (Tabla 96. Contribución neta por empresa de los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 ordenado de mayor a menor) observamos, como detallaremos más en profundidad en el contraste de hipótesis, que el hecho de que un vivero cuente con una mayor experiencia en años, tenga una orientación sectorial determinada o un mayor número de empresas alojadas, no repercute necesariamente en una mayor contribución neta en las arcas públicas. En este sentido podemos distribuir, a modo de *ranking*, los viveros en cuatro grandes grupos, atendiendo a su mayor o menor contribución neta por empresa:

(1) Un primer grupo formado por cuatro viveros: el tecnológico universitario StartUPV, el industrial municipal Príncipe Felipe de Alicante y los dos de servicios de la Cámara de Comercio Gandía y Alcoy, que duplican la contribución neta promedio por empresa (5.071€).

(2) El segundo grupo estaría formado por once viveros, que se sitúan en la horquilla por debajo de los 10.000€, pero por encima de la contribución promedio: cinco tecnológicos (Parque Científico de Alicante, CEEI de Castellón, Fundación General de la Universidad de Alicante, Fundación Quorum de la Universidad Miguel Hernández y CEEI de Alcoy), tres industriales (el vivero municipal de Elda y los de la Cámara de Comercio en Ibi y Mutxamel) y tres de servicios (los de Torrent, Ontinyent de la Cámara de Comercio de Valencia y el municipal de Manises).

(3) El tercer grupo, con catorce viveros, está formado por aquellos que han obtenido un resultado positivo, pero por debajo de la contribución promedio. En este caso encontramos los CEEIs de Elche y Valencia, uno industrial y municipal (San Vicente del Raspeig, con una contribución marginal de 617€) y once de servicios, tres de ellos municipales (los de Alicante Emprende, Algemesí y Buñol) y el resto de las cámaras de comercio de Alicante, Valencia y Castellón, excepto el de Orihuela.

(4) Y un cuarto grupo de seis viveros (más el vivero municipal de Benidorm, que no se ha computado al no tener actualmente empresas alojadas) que han obtenido resultados negativos y que, exceptuando el de la Cámara de Comercio de Orihuela y especialmente el municipal y tecnológicos de Vinarós en Castellón (-11.744€), son viveros municipales de servicios: Picanya, Calpe, Quart de Poblet y Tavernes de la Valldigna.

Contribución neta por empresa de los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 ordenado de mayor a menor

Viveros	Empresas alojadas	Contribución por empresa (€)
Start UPV	14	13.941
V. Gandía (C. C. Valencia)	16	11.754
V. mun. 'Príncipe Felipe' Alicante	12	10.895
Imcub-Cámara (C.C. Alcoy)	8	10.311
Parque Científico Alicante	8	9.881
CEEI Castellón	20	9.257

Contribución neta por empresa de los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 ordenado de mayor a menor

Viveros	Empresas alojadas	Contribución por empresa (€)
V. Torrent (C. C. Valencia)	11	6.503
V. Ibi (C. C. Alicante)	9	6.419
V. mun. Elda	19	6.374
V. Ontinyent (C. C. Valencia)	9	6.371
V. Mutxamel (C. C. Alicante)	7	6.347
Fundación general UA	7	6.134
V. mun. (VEM1) Manises	5	5.538
Fundación Quorum UHM	20	5.537
CEEI Alcoy	10	5.211
V. Finestrat (C. C. Alicante)	15	4.777
CEEI Elche	15	4.760
V. mun. "Alicante Emprende"	13	4.466
V. Xativa (C. C. Valencia)	3	4.450
V. mun. Algemesí	3	4.375
CEEI Valencia	23	4.308
V. Torreveja (C. C. Alicante)	15	3.805
V. Paterna (C. C. Valencia)	14	3.046
V. Villena (C. C. Alicante)	11	2.875
V. Valencia (C. C. Valencia)	7	2.480
V. Requena (C. C. Valencia)	5	2.371
V. Sagunto (C. C. Valencia)	8	2.205
V. Villareal (C. C. Castellón)	14	1.952
V. mun. Buñol	2	1.704
V. Denia (C. C. Alicante)	9	907
V. mun. San Vicente del Raspeig	10	617
V. Elche (C. C. Alicante)	7	148
V. mun. Alquería de Moret (Picanya)	3	-4.756
V. Orihuela (C. C. Orihuela)	4	-4.919
V. mun. Calpe	1	-6.157

Contribución neta por empresa de los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 ordenado de mayor a menor

Viveros	Empresas alojadas	Contribución por empresa (€)
V. mun. Quart de Poblet	3	-6.581
V. mun. Tavernes de la Vallidigna	3	-7.378
V. mun. (Vinalab) Vinarós	5	-11.744
V. mun. Benidorm	-	-
Media	368	5.024

No se han incluido por no disponer de información los viveros de Espaitec y Creix

Tabla 96. Contribución neta por empresa de los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 ordenado de mayor a menor

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

9.5.1. Indicador de rentabilidad social

Una vez identificados y valorados monetariamente los recursos e ingresos en los viveros, podemos afirmar que hasta el momento nos hemos permitido demostrar que en menor o mayor medida han contribuido positivamente en la sociedad en el año 2014. El siguiente paso, siguiendo la lógica de la metodología ACB en la que se inspira la presente tesis, es estudiar su rentabilidad utilizando el indicador más adecuado (Ortega Aguaza, 2012): el Valor Actual Neto (VAN). El VAN nos permitirá obtener el valor presente a través de la diferencia entre ingresos derivados de los cobros de los usuarios de los VE y recursos futuros, teniendo en cuenta la inversión inicial para la puesta en marcha del vivero tanto si han recibido o no ayudas económicas a través de fondos y subvenciones públicas, así como los flujos indirectos derivados de los ingresos fiscales de todas las partes implicadas (empresas, empleos y propios trabajadores de los VE). Consideraciones metodológicas para la aplicación del VAN:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

- a) **Vt** = representa los flujos de caja de cada periodo, es decir, las diferencias entre recursos e ingresos. Aquí se consideran tanto los ingresos por parte de los usuarios como las aportaciones vía impuestos.
- b) **Io** = es el valor del desembolso inicial de la inversión: construcción, acondicionamiento y equipamiento de los viveros. En el caso de los viveros con mayor antigüedad se ha actualizado a 2014 el coste de la inversión.
- c) **n** = es el número de periodos (años) de consideración. Se ha considerado un horizonte temporal de 20 años tal y como se sugiere en la Guía del análisis costes- beneficios de los proyectos de inversión 2003 de la UE.
- d) **K** = es la tasa de descuento. La tasa de descuento viene determinada por el Ministerio de Economía, o bien puede utilizarse la tasa marginal social de preferencia temporal que se propone en algunos manuales como el de la Guía del análisis costes- beneficios de los proyectos de inversión, en la que se establece para el periodo 2007-2013 una tasa del 5,5% para los países de Cohesión y del 3,5% en el resto (Ministerio de Fomento, Gobierno de España, 2013).
- e) Se ha considerado que la tasa de ocupación, el personal que trabaja en los viveros y en las empresas alojadas así como los precios de alojamiento y los gastos operativos se mantienen constantes en los 20 años siguientes (tomando como referencia los resultados medios obtenidos para 2014), siendo ésta la principal limitación del modelo expuesto, debido entre otros motivos a que en algunos viveros ya se observan resultados negativos en el año 2014 por una baja o nula ocupación, como es el caso del vivero de Benidorm.

Rentabilidad de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana (VAN) 2014

Viveros	(1) VAN (con sub.)	(2) VAN (sin sub.)
Start UPV	2.066.217	2.036.633
CEEI Castellón	2.032.442	1.612.442
V. Gandía (C. C. Valencia)	1.822.881	832.381
Fundación Quorum UHM	1.323.344	-949.156
V. mun. 'Príncipe Felipe' Alicante	1.262.373	-1.437.627
Parque científico de Alicante	874.618	874.618
CEEI Valencia	824.151	-15.849
Incub-Cámara (C.C. Alcoy)	809.730	105.730
CEEI Elche	673.316	253.316
V. Finestrat (C. C. Alicante)	636.228	306.228
CEEI Alcoy	549.928	218.254
V. Torrent (C. C. Valencia)	549.865	-161.615
V. Ontinyent (C. C. Valencia)	477.354	-7.746
Fundación General UA	443.161	443.161
V. mun. "Alicante Emprende"	322.897	322.897
V. mun. (VEM1) Manises	260.579	260.579
V. Torreveja (C. C. Alicante)	167.251	-1.033.949
V. mun. Algemés	156.844	49.772
V. Paterna (C. C. Valencia)	119.496	-790.644
V. mun. San Vicente del Raspeig	73.779	-645.106
V. Xativa (C. C. Valencia)	57.904	-179.256
V. Mutxamel (C. C. Alicante)	51.317	-668.083
V. Requena (C. C. Valencia)	36.073	-210.327
V. Valencia (C. C. Valencia)	33.845	-371.175
V. Sagunto (C. C. Valencia)	24.697	-409.583
V. mun. Elda	-16.869	-1.480.919
V. mun. Buñol	-102.712	-102.712
V. mun. Benidorm	-134.492	-134.492

Rentabilidad de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana (VAN) 2014

Viveros	(1) VAN (con sub.)	(2) VAN (sin sub.)
V. mun. Calpe	-169.181	-169.181
V. mun. Alquería de Moret (Picanya)	-170.523	-265.962
V. Villena (C. C. Alicante)	-221.375	-1.120.244
V. Ibi (C. C. Alicante)	-244.801	-1.707.581
V. mun. Tavernes de la Valldigna	-287.456	-321.872
V. Denia (C. C. Alicante)	-302.499	-1.902.499
V. Villareal (C. C. Castellón)	-333.430	-1.873.430
V. mun. Quart de Poblet	-379.390	-379.390
V. Elche (C. C. Alicante)	-533.629	-1.387.629
V. Orihuela (C. C. Orihuela)	-763.148	-1.995.148
V. mun. (Vinalab) Vinarós	-1.661.708	-3.901.708
Total	10.329.080	-16.306.869

No se han incluido por no disponer de información los viveros de Espaitec y Creix

*Tabla 97. Rentabilidad de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana (VAN) 2014
Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas*

A partir de la información proporcionada por los responsables de los viveros, la obtenida en los registros de la propiedad y en la información pública de los proyectos FEDER para la Comunidad Valenciana y otros programas como el Fondo Estatal para el Empleo y la Sostenibilidad Local, el Fondo Estatal para la Inversión Local, el Plan Especial de Apoyo para la Inversión Pública de la Generalitat Valenciana, etc., se ha conseguido estimar cuál ha sido la inversión inicial necesaria, actualizando a diciembre de 2014 el valor de las inversiones realizadas con anterioridad, como son los casos de los CEEIs que iniciaron su actividad en la década de los 90 del pasado siglo, para construir, acondicionar y/o equipar los 39 viveros de la Comunidad Valenciana incluidos en este análisis. Esta cifra alcanza un montante de 38.399.984€.

En la Tabla 97 se ha realizado un doble cálculo del VAN ya que por un lado se han tenido en cuenta las ayudas conseguidas (columna VAN con subvenciones externas a la entidad

promotora) y por otro se han obviado las subvenciones recibidas (columna VAN sin subvenciones externas a la entidad promotora de la incubadora) por las distintas administraciones y programas europeos (ver apartado “9.2.13 Recursos económicos de los viveros”)¹⁶². Detrayendo las subvenciones provenientes de distintas fuentes, podemos aislar la inversión inicial realizada por las entidades titulares de los viveros a 11.764.335€ (30% del total de las inversiones). En este caso, se ofrece un resultado conjunto del VAN de 10.329.080€. Incluso en los viveros tecnológicos, reduciendo el periodo de consideración a tres años el resultado sería positivo¹⁶³.

Antes de concluir si socialmente son o no rentables los VE, se debe destacar que, de los 39 viveros incluidos en el estudio, 14 no obtendrían un VAN positivo, frente a los 7 que han obtenido un resultado negativo en la cuenta de resultados de recursos e ingresos (Tabla 95) en el año 2014: los seis municipales de Picanya, Calpe, Quart de Poblet, Tavernes de la Valldigna, Vinarós y Benidorm, y el de la Cámara de Comercio de Orihuela.

Esto nos conduce a realizar un análisis en detalle preguntándonos (Tabla 98) si una mayor aportación de recursos económicos disponibles, tanto públicos como privados (ingresos del vivero por alojamientos), generará una mayor recaudación fiscal (diferenciaremos para ello entre los ingresos recaudados por los propios trabajadores de los viveros –ingresos fiscales 1– y los recaudados por la actividad de los emprendedores alojados –ingresos fiscales 2–) y un resultado positivo a partir de los datos obtenidos en el año 2014.

El análisis de correlación (Tabla 98) entre los recursos públicos invertidos en los viveros y los ingresos fiscales totales ofrece un coeficiente de Pearson de 0,354 con un nivel de significatividad del 0,029, inferior al 0,005, lo que refleja una correlación entre débil y moderada

¹⁶² Seguimos este desglose en coherencia con el desarrollo del método de cálculo y porque además se aconseja desde la NBIA (National Business Innovation Association).

¹⁶³ Como se puede comprobar en la Tabla 97, si en el cálculo del VAN incluimos las ayudas públicas de otras entidades en la inversión inicial el resultado obtenido lógicamente es negativo (-16.306.869 euros). Esto no obsta a que once viveros, seis alicantinos, uno castellanense y cinco valencianos, obtengan un resultado positivo: StartUPV, CEEI Castellón, Parque Científico de Alicante, Fundación General de la UA, Gandia (Cámara de Comercio de Valencia), CEEI Elche, Finestrat (Cámara de Comercio de Alicante), CEEI Alcoy y los viveros municipales de Alicante Emprende, Manises y Algemesí.

entre las variables. Además ésta se produce sobre todo por el efecto de los ingresos fiscales recaudados por los propios trabajadores de los viveros (0,714) con un nivel de significatividad del 0,01 y no por los ingresos de los emprendedores con una correlación aún más débil (0,297) y sin significatividad estadística.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Correlaciones estadísticas entre los recursos aportados, ingresos fiscales y resultados en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014

		Recursos públicos	Recursos privados	Ingresos fiscales (1)	Ingresos fiscales (2)	Ingresos fiscales (t)	Resultado
Recursos públicos	Correlación de Pearson	1	0,300	0,714**	0,297	0,354*	0,006
	Sig. (bilateral)		0,071	0,000	0,074	0,029	0,970
	N	38	37	38	37	38	38
Recursos privados (alojamientos)	Correlación de Pearson	0,300	1	0,751**	0,599**	0,632**	0,560**
	Sig. (bilateral)	0,071		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	37	37	37	37	37	37
Ingresos fiscales (1)	Correlación de Pearson	0,714**	0,751**	1	0,524**	0,588**	0,363**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000		0,001	0,000	0,025
	N	38	37	38	37	38	38
Ingresos fiscales (2)	Correlación de Pearson	0,297	0,599**	0,524**	1	0,998**	0,950**
	Sig. (bilateral)	0,074	0,000	0,001		0,000	0,000
	N	37	37	37	37	37	38
Ingresos fiscales (t)	Correlación de Pearson	0,354*	0,632**	0,588**	0,998**	1	0,938**
	Sig. (bilateral)	0,029	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	38	37	38	37	38	38
Resultado 2014	Correlación de Pearson	0,006	0,560**	0,363**	0,950**	0,938**	1
	Sig. (bilateral)	0,970	0,000	0,025	0,000	0,000	
	N	38	37	38	38	38	38

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). * La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 98. Correlaciones estadísticas entre los recursos aportados, ingresos fiscales y resultados en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014

Como es de esperar al correlacionar los recursos públicos destinados con el resultado de recursos e ingresos, el coeficiente es exiguo (0,006); además, en la correlación del VAN entre recursos públicos e ingresos proyectado a 20 años es aun más débil y de signo negativo. Sin embargo, si realizamos el análisis de correlación entre los recursos privados, a partir de los ingresos recaudados principalmente por alojamientos de los emprendedores, y los ingresos fiscales que recaudan las administraciones públicas por la actividad de los emprendedores observamos que el coeficiente de correlación ofrece un mejor resultado (0,599 con un nivel de significatividad del 0,01) que la anterior correlación.

Análisis de regresión de recursos económicos públicos y privados-ingresos fiscales totales

Recursos económicos públicos-ingresos fiscales totales

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,354(a)	,125	,101	20906,853

a Variables predictoras: (Constante), recursos públicos

Coefficientes(a)

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
1	(Constante)	45610,487	14896,741		3,062	0,004
	Recursos públicos	1,017	0,448	0,354	2,271	0,029

a Variable dependiente: ingresos fiscales totales

Recursos económicos privados-ingresos fiscales totales

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
2	,632(a)	,399	,382	22590,389

a Variables predictoras: (Constante), recursos privados

Coefficientes(a)

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
2	(Constante)	32391,632	11737,471		2,760	0,009
	Recursos privados	1,388	0,288	0,632	4,823	0,000

a Variable dependiente: ingresos fiscales totales

*Tabla 99. Análisis de regresión de recursos económicos públicos y privados-ingresos fiscales totales
Fuente: elaboración propia*

Posteriormente, y través del análisis de regresión lineal, no se puede confirmar que con una mayor aportación de dinero público en los viveros se obtenga una mayor recaudación fiscal, ya que el modelo de regresión solo explica el 12,5% de los casos, mientras que en el modelo “recursos privados-ingresos fiscales” la probabilidad se incrementa al 39,9%, lo que sugiere que a mayor aportación de ingresos privados la recaudación obtenida se incrementará.

Tomando en conjunto los 39 viveros obtendríamos un resultado positivo en la relación recursos-ingresos (Tabla 95) así como en el indicador de rentabilidad (VAN) a 20 años (Tabla 97), pero esto no implica que un vivero que reciba más aportaciones públicas devolverá a las administraciones públicas más de lo invertido, sino que un grupo determinado de viveros está generando mayor recaudación fiscal por diferentes motivos (por tener una mayor tasa de ocupación), así como por una mejor gestión de sus recursos económicos, técnicos y humanos disponibles.

Además, y desde una perspectiva cualitativa que refuerza los resultados expuestos, en las entrevistas realizadas a los responsables de los viveros se les solicitó que indicasen su grado de acuerdo o desacuerdo en una escala de 1 = totalmente en desacuerdo a 5 = totalmente de acuerdo ante la siguiente afirmación:

“El vivero de empresas que gerencio no es rentable económicamente debido a que es necesaria la aportación de ayudas públicas para su construcción, mantenimiento y gestión, pero sí socialmente porque ayuda a crear empresas y generar puestos de trabajo”.

El 57,5%, prácticamente seis de cada diez, de los responsables y/o gerentes de los viveros está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación, el 37,5% se posiciona en un terreno neutral (ni acuerdo/ni desacuerdo), mientras que el 5% muestra su total desacuerdo.

Los gerentes de los viveros de la provincia de Alicante (con una valoración media de 3,2) y especialmente de los viveros de los CEEIs y de las cámaras de comercio se muestran más disconformes que sus homólogos de Castellón y Valencia, que consideran que sin ayudas públicas los VE no pueden ser rentables. Llama la atención que los que más asumen la exigua viabilidad económica de los viveros son dos tipologías antagónicas:

1. Por un lado, aquellos que han obtenido buenos resultados tanto en la cuenta de resultados como en la contribución neta por empresas, así como en el indicador de rentabilidad financiera, como son los viveros de orientación tecnológica y vinculados a las universidades y el CEEI de Castellón con una valoración de 4,5.
2. Y por otro lado también destacan en valoraciones tendentes a 5 (totalmente de acuerdo) algunos de los que peor resultados obtienen, como son los viveros municipales de orientación servicios de Valencia y Castellón.

Grado de acuerdo/desacuerdo de los gerentes de empresas por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “los viveros de empresas no son rentables económicamente, pero sí socialmente porque ayudan a crear empresas y generar puestos de trabajo”

Provincia	Titularidad del vivero	Rentabilidad social	
		Media	Desv. típica
Alicante	Ayuntamiento	3,0	1,673
	Cámaras de Comercio	3,1	0,333
	CEEI	3,0	-
	Universidad	4,3	1,155
	Total Alicante	3,2	1,070
Castellón	Ayuntamiento	4,0	-
	Cámaras de Comercio	3,0	-
	CEEI	4,0	-
	Total Castellón	3,7	0,577
	Ayuntamiento	4,4	0,787

Grado de acuerdo/desacuerdo de los gerentes de empresas por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “los viveros de empresas no son rentables económicamente, pero sí socialmente porque ayudan a crear empresas y generar puestos de trabajo”

Provincia	Titularidad del vivero	Rentabilidad social	
		Media	Desv. típica
Valencia	Cámaras de Comercio	4,0	-
	CEEI	5,0	
	Universidad	5,0	-
	Total Valencia	4,2	0,636
Titularidad	Ayuntamiento	4,3	1,155
	Cámaras de Comercio	3,5	0,514
	CEEI	3,2	0,500
	Universidad	4,5	1,000
Grupo sectorial	G1 Tecnológico	3,7	0,886
	G2 Industrial	2,8	1,095
	G3 Servicios	3,7	0,886
Total		3,7	0,971

Escala: 1 (totalmente en desacuerdo) / 5 (totalmente de acuerdo)

Tabla 100. Grado de acuerdo/desacuerdo de los gerentes de empresas por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “los viveros de empresas no son rentables económicamente, pero sí socialmente porque ayudan a crear empresas y generar puestos de trabajo”

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de viveros de empresas

Universidad de Alicante

9.6. Un modelo de eficiencia óptimo para los viveros de empresas públicos de la Comunidad Valenciana

Siete viveros en el año 2014 obtuvieron un resultado recursos-ingresos negativo, duplicándose a catorce si tenemos en cuenta las inversiones iniciales para su construcción y equipamiento tal y como se refleja en el análisis del VAN. En este sentido, el objetivo de este apartado será tratar de determinar qué factores inciden en un mayor o menor nivel de eficiencia y desde una doble dimensión, cuantitativa y cualitativa.

Según la RAE la eficiencia se define como la “capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado”. Ampliamos esta definición como la relación entre los recursos utilizados en los viveros de empresas y los resultados conseguidos con los mismos. En este sentido los recursos utilizados en los viveros se pueden agrupar en:

- Recursos económicos (obtenidos por aportaciones públicas e ingresos derivados de la actividad directa o fiscalmente indirecta privadas).
- Recursos humanos (plantilla de trabajadores).
- Recursos tangibles o físicos (número de alojamientos disponibles, dotaciones y superficie total del vivero) e intangibles (servicios de apoyo y asesoramiento a emprendedores).

Y respecto a los resultados podemos concretarlos básicamente en dos: en la contribución de los viveros en la creación de empresas¹⁶⁴ y en la generación de puestos de trabajo. Además, y desde una perspectiva cualitativa, la eficiencia¹⁶⁵ de un vivero también se puede medir desde la percepción de sus usuarios, a través de la valoración que los emprendedores alojados en los viveros tienen respecto a la gestión de los recursos empleados. En este sentido asimilaremos el concepto de eficiencia a la rentabilidad social de los VE, de tal forma que podremos deslindar el concepto de rentabilidad económica del de eficiencia, entendida ésta como el resultado global que se obtiene de la comparación de los elementos de gasto-ingreso y la valoración cualitativa por parte de los usuarios.

¹⁶⁴ Existe un factor adicional y es el relativo a la mayor pervivencia de las empresas egresadas de los viveros. Se considera implícito al modelo, puesto que, habida cuenta de que siendo cierto que muchas de ellas no durarán 20 años, serán reemplazadas por otras que suplirán sus aportaciones, planteamiento que se aplica en el modelo propuesto.

¹⁶⁵ Véase todo lo relativo a “6.8.4 Concepto de rentabilidad de un vivero de empresas”.

9.6.1. Recursos económicos

En el año 2014 los VE de la Comunidad Valenciana contaron con un presupuesto total de 2.181.670€, con un promedio de 55.940€ por vivero: el 53,9% procede de los ingresos recaudados por los pagos de alojamiento de los emprendedores y el 46,1% de recursos propios de las entidades titulares y/o de ayudas y subvenciones públicas. En 2014 ayudaron a crear 368 actividades empresariales, que generaron 877 puestos de trabajo, lo que, sumado a los 98 puestos de trabajo a tiempo parcial o completo de la composición de sus plantillas, arroja un promedio de recursos económicos sin ponderar de 5.928€ por empresa y vivero y de 2.487€ (2.237€ si incluimos a los trabajadores de los viveros) por cada puesto de trabajo creado.

Al correlacionar los recursos económicos totales, tanto públicos como privados, con el número de empresas alojadas y los empleos generados por los emprendedores¹⁶⁶ en el año 2014, se obtienen unos coeficientes de correlación, significativos al 0,01, positiva y moderada-fuerte de 0,614 en la relación recursos económicos-empresas creadas, de 0,565 entre recursos económicos-empleo emprendedores (hay que destacar, como en el caso anterior, que la asociación de variables es más fuerte al correlacionar la creación de empresas y empleo con recursos económicos privados).

Correlaciones estadísticas entre los recursos económicos y la creación de empresas y puestos de trabajo: 2014 y acumulado desde el inicio de actividad del vivero

Año 2014		Recursos económicos	Empresas 2014	Empleo 2014
Recursos económicos 2014	Correlación de Pearson	1	0,614**	0,565**
	Sig. (bilateral)		0,000	0,000
	N	38	37	37

¹⁶⁶ No se incluyen los trabajadores en plantilla en los viveros para no distorsionar el modelo de análisis, debido a que hay viveros sin trabajadores presenciales, como es el caso de algunos de los viveros de las cámaras de comercio de Alicante y Valencia, y viveros, como el de Benidorm, con personal pero sin emprendedores alojados.

Acumulado (inicio-2014)		Recursos económicos	Empresas (acumulado)	Empleo (acumulado)
Recursos económicos (acumulados)	Correlación de Pearson	1	0,824**	0,724**
	Sig. (bilateral)		0,000	0,000
	N	39	39	39

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Tabla 101. Correlaciones estadísticas entre los recursos económicos y la creación de empresas y puestos de trabajo: 2014 y acumulado desde el inicio de actividad del vivero
Fuente: elaboración propia

En el análisis de regresión posterior observamos que en el caso de la relación recursos económicos-empresas creadas existe relación de dependencia, por lo que una mayor aportación de recursos ayudará a crear más empresas en el 37,7% de los casos, y del 31,9% en la relación recursos económicos-empleo emprendedores.

A finales de 2013 los indicadores macroeconómicos comenzaron a dar signos de recuperación y, sobre todo a partir del segundo trimestre de 2014, el mercado laboral, aunque a un ritmo muy lento, comenzó a dar signos de mejoría. La Comunidad Valenciana ha sido una de las comunidades que han mostrado una mayor tendencia positiva. Sin embargo, se partía de una situación ciertamente más compleja que en otras regiones, ya que en el periodo 2009-2014 se destruyeron 31.989 empresas, siendo la tercera comunidad con mayor decremento de su tejido empresarial, lo que unido a una reducción drástica en las ayudas directas a emprendedores por parte de las administraciones públicas, así como unas condiciones más severas en la concesión de créditos a empresas por parte de las entidades bancarias, explicaría una tasa de ocupación de los viveros por debajo del 65% en el año 2014. Esta circunstancia, que incide de manera evidente en el modelo, nos obliga a replantear el análisis y centrar la atención en los recursos económicos acumulados desde el inicio de la actividad de cada uno de los viveros y del total de empresas y empleos que se han generado en ese periodo. En este caso la correlación con datos acumulados refleja un coeficiente de correlación aún más positivo y fuerte en ambas relaciones: 0,823 en la correlación recursos económicos acumulados-empresas acumuladas y 0,724 entre recursos y empleo acumulado; en ambas el nivel de significatividad es del 0,01.

En el tratamiento del nivel de dependencia de las variables observamos que en lo relativo a la creación de empresas la probabilidad de que un mayor esfuerzo económico se refleje en una mayor creación de empresas es del 67,8%, pero en menor medida en relación a los empleos creados (52,5%), condicionado lógicamente por el pequeño tamaño de las empresas alojadas (2,1 trabajadores de promedio por empresa).

Análisis de regresión recursos económicos - empresas y empleo, 2014

Recursos económicos – empresas 2014

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,614(a)	,377	,359	4,199

a Variables predictoras: (Constante), recursos económicos

Coeficientes(a)

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
1	(Constante)	5,040	1,160		4,346	,000
	Recursos económicos	7,80E-005	,000	,614	4,598	,000

a Variable dependiente: empresas 2014

Recursos económicos – empleo 2014

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
2	,565(a)	,319	,299	16,521

a Variables predictoras: (Constante), recursos económicos

Coeficientes(a)

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		

2	(Constante)	7,080	4,562		1,552	,130
	Recursos económicos	,000	,000	,565	4,048	,000

a Variable dependiente: empleos 2014

Tabla 102. Análisis de regresión recursos económicos - empresas y empleo, 2014

Fuente: elaboración propia

Análisis de regresión recursos económicos acumulados - empresas y empleos acumulados

Recursos económicos – empresas acumulado

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,824 (a)	,680	,671	37,850

a Variables predictoras: (Constante), recursos económicos

Coeficientes(a)

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
1	(Constante)	-,462	7,610		-,061	,952
	Recursos económicos	8,35E-005	,000	,824	8,618	,000

a Variable dependiente: empresas acumulado

Recursos económicos – empleo acumulado

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
2	,724 (a)	,525	,511	188,058

a Variables predictoras: (Constante), recursos económicos

Coeficientes(a)

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		

		B	Error tip.	Beta		
2	(Constante)	-26,998	37,811		-,714	,480
	Recursos económicos	,000	,000	,724	6,217	,000

a Variable dependiente: empleos acumulado

Tabla 103. Análisis de regresión recursos económicos acumulados - empresas y empleos acumulados

Fuente: elaboración propia

9.6.2. Recursos humanos

La plantilla total de recursos humanos que gestionan los viveros, incluyendo gestores, técnicos de asesoramiento, administrativos y auxiliares de servicios, en la Comunidad Valenciana en el año 2014 ascendía a 98 personas con un promedio de 2,5 trabajadores por vivero. Del total de trabajadores, 59 (60,2%) son gestores y/o técnicos que dedican un promedio de 25 horas semanales a atender las necesidades del vivero. Respecto a los recursos económicos de los viveros, el 43,6% (la mayor partida presupuestaria) se destina a los gastos de personal.

Correlaciones estadísticas entre la plantilla de trabajadores y la creación de empresas y puestos de trabajo en 2014

Año 2014		Plantilla de trabajadores
Empresas 2014	Correlación de Pearson	0,483**
	Sig. (bilateral)	0,005
	N	32
Empleo 2014	Correlación de Pearson	0,543**
	Sig. (bilateral)	0,001
	N	32

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Tabla 104. Correlaciones estadísticas entre la plantilla de trabajadores y la creación de empresas y puestos de trabajo en 2014

Fuente: elaboración propia a partir de datos del trabajo de campo

En el análisis de correlación entre el número de trabajadores de los viveros y las empresas creadas y puestos de trabajo generados se obtienen coeficientes positivos y moderados en ambas relaciones (.483 y .543). Sin embargo, en la relación de dependencia

observamos que la probabilidad de que un mayor equipo de profesionales vinculados al vivero influya en una mayor creación de empresas y empleo se reduce al 23,3% en la relación plantilla-empresas y al 29,5% en la relación plantilla-empleos. Se confirma la relación de dependencia entre las variables, pero, al obtener un R cuadrado tan poco representativo y considerando que el análisis de regresión no explica causalidad, sería arriesgado afirmar que una mayor contratación de técnicos por parte de las entidades titulares incrementaría el porcentaje de alojamientos, a pesar de que los viveros tecnológicos (excepto en el vivero de Vinarós), con mayores recursos económicos así como un promedio superior de trabajadores en plantilla (5,8), se muestran más eficientes en la creación de empresas con un promedio anual de 13 frente al promedio general, que se sitúa en 9.

Por otro lado, hay que incidir en otros aspectos de tipo coyuntural que han provocado que en la mayoría de viveros se hayan producido recortes en la contratación de personal: en el 21,1% de los viveros no hay presencia física de los gestores o técnicos, siendo profesionales que visitan y atienden presencialmente las demandas de los viveristas en función de sus necesidades y con otras competencias laborales, lo que conlleva que de los diecisiete viveros con una tasa de ocupación del 70% o superior, en el 53% de los casos el vivero solo cuenta con un trabajador.

Además, la plantilla de trabajadores en el caso de los viveros industriales se reduce aun más e incluso es prácticamente inexistente en los viveros de Ibi y Mutxamel. Por ello, al realizar un nuevo análisis de regresión excluyendo los viveros industriales la probabilidad se incrementaría al 33,6% en la relación de dependencia plantilla de trabajadores-empresas creadas y al 40,9% en la relación plantilla de trabajadores-puestos de trabajo generados.

Análisis de regresión plantilla de trabajadores en los viveros - empresas y empleo, 2014

Plantilla de trabajadores– empresas 2014

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,483(a)	,233	,208	4,849

a Variables predictoras: (Constante), plantilla de trabajadores

Coefficientes(a)

Coefficientes no estandarizados

Modelo				Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
1	(Constante)	6,938	1,265		5,484	,000
	Recursos económicos	1,111	,368	,483	3,022	,005

a Variable dependiente: empresas 2014

Plantilla de trabajadores– empleo 2014**Resumen del modelo**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
2	,543(a)	,295	,272	17,701

a Variables predictoras: (Constante), plantilla de trabajadores

Coefficientes(a)

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
2	(Constante)	11,333	4,619		2,454	,020
	Recursos económicos	4,757	1,342	,543	3,545	,001

a Variable dependiente: empleo 2014

Tabla 105. Análisis de regresión plantilla de trabajadores en los viveros - empresas y empleo, 2014

Fuente: elaboración propia

9.6.3. Recursos físicos e intangibles

En el apartado “9.2 Caracterización de los viveros de empresas en la Comunidad Valenciana” se ha realizado una descripción detallada de las principales características de los recursos físicos e intangibles de los viveros, comprobando la existencia de diferencias notables en tipo y oferta de alojamientos, superficie, dotaciones y servicios entre viveros por ubicación, titularidad, orientación sectorial.

Como se puede comprobar en la Tabla 106, los viveros de orientación tecnológica reúnen las mejores condiciones en términos de oferta de alojamientos, dotaciones y servicios, obteniendo proporcionalmente a su número y en términos acumulativos (desde el inicio de su

actividad) un mejor resultado en relación al número de empresas creadas. Sin embargo, considerando la tasa de ocupación en el año 2014, los viveros industriales se muestran más eficientes que los tecnológicos, pese a disponer de menos recursos.

Al correlacionar los recursos físicos e intangibles con el número de empresas y empleos creados en el año 2014 no se observan correlaciones significativas. Una de las posibles explicaciones la encontraríamos nuevamente en la baja tasa de ocupación: en el 33% de los viveros la tasa no supera el 50%.

Resumen de las principales características de los recursos físicos e intangibles de los viveros de la Comunidad Valenciana por orientación sectorial

Orientación sectorial		Recursos físicos e intangibles				Empresas creadas (nº) / Tasa Ocupación (TO) 2014 (%)
		NºAlojamientos	Superficie M ²	Dotaciones	Servicios	
G1 Tecnológico	Media	28,00	2.207,86	11,43	14,71	Empr. 2014= 145 Empr. acum. = 1.222 TO = 67,3%
	N	7	7	7	7	
	Desv. típica	20,331	2.603,903	1,902	3,251	
	Suma	196	15.455	80	103	
G2 Industrial	Media	17,00	11.058,20	2,20	4,20	Empr. 2014= 57 Empr. acum. = 83 TO = 68,2%
	N	5	5	5	5	
	Desv. típica	4,359	10.011,250	1,789	3,633	
	Suma	85	55.291	11	21	
G3 Servicios	Media	12,88	511,96	7,40	7,84	Empr. 2014= 192 Empr. acum. = 413 TO = 61,2%
	N	25	25	25	25	
	Desv. típica	7,535	545,182	1,708	3,051	
	Suma	322	12799	185	196	
Total	Media	16,30	2.257,97	7,46	8,65	TO = 65,5%
	N	37	37	37	37	
	Desv. típica	11,986	5.033,685	3,132	4,449	

	Suma	603	83.545	276	320	
--	------	-----	--------	-----	-----	--

Tabla 106. Resumen de las principales características de los recursos físicos e intangibles de los viveros de la Comunidad Valenciana por orientación sectorial

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas a gerentes de los viveros de empresas

Con el objeto de evitar el sesgo temporal se ha considerado conveniente realizar el análisis de correlación entre los recursos y el total acumulado de empresas y empleos generados desde el inicio de actividad de los viveros¹⁶⁷. En este sentido, una mayor oferta de dotaciones y servicios intangibles sí está correlacionado con un mayor número de empresas y empleos generados, pero no en relación al número de espacios de alojamiento o a la superficie total del vivero. La correlación empresas y empleo acumulado-dotaciones/equipamiento es significativa al 0,002 y al 0,005, positiva y moderada con unos coeficientes de 0,479 entre empresas-dotaciones y de 0,450 entre empleos y dotaciones, y respecto al volumen de servicios ofertados esta relación es aun mayor, aunque marginalmente, con coeficientes de 0,547 (servicios-empresas acumuladas) y 0,491 (servicios-empleo acumulado).

En el análisis de regresión observamos que el planteamiento sobre si “la creación de un mayor número de empresas y puestos creados por los emprendedores depende de una mayor oferta de dotaciones y servicios” es significativa, pero con una baja probabilidad: 22,9% empresas-dotaciones, 20,2% empleo-dotaciones, y 29,9% empresas-servicios, 24,1% empleo-servicios. Nuevamente, al igual que en el caso anterior respecto a la plantilla de trabajadores, es necesario insistir en el efecto provocado por los viveros industriales en el modelo de análisis. Si los excluimos, la relación de dependencia se incrementa hasta el 31,8% respecto a la relación dotaciones-empresas y al 41,2% en la relación empresas-servicios.

Correlaciones estadísticas entre recursos físicos e intangibles y la creación de empresas y puestos de trabajo acumulado desde inicio de actividad del vivero

Año 2014	Empresas acumulado	Empleo acumulado
Correlación de Pearson	0,287	0,197

¹⁶⁷ A diferencia de los recursos humanos, que han experimentado variaciones negativas en los últimos años, la oferta de dotaciones y servicios se ha mantenido prácticamente estable desde el inicio de actividad de los viveros.

Correlaciones estadísticas entre recursos físicos e intangibles y la creación de empresas y puestos de trabajo acumulado desde inicio de actividad del vivero

Año 2014		Empresas acumulado	Empleo acumulado
Espacios de alojamiento	Sig. (bilateral)	0,081	0,236
	N	38	38
Superficie del vivero (m ²)	Correlación de Pearson	-0,036	-0,022
	Sig. (bilateral)	0,831	0,894
	N	38	38
Dotaciones y equipamiento	Correlación de Pearson	0,479**	0,450**
	Sig. (bilateral)	0,002	0,005
	N	38	38
Servicios de apoyo al emprendedor	Correlación de Pearson	0,547**	0,491**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,002
	N	38	38

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Tabla 107. Correlaciones estadísticas entre recursos físicos e intangibles y la creación de empresas y puestos de trabajo acumulado desde inicio de actividad del vivero
Fuente: elaboración propia a partir de datos del trabajo de campo

Análisis de regresión empresas y empleo acumulado - dotaciones de los viveros

Empresas acumulado-dotaciones

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,479(a)	,229	,208	57,920

a Variables predictoras: (Constante), Dotaciones

Coefficientes(a)

Modelo	Coefficientes no estandarizados	Coefficientes estandarizados	t	Sig.

		B	Error tip.	Beta		
1	(Constante)	-38,122	24,795		-1,537	,133
	Dotaciones	10,083	3,081	,479	3,273	,022

a Variable dependiente: empresas acumulado

Empleo acumulado-dotaciones

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
2	,450(a)	,202	,180	240,423

a Variables predictoras: (Constante), Dotaciones

Coefficientes(a)

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
2	(Constante)	-181,442	102,923		-1,763	,086
	Dotaciones	38,664	12,789	,450	3,023	,005

a Variable dependiente: empleo acumulado

Tabla 108. Análisis de regresión empresas y empleo acumulado - dotaciones de los viveros
Fuente: elaboración propia a partir de datos del trabajo de campo

Análisis de regresión empresas y empleo acumulado - servicios de los viveros

Empresas acumulado-servicios

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,547 (a)	,299	,280	55,232

a Variables predictoras: (Constante), Servicios

Coefficientes(a)

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
1	(Constante)	-31,221	19,567		-1,596	,119
	Dotaciones	7,667	1,956	,547	3,920	,000

a Variable dependiente: empresas acumulado

Empleo acumulado-servicios**Resumen del modelo**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
2	,491 (a)	,241	,220	234,533

a Variables predictoras: (Constante), Servicios

Coefficientes(a)

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
2	(Constante)	-143,286	83,090		-1,724	,093
	Dotaciones	28,082	8,305	,491	3,382	,002

a Variable dependiente: empleo acumulado

Tabla 109. Análisis de regresión empresas y empleo acumulado - servicios de los viveros

Fuente: elaboración propia a partir de datos del trabajo de campo

9.6.4. Valoración de los recursos empleados en los viveros por parte de los emprendedores

El motivo principal que impulsa a un emprendedor a solicitar alojamiento en un VE es el precio: el 81,5% de los emprendedores alojados indica que un precio de alojamiento por debajo del mercado es el factor decisivo para solicitarlo, y a mucha distancia encontraríamos otros factores, como la posibilidad de poder relacionarse con otros emprendedores (29,6%) y la oferta de servicios del vivero (25,9%). Al correlacionar la valoración general que el emprendedor otorga al vivero en el que se aloja con el precio por metro cuadrado que ha de pagar se observa que no existe correlación entre ambas variables (0,56 y una $p = 0,773$), por lo que la percepción de eficiencia de los emprendedores no se puede medir con una única variable, aunque ésta sea determinante, sino que depende de un conjunto de factores.

De los 29 viveros de los que se ha obtenido una valoración sobre el nivel de satisfacción de la experiencia vivida por los emprendedores, en conjunto se obtiene una valoración media de 3,3 puntos (en una escala de 1 = total insatisfacción a 5 = total satisfacción), sobre todo por las buenas valoraciones otorgadas al estado físico del vivero y los despachos, a la oferta de servicios en relación al precio que pagan por alojarse y al precio de alojamiento respecto al precio de mercado en el sector privado. Pero también podemos apreciar que sólo en once viveros la valoración media era de 3,4 puntos o superior, en nueve se reduce a una horquilla entre 3 y 3,3 puntos y en otros nueve la valoración es negativa con puntuaciones de 2,9 o inferiores. Desde esta perspectiva podríamos tratar de determinar el nivel de eficiencia de los viveros a partir de la relación existente entre los recursos económicos, humanos, físicos e intangibles disponibles en los viveros con la valoración general que los emprendedores otorgan al vivero¹⁶⁸.

Como se observa en la Tabla 110, la correlación es positiva y fuerte respecto a la oferta de dotaciones y equipamiento del vivero (,688), y positiva y moderada respecto a los servicios ofertados (,511), en ambos casos con un nivel de significatividad inferior al 0,01. Respecto a los

¹⁶⁸ Ver "6.3.7. Utilidad de los viveros: la opinión de los emprendedores alojados".

recursos económicos, existe correlación positiva e incluso tendente a moderada, pero con un nivel de significatividad insuficiente (0,14) superior al nivel mínimo de significación estadístico.

Llama la atención cómo la plantilla de trabajadores no es un aspecto que determine una mejor valoración. Esto podría explicarse, entre otras posibles disquisiciones, porque los emprendedores consideran que el nivel de profesionalidad de los técnicos vinculados a los viveros no alcanza el mínimo deseable en las áreas que necesitan para ayudarles en sus ideas de negocio.

Correlación estadística entre los recursos económicos humanos, físicos e intangibles, valoración general de los emprendedores en 2014

Año 2014		Valoración general
Recursos económicos totales	Correlación de Pearson	,469*
	Sig. (bilateral)	,014
	N	27
Plantilla de trabajadores	Correlación de Pearson	,366
	Sig. (bilateral)	,072
	N	25
Espacios de alojamiento	Correlación de Pearson	,286
	Sig. (bilateral)	,125
	N	30
Superficie del vivero (m ²)	Correlación de Pearson	,003
	Sig. (bilateral)	,986
	N	30
Dotaciones y equipamiento	Correlación de Pearson	,688**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	29
Servicios de apoyo al emprendedor	Correlación de Pearson	,511**
	Sig. (bilateral)	,004
	N	30
Valoración general	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	
	N	30

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Tabla 110. Correlación estadística entre los recursos económicos humanos, físicos e intangibles, valoración general de los emprendedores en 2014

Fuente: elaboración propia a partir de datos del trabajo de campo

En la relación de dependencia entre las variables, a partir de la regresión lineal simple¹⁶⁹, los recursos económicos disponibles y la valoración general no se puede confirmar que con un mayor esfuerzo económico tanto de recursos públicos como privados se obtenga una mejor valoración por parte de los emprendedores, debido a que el modelo explica que esta relación se produce únicamente en el 17% de los casos; mientras que donde se observa una mayor relación de dependencia es en la relación oferta de dotaciones-valoración, con una estimación del 47,4%, y en menor medida, aunque aceptable, en la relación servicios-valoración con el 26,1%.

Análisis de regresión valoración general de los emprendedores - dotaciones y servicios de los viveros

Valoración-dotaciones

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,688 (a)	,474	,454	,4238

a Variables predictoras: (Constante), Dotaciones

Coefficientes(a)

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
1	(Constante)	2,349	,200		11,752	,000
	Dotaciones	,119	,024	,688	4,929	,000

¹⁶⁹ No se ha realizado un análisis de regresión múltiple debido a la existencia de multicolinealidad entre las variables explicativas.

a Variable dependiente: valoración general

Valoración-servicios				
Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
2	,511 (a)	,261	,235	,4960

a Variables predictoras: (Constante), Servicios

Coefficientes(a)

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
2	(Constante)	2,716	,197		13,797	,000
	Dotaciones	,059	,019	,511	3,148	,004

a Variable dependiente: valoración general

Tabla 111. Análisis de regresión valoración general de los emprendedores - dotaciones y servicios de los viveros

Fuente: elaboración propia a partir de datos del trabajo de campo

9.7. Cumplimiento de las hipótesis: argumentaciones

En este último apartado se procede a realizar un resumen de los principales resultados obtenidos en el análisis de las tres hipótesis planteadas. Su mayor o menor grado de cumplimiento nos ayudará a determinar si se ha dado respuesta al objetivo principal de la investigación en el ámbito geográfico y temporal planteados:

Los viveros de empresas públicos de la Comunidad Valenciana son instrumentos necesarios, rentables y eficientes en el apoyo y consolidación de empresas y generación de puestos de trabajo.

Hipótesis 1: “Los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana no son rentables económicamente debido a que necesitan ayudas públicas para su construcción, gestión y mantenimiento, pero sí socialmente porque a través de la actividad desarrollada por los emprendedores devuelven a las administraciones públicas, vía fiscal, más de lo invertido”.

Los viveros de la Comunidad Valenciana manejaron en el año 2014 un presupuesto económico de 1.854.929€ distribuido en tres grandes partidas presupuestarias dirigidas a cubrir sus necesidades económicas: gastos de personal, gastos operativos y amortizaciones. El 53,2% del presupuesto de ingresos procede de los pagos que los emprendedores están obligados a realizar en concepto de alojamiento. Al ser insuficiente, y para equilibrar su cuenta de resultados y toda vez que son organismos públicos¹⁷⁰ y a que no están obligados, como una empresa privada, a obtener beneficios económicos, han necesitado 955.708€ (el 46,8% del presupuesto) procedente de ayudas y subvenciones públicas, aportaciones de las propias entidades gestoras de las incubadoras para equilibrar su cuenta de resultados.

Desde una perspectiva meramente económica queda demostrado que sin ayudas los viveros no son rentables para las administraciones públicas. Sin embargo, una evaluación holística que contemple el retorno de las inversiones públicas a partir de la recaudación fiscal obtenida a través de los impuestos de la renta de las personas físicas, impuesto de sociedades¹⁷¹ y de las cotizaciones a la Seguridad Social de la plantilla de trabajadores y de los emprendedores y sus empleados, sí que demuestra su rentabilidad al generar un mayor retorno que las

¹⁷⁰ De las incubadoras de empresas analizadas, el 38,5% de los viveros son de titularidad pública (universidades y ayuntamientos) o entidades privadas (61,5% son entidades privadas: Cámaras de Comercio y CEEIs), pero que en su construcción, gestión y mantenimiento han requerido o requieren en la actualidad de ayudas públicas.

¹⁷¹ Con las limitaciones indicadas sobre la recogida de datos de ingresos de Seguridad Social.

inversiones y costes necesarios para su puesta en marcha. En el año 2014 a través de estos instrumentos fiscales se recaudaron 2.705.357€, obteniéndose un resultado positivo de 1.749.649€ y que en términos de retorno a partir de la ratio recursos invertidos/ingresos generados por cada euro invertido en un VE la Administración recauda 2,8€. Además, utilizando un indicador de rentabilidad como es el VAN (Valor Actualizado Neto), y a partir de unas inversiones iniciales subvencionadas públicamente en la mayoría de casos para la construcción y/o acondicionamiento de los inmuebles que albergan los VE, se obtiene un resultado positivo de 9.324.928€ para un periodo de 20 años.

Sin embargo, en el análisis de las variables cruzadas subyace que una mayor aportación de dinero público en los viveros no genera una mayor recaudación fiscal. En el análisis de correlación bivariada entre los recursos públicos invertidos y los ingresos fiscales recaudados se obtiene un coeficiente de Pearson de 0,354, que nos indica que, existiendo correlación entre las variables, esta no es significativa y se genera más por los ingresos fiscales de los propios trabajadores de los viveros (vía impuestos, Seguridad Social) que por los recaudados por los emprendedores. Pero al correlacionar los recursos privados de los viveros y los ingresos fiscales recaudados por los emprendedores, el coeficiente de correlación de Pearson es positivo y fuerte, y en el análisis de regresión lineal simple posterior con una R cuadrado de 0,399 se comprueba que, con una mayor eficiencia en la gestión de los gastos y una mayor capacidad de generar ingresos privados, atrayendo a más emprendedores, la recaudación fiscal se incrementaría.

Por lo tanto, concluimos que los viveros de empresa de la Comunidad Valenciana no son rentables económicamente debido a que necesitan ayudas públicas para su construcción, gestión y mantenimiento, pero sí socialmente porque a través de la actividad desarrollada por los emprendedores devuelven a las administraciones públicas, vía fiscal, más de lo invertido.

Hipótesis 2: Los viveros de empresas que gestionan eficientemente sus recursos económicos, humanos, físicos e intangibles han contribuido en mayor medida a la creación de empresas y puestos de trabajo.

Los viveros presentan diferencias notables respecto a la cantidad y calidad de sus recursos económicos, humanos, equipamiento, superficie, dotaciones, número de alojamientos, número y tipo de servicios, etc., por lo que medir su nivel de eficiencia, entendiendo ésta como la relación entre los recursos utilizados y los logros conseguidos en términos de creación de empresas y puestos de trabajo exige un análisis pormenorizado e independiente de cada uno de los recursos:

1. **Recursos económicos públicos y privados:** los VE que en el año 2014 cuentan con más recursos económicos públicos (las aportaciones que las entidades promotoras de los viveros tienen que realizar para equilibrar los presupuestos de las incubadoras), pero sobre todo privados (los ingresos que los viveristas realizan por el uso de los servicios de las incubadoras), contribuyen más eficientemente a ayudar a crear empresas y puestos de trabajo. En términos de probabilidad, en el 37,7% de los casos una mayor capacidad de generar recursos económicos, así como una distribución del gasto más eficiente conduciría a crear más empresas (31,9% en la relación entre recursos económicos y puestos de trabajo). Pero, como se ha mencionado, no todos los viveros disponen de los mismos recursos ni tienen la misma experiencia y antigüedad, por lo que se considera necesario replantear el análisis y centrar la atención en los recursos económicos, no en un momento puntual, sino acumulados desde el inicio de la actividad de cada uno de los viveros. En este caso la probabilidad se incrementa a un 67,8% en la relación de dependencia recursos económicos-empresas y del 52,5% respecto a los puestos de trabajo.

Por otro lado, y respecto a la gestión eficiente de los recursos públicos, cada vivero como promedio necesitó en 2014 de un total de 25.150€ para equilibrar sus cuentas y el resultado neto promedio por empresa alojada ha sido de 5.071€. Si tenemos en cuenta el resultado neto por empresa de los 22 viveros que han obtenido los peores resultados (inferiores al promedio y resultados negativos), en el 54,5% de los casos se supera el promedio de recursos públicos necesarios y se reduce a 4 el promedio de empresas alojadas cuando el promedio total es de 9.

2. **Recursos humanos:** la correlación entre el número de trabajadores vinculados al vivero y el número de empresas alojadas y empleos creados es positiva. Sin embargo, esto no quiere decir que una mayor plantilla de trabajadores (sobre todo técnicos en asesoramiento) esté asociada a un mayor número de empresas creadas; de hecho, sólo en el 23,3% de los casos una variable explica la otra. Aunque si excluimos del análisis los viveros industriales, con una media de trabajadores de 0,9 por vivero (el promedio general es de 2,2), la probabilidad se incrementaría al 33,6% en la relación de dependencia plantilla de trabajadores-empresas creadas y al 40,9% en la relación plantilla de trabajadores-puestos de trabajo generados.

Lo anterior no significa que un vivero que cuente con más recursos humanos sea más eficiente en términos de creación de empresas y/o de empleo. De hecho, los viveros industriales Príncipe Felipe y de Elda y los de servicios de Torreveja, Finestrat, Paterna y Alicante Emprende, que cuentan únicamente con una persona en el vivero que realiza todas las funciones gerenciales, administrativas y de asesoramiento, han registrado una tasa de ocupación superior al 75% y son, por detrás del CEEI de Castellón y de la Fundación Quorum, los viveros que más empresas han alojado. Lo anteriormente indicado, sin duda, reafirma la idea de que algunos viveros son meras soluciones residenciales para empresas que buscan un alojamiento a bajo precio. Además, resulta llamativo que no exista correlación entre la presencia del gestor en el vivero y un mayor número de empresas creadas.

3. **Recursos físicos e intangibles:** no se observa correlación estadística entre los recursos físicos e intangibles disponibles en los viveros y una mayor creación de empresas y empleo en el año 2014. Pero al ampliar el análisis al total acumulado de empresas y empleos generados desde el inicio de la actividad, una mayor oferta de dotaciones y servicios intangibles sí está correlacionada con un mayor número de empresas y empleos generados, pero no en relación al número de espacios de alojamiento o la superficie total del vivero. Sin embargo, si excluimos nuevamente los viveros industriales, que son los

que menos dotaciones y servicios ofrecen a los emprendedores, la relación de dependencia se incrementa hasta el 31,8% respecto a la relación dotaciones-empresas y al 41,2% en la relación empresas-servicios; es decir, los viveros que ofrecen una mayor oferta de dotaciones y servicios ayudan a crear más empresas y puestos de trabajo.

En relación a la información recogida, podemos afirmar que los viveros de empresas que gestionan eficientemente sus recursos económicos, humanos, pero sobre todo físicos e intangibles han contribuido en mayor medida a la creación de empresas y puestos de trabajo.

Hipótesis 3: Los viveros de empresas que cuentan con mayores recursos, económicos, humanos, físicos e intangibles, para el emprendedor son mejor valorados por los emprendedores alojados.

La valoración que tiene un emprendedor del nivel de eficiencia del vivero en el que se aloja no se puede medir en términos cuantitativos, como en las anteriores hipótesis, sino que depende de diferentes factores, muchos de ellos subjetivos. Además, el indicador tasa de ocupación, que es un fiel indicador de la eficacia de los viveros, no se puede medir en una única dimensión, debido a que depende de un conjunto combinado de factores, algunos incluidos en esta tesis, pero otros de difícil obtención y análisis, y que en muchos casos están más vinculados a factores exógenos que a la propia dinámica de las incubadoras. Como hemos visto a lo largo del trabajo, diversos autores apuntan a factores como la cercanía al vivero o a su gestión endogámica, como ocurre en los viveros vinculados a las universidades, que sólo permiten el acceso a estudiantes o recién egresados de la universidad.

En este sentido, con esta tercera hipótesis, se ha tratado de medir si la mayor o menor disponibilidad de recursos en un vivero tiene algún efecto sobre la valoración que tiene el emprendedor sobre su experiencia en el mismo. Del total de recursos disponibles, en la oferta de dotaciones y servicios se han observado correlaciones positivas, obteniéndose estimaciones del 47,4% en la relación de dependencia número de dotaciones-valoración y, en menor medida, aunque aceptable, en la relación servicios-valoración con el 26,1%, lo que quiere decir, que una

mejor valoración del vivero vendrá determinada por la mayor o menor oferta de dotaciones y servicios con los que cuente.

Tras una crisis financiera, económica y empresarial tan profunda como la que ha vivido el país en general y la Comunidad Valenciana en particular (tercera comunidad que mayor decremento ha experimentado en su tejido empresarial en los últimos cinco años), los VE se consolidan como instrumentos más que nunca necesarios: son un soporte vital y psicológico para muchos emprendedores con ganas de desarrollar sus ideas de negocio que sin la posibilidad de alojarse en un entorno confortable posiblemente abandonarían antes de llegar a consolidarse, además de asegurarles una mayor probabilidad de supervivencia una vez egresados; del total de empresas que se han alojado en los viveros desde sus inicios, el 75% continuaba operativo en diciembre de 2014.

Los viveros no son rentables económicamente, pero sí globalmente: recuperan aumentada la inversión que han realizado las administraciones públicas y, sobre todo, socialmente, ya que han ayudado a crear desde el inicio de sus actividades 1.405 empresas y 4.047 puestos de trabajo.

Pero no son totalmente eficientes, porque, como hemos podido observar a lo largo de este trabajo, hay una serie de factores que inciden en el impacto que tienen en el territorio:

- En primer lugar, porque la demanda de espacios de alojamiento (emprendedores que necesitan alojarse) es inferior a la oferta: el 35,5% de los alojamientos, sobre todo despachos en viveros municipales, está vacío. Lo que ha provocado que las entidades titulares traten a toda costa de llenar los huecos vacíos: reduciendo el precio de alojamiento, incrementando el tiempo de permanencia, alojando a empresas ya consolidadas, etc., olvidando en ocasiones el principal objetivo que se les encomendó, el de ayudar a crear empresas que generasen empleos.
- Y en segundo lugar, porque las entidades que han optado por construir nuevos emplazamientos (impulsadas por las facilidades otorgadas al acceder a fondos FEDER), han de financiar unos gastos operativos y de amortizaciones que

durante la crisis no han podido asumir, lo que les conduce, entre otras correcciones, a reducir la oferta de servicios de alto valor añadido o no incluir nuevas demandas, reducir sus gastos en personal o no contar con los recursos mejor cualificados. Los emprendedores consideran que el nivel de profesionalidad de los técnicos vinculados a los servicios que se presta en un VE necesita mejorar para ayudarles en sus ideas de negocio, ya que no cubren sus necesidades con suficiencia.

- Por último, en la Tabla 112 se han ordenado los viveros que han sido objeto de análisis de mayor a menor número de empleos generados en el año 2014, con la finalidad de identificar los que han mostrado un mayor nivel de eficiencia. Utilizando el promedio de empleos generados por vivero como frontera límite, quince viveros superan este indicador: seis públicos (tres municipales de la provincia de Alicante y tres vinculados a las universidades) y nueve privados (los cuatro CEEI y cinco de las cámaras de comercio: Gandía, Alcoy, Torrent, Torreveja y Finestrat). Por orientación sectorial, los más eficientes son los tecnológicos, con seis (75% del total), seguidos a mucha distancia por los de las cámaras de comercio, con cinco (27,7%), y por los municipales, con tres (23%).

Universitat d'Alacant

Rentabilidad y eficiencia de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana (ordenado por empleos generados en 2014)

Entidad	Orient.	Vivero	R. neto/ Empresa (€)	Empresas		Empleos		Plantilla (nº)	Sup. (m²)	Dotac. (nº)	Servic. (nº)	TO (%)	Valor. (media)
				2014	Inicio	2014	Inicio						
C. Comercio	Servicios	Gandía	11.754	16	28	75	111	2	620	7	10	94,1	3,4
CEEI	Tecno.	Castellón	9.257	20	230	70	1.200	9	2.100	12	16	80,0	3,6
Uni-fundac.	Tecno.	Start UPV (Valencia)	13.941	14	62	65	130	7	600	8	13	100,0	4,0
Ayuntamiento	Industrial	P. Felipe (Alicante)	10.895	12	12	50	50	1	25.000	5	3	100,0	2,0
Uni-fundac.	Tecno.	F.Quorum (Elche)	5.537	20	55	48	90	8	7.832	14	18	57,1	3,9
Ayuntamiento	Industrial.	Elda	6.374	19	34	40	70	1	6.000			100,0	2,4
CEEI	Tecno.	Alcoy	5.211	10	312	36	1.150	3	750	13	18	58,8	3,6
C. Comercio	Servicios	Alcoy	10.311	8	16	36	60	3	400	7	1	61,5	2,9
Uni-fundac.	Tecno.	Innoze (Alicante)	9.881	8	10	35	35	3	250	11	9	100,0	
CEEI	Tecno.	Elche	4.760	15	200	33	450	9	2.394	11	16	51,7	3,6
Ayuntamiento	Servicios	Alicante Emrende	4.466	13	30	32	71	1	525	10	6	100,0	3,3
C. Comercio	Servicios	Torrent	6.503	11	19	28	44	2	462	7	10	73,3	3,2

Rentabilidad y eficiencia de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana (ordenado por empleos generados en 2014)

Entidad	Orient.	Vivero	R. neto/ Empresa (€)	Empresas		Empleos		Plantilla (nº)	Sup. (m²)	Dotac. (nº)	Servic. (nº)	TO (%)	Valor. (media)
				2014	Inicio	2014	Inicio						
CEEI	Tecno.	Valencia	4.308	23	305	66	2.765	12	4.375	11	15	74,1	
C. Comercio	Servicios	Torreveja	3.805	15	22	22	33	1	780	9	8	100	3,0
C. Comercio	Servicios	Finestrat	4.777	15	15	22	22	1	582	9	8	100	
Promedio			5.024	9,3	37,0	21,4	106,5	2,2	2200,8	7,4	8,9	64,5	3,3
C. Comercio	Servicios	Ontinyent	6.371	9	20	20	38	.	315	7	10	90,0	3,6
C. Comercio	Servicios	Paterna	3.046	14	24	19	29	1	591	7	10	73,7	3,3
Uni-fundac.	Tecno.	F. G. UA (Alicante)	6.134	7	22	19	60	2	111	12	13	77,7	
C. Comercio	Servicios	Villareal	1.952	14	39	18	50	4	1.000	6	4	38,9	
C. Comercio	Industrial	Ibi	6.419	9	9	18	18		18.000	2	8	40,9	
C. Comercio	Servicios	Villena	2.875	11	21	16	30	1	540	9	8	50,0	
C. Comercio	Industrial	Mutxamel	6.347	7	13	14	26		5.086	2	8	38,9	
C. Comercio	Servicios	Denia	907	9	9	12	12	1	2821	9	8	43,5	
Ayuntamiento	Tecno.	Vinalab (Vinarós)	-11.744	5	18	11	26	2	1.529	11	13	40,0	4,3
C. Comercio	Servicios	Sagunto	2.205	8	24	10	31	1	282	7	10	90,0	2,9
Ayuntamiento	Servicios	Manises	5.538	5	6	10	12	1	150	5	7	83,3	2,8
C. Comercio	Servicios	Valencia	2.480	7	22	7	25	1	263	7	10	77,8	2,9
C. Comercio	Servicios	Elche	148	7	7	7	7	1	900	9	8	33,3	3,0
Ayuntamiento	Servicios	Algemesí	4.375	3	5	7	12	1	224	6	1	37,5	4,0
C. Comercio	Servicios	Xativa	4.450	3	14	6	36		154	7	10	83,3	2,3
Ayuntamiento	Servicios	S. Vic. del Raspeig	617	10	15	5	8	3	1.205	2	2	76,9	2,6
C. Comercio	Servicios	Requena	2.371	5	17	5	25	.	160	7	10	71,4	3,0
C. Comercio	Servicios	Orihuela	-4.919	4	12	5	15	2	800	8	11	22,2	3,0
Ayuntamiento	Servicios	T. de la Valldigna	-7.378	3	4	4	4	1	120	6	5	33,3	3,3
Ayuntamiento	Servicios	Buñol	1.704	2	2	3	3	1	300	8	10	50,0	
Ayuntamiento	Servicios	Quart de Poblet	-6.581	3	11	2	6	3	300	6	8	75,0	
Ayuntamiento	Servicios	Picanya	-4.756	3	6	2	2	2	200	4	7	60,0	2,9
Ayuntamiento	Servicios	Calpe	-6.157	1	15	1	17	2	200	6	3	20,0	
Ayuntamiento	Servicios	Benidorm	-7.814		25		39	1	86	7	18	-	

TO (tasa de ocupación)

Tabla 112. Rentabilidad y eficiencia de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana (ordenado por empleos generados en 2014)

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas y encuestas a gerentes de los viveros de empresas y emprendedores alojados y egresados

Por lo tanto, en relación a esta última hipótesis, no podemos concluir que los viveros de empresas que cuentan con mayores recursos, económicos, humanos, físicos e intangibles, para el emprendedor sean mejor valorados por los emprendedores alojados, puesto que se ha detectado un gran número de variables exógenas que influyen, muchas de ellas interrelacionadas¹⁷², y que, además, se ven influidas por factores exógenos que exceden a las posibilidades de control de las incubadoras de empresas.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

¹⁷² Generando lo que en estadística se conoce como multicolinealidad.

10. Conclusiones y recomendaciones

Tras el análisis mostrado en las páginas anteriores, resulta necesario enunciar las conclusiones que darán respuesta a los objetivos planteados para la elaboración de este trabajo. En este apartado se trata de realizar un ejercicio de reflexión en el que se aúne todo el conocimiento adquirido desde el comienzo del proyecto, partiendo desde el análisis del estado de la cuestión, la aplicación del método científico, la objetivación de las características del entorno en el que hemos realizado el trabajo de campo, los resultados obtenidos de la recogida de datos *in situ* y la valoración de los mismos.

Para la estructuración de las conclusiones, vamos a organizar la información en tres apartados principales. De un lado, pergeñaremos una aproximación a las reflexiones que se derivan de la información evaluada a través de las hipótesis. Con ellas pretendemos satisfacer el objetivo de este trabajo respondiendo a las cuestiones que motivaron el mismo. Un segundo aspecto será abordado desde la perspectiva holística del trabajo, aportando consideraciones de carácter global. Por último, en un tercer apartado, realizaremos algunas propuestas de trabajo futuras que, a vista de lo suscrito en el primer punto, puedan resultar de interés para la comunidad científica y los gestores de la acción público-política.

10.1. Conclusiones sobre la valoración de las hipótesis de trabajo

A lo largo del estudio hemos podido verificar que los VE no pueden ser rentables económicamente. Varias son las circunstancias que nos permiten afirmar esta conclusión atendiendo a los resultados empíricos obtenidos. La más relevante de ellas es su naturaleza y origen, vinculados al de una serie de ayudas que tenían como finalidad poner a disposición de las nuevas empresas, especialmente innovadoras, un emplazamiento por debajo del precio de mercado¹⁷³ para que pudieran iniciar su actividad. Esta idea de ‘bajo coste’ se soporta en una cultura española (y en su momento europea) de clara inspiración subvencionadora: el principio de que se tenía que ofrecer algo lo suficientemente atractivo desde el punto de vista de costes para los usuarios (del precio a pagar reducido para el ciudadano), desde el punto de vista económico, que suscitase un interés adicional entre los potenciales emprendedores, que les animara a poner en marcha una empresa. A partir de aquí, el menor coste para las empresas alojadas en las incubadoras suponía, de hecho, una mayor aportación presupuestaria por parte de las entidades promotoras para mantener las instalaciones. Si bien no podemos afirmarlo en base a una evidencia cuantitativa (una de las limitaciones del trabajo ha sido la dificultad para obtener información más allá del pasado ejercicio)¹⁷⁴, parece que sería lógico plantearse que las entidades gestoras han tratado de recortar al máximo los costes derivados de una época de crisis, con la finalidad de aquilatar las partidas de gasto, evitando los egresos superfluos, y esto ha afectado, sin duda, a las dotaciones de personal, actividades y, sobre todo, a la puesta en marcha de nuevas iniciativas.

Ciertamente, la situación de las administraciones públicas no es halagüeña, ni se espera una gran mejora en el futuro, pero la aportación técnica del personal de los viveros se ha mostrado relevante para la satisfacción de los viveristas, que han mostrado su interés por contar con mejores asesores y que estos tuvieran una presencia más permanente en el vivero. Es por

¹⁷³ Hemos visto que en ocasiones el precio de alquiler en los viveros está por encima del de mercado.

¹⁷⁴ Véase el apartado “5.3 Limitaciones del estudio”.

ello que se debería realizar un mayor seguimiento del personal que atiende a las empresas, en especial a todo lo que tiene que ver con su cualificación y solvencia técnica. El impacto multiplicador de un correcto asesoramiento es lo suficientemente elevado para que los viveros deban tener personal especializado, o bien servicios externalizados que cumplan esa función. Cabe plantearse igualmente un programa de formación específico de actualización para gestores de VE, que mantenga informado a este personal de las últimas tendencias en todo lo que rodea a la creación de empresas innovadoras, y con especializaciones sectoriales.

No obstante lo anterior, el impacto social, valorado a partir del efecto de la fiscalidad en las diferentes administraciones públicas, nos permite aseverar, de modo general, que la creación de empresas ya genera un efecto positivo en el entorno en el que opera: ciertamente no desde un punto de vista cuantitativo (el número de empresas que se crean en proporción a las que se generan fuera de las incubadoras es muy pequeño). De modo particular, la aportación de las incubadoras a las empresas de nueva creación no debe considerarse un gasto, sino una inversión que generará réditos futuros, al aplicar fondos públicos a proyectos que, bien gestionados, generarán un retorno positivo a medio y largo plazo, materializados en 2,8€ euros por cada euro invertido.

Resulta llamativo el hecho de que una mayor aportación económica de las entidades gestoras de los viveros no garantiza que en el futuro se generarán más ingresos fiscales compensatorios, sino que es la mayor generación de ingresos vía aportaciones de los viveristas la que presenta una mayor vinculación con ingresos fiscales en el futuro.

Más allá de lo anteriormente expuesto, hay margen para mejorar el impacto social de los VE en el entorno. Su perfeccionamiento en la gestión debería contribuir a la creación de un mayor número de empresas y un mejor desarrollo de las mismas, lo que debería generar un creciente impacto social, al facilitar la tracción de nuevas empresas en sectores estratégicos, elementos de referencia que deben estar preestablecidos.

En lo que corresponde al análisis histórico de las cuentas de resultados de los viveros, ha quedado de manifiesto que con una mejor gestión en las incubadoras, sobre todo cuando se corresponde con un enfoque tendente a aumentar el número de ingresos privados, los resultados en cuanto a la creación de empresas y empleo mejoran sustancialmente. Esta conclusión nos llevaría a plantear una gestión proactiva de los viveros en los que sus gestores

deberían estar incentivados a promover iniciativas que mejorasen los ingresos vía empresas incubadas, ya que ello implica, entre otras cuestiones, un aumento del personal contratado.

De igual manera, la mayor presencia de personal del vivero no es garantía de un mayor número de empresas creadas, lo que viene a significar que la función de los gestores o técnicos de VE tiene por delante un amplio recorrido. Si presentamos las incubadoras como un espacio de servicios, y donde estos servicios son precisamente intensivos en mano de obra, la cualificación de la misma debería adquirir un protagonismo que en estos momentos, la estadística nos lo indica, no tiene.

Un factor relevante de los viveros es que se orientan hacia empresas con mayores componentes innovadores que la media. Ello implica reconocer que las incubadoras ejercen un efecto tractor sobre cierta tipología de empresas (información y comunicaciones –18,6%–, actividades profesionales, científicas y técnicas –30,6%–). Parece lógico plantear que, en una sociedad en la que se apuesta por cambios de paradigmas y modelos económicos, se potencie desde la administración pública aquellos elementos que puedan impulsar este tipo de actividades. Asumiendo las hipótesis de Stiglitz¹⁷⁵ de intervención de la administración en el sector privado, estaría absolutamente justificada una mayor intensidad de recursos públicos destinada a promover la creación de una mayor proporción de empresas innovadoras.

Es por esto que resulta esclarecedor que un mayor valor de las instalaciones e intangibles puestos a disposición de los emprendedores ha servido para sobrellevar mejor la crisis, pero que, sobre todo, ha permitido generar un mayor número de empresas y empleos a lo largo de la vida de las incubadoras, especialmente en los viveros de oficinas, en contraposición a los industriales. Una de las necesidades detectadas en el estudio con mayor claridad ha sido la de cualificar mejor a los asesores para que puedan estar a la altura y velocidad del crecimiento de las empresas incubadas.

¹⁷⁵ Véase el análisis realizado al respecto en el apartado “6.1.1 La intervención del sector público en el ámbito privado según Stiglitz”.

Como síntesis y refrendo a lo anterior, la opinión de los usuarios de los viveros, tanto sus gestores como los beneficiarios de los mismos, investigada y analizada desde distintas perspectivas, arroja luz sobre las ventajas competitivas que las incubadoras tienen, a juicio de quienes trabajan diariamente en ellas. Y los resultados dicen que existe una mejor impresión sobre aquellos viveros que tienen mayores recursos humanos y una mayor dotación de servicios. Esta impresión se refleja en el hecho de una alta supervivencia de las empresas alojadas en el mismo, lo que casa perfectamente con el retorno de las inversiones realizadas, vía fiscal, por parte de las empresas, dentro, pero, sobre todo, una vez ya no están en las incubadoras.

Por último, planteamos realizar una reflexión acerca de la metodología seguida para la valoración de la rentabilidad social. Y es que, a diferencia de otros estudios, hemos planteado una metodología que permita acompasar el periodo en el que se generan los gastos (que además redefinimos al incorporar el concepto de amortizaciones) con el de ingresos, de tal forma que, económicamente, se produce un ajuste que creemos coherente en el tiempo. De esta forma se da la posibilidad de que los viveros puedan ser económicamente rentables resarciéndose, vía ingresos fiscales, de sus gastos y aportaciones a las empresas que, en su etapa inicial, generan menos ingresos que en su periodo de madurez, que es cuando ya no se encuentran en el vivero del que se beneficiaron en su etapa de mayor debilidad, tanto en número de empleos como de generación de beneficios.

10.2. Conclusiones respecto a la globalidad del estudio

En la Comunidad Valenciana se actuó de manera clara a través de la puesta en marcha de VE para combatir la crisis, sobre todo por parte de los ayuntamientos de la Comunidad Valenciana en el periodo de mayor destrucción de puestos de trabajo (2010-2014). El origen de las incubadoras surgió de programas de la entonces Comunidad Económica Europea, que atisbó que el futuro de la economía ya no estaba en las grandes fábricas, sino en potenciar un tejido de PYME con capacidad y flexibilidad suficientes para generar puestos de trabajo de manera eficiente. En este entorno, resulta pertinente realizar una serie de precisiones acerca de la globalidad del estudio.

1. Existe una diferencia fundamental entre los VE españoles y los originarios en Estados Unidos: su carácter y, sobre todo, el enfoque público frente al enfoque privado de los americanos. Hablamos de esta diferente perspectiva porque son la perspectiva y finalidades de las incubadoras las que los diferencian, no el carácter público o privado de su titular. Este hecho diferencial los va a caracterizar de manera decisiva, ya que sus patrones de actuación y sobre todo de financiación (las incubadoras americanas son mucho más exigentes con los viveristas que las nacionales tanto en el acceso como en el seguimiento de su trayectoria) van a ser diferentes. A partir de esta premisa, el rumbo de las incubadoras de empresas españolas pasa a analizarse desde una perspectiva diferente a la americana, en la que la relación entre las incubadoras de empresas y su vínculo con la responsabilidad social corporativa ha sido estudiada con menor profusión.
2. Los VE se han mostrado como útiles herramientas para el cumplimiento de los objetivos de creación de empresas y empleo. Pero no es suficiente con la existencia de un espacio, más o menos bien dotado de recursos, para que cumplan su misión. Es necesaria la presencia o existencia de recursos humanos cualificados, que permitan un acompañamiento eficiente de las empresas. Esto resulta complicado dentro de la Administración, que evoluciona a una marcha diferente de la que lo hace la empresa privada. Es difícil que los técnicos puedan estar al día de todas las novedades que existen en materia fiscal, contabilidad, *marketing*, redes sociales o financiación. En contraposición, sí debe ser plausible contar con un amplio elenco de profesionales, expertos en las diferentes materias, que presten servicio a las empresas alojadas en las incubadoras. E incluso que una empresa especializa o varias se encarguen de prestar este servicio a varias incubadoras.

Es necesario redefinir el papel y funciones de los VE. A vista de los resultados, ni el enfoque de generar un espacio de bajo coste para las nuevas empresas ni la presencia eventual de un técnico, que en la mayor parte de las ocasiones no tiene la cualificación ni los recursos suficientes para prestar el servicio de asesoramiento que las empresas necesitan, parecen suficientes para

justificar el coste e inversión que se requiere para la puesta en marcha y gestión de una incubadora, por la pérdida de valor que ello supone para el servicio. El verdadero valor añadido de los viveros son los servicios que prestan a las empresas alojadas, por lo que se debe apostar de manera decidida por la formación de sus gestores o la formación de equipos multidisciplinares de apoyo como un instrumento crucial para disponer de incubadoras de calidad. Tal como hemos visto en el punto “6.7.1 **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**”, las incubadoras deberían centrarse en aquellos factores que contribuyen a generar empresas solventes: excelencia, innovación, capacidad para adaptación al cambio, generación de culturas de empresas ganadoras y competitivas.

3. Como verdadero elemento de impacto social, los viveros deben estructurar mecanismos estables que permitan difundir algunos activos intangibles que son (casi) exclusivos de ellos:
 - a. La capacidad de localizar en un único espacio físico a PYME que tienen (o deberían) una mayor propensión a la innovación. Una mayor concentración de empresas innovadoras puede ser gestionada muy eficientemente para generar sinergias con alto impacto en el entorno.
 - b. La experiencia acumulada por las empresas del vivero y sus gestores debería transmitirse de forma organizada a otras empresas nuevas o a otros gestores de viveros. Pocos lugares hay en los que el acopio de información sobre el proceso de puesta en marcha de empresas innovadoras sea más valioso que la que se atesora en las nuevas empresas de una incubadora. Los viveros deberían generar mecanismos formales de transmisión de este *know-how*, lo que generaría nuevos y útiles indicadores de impacto social.
4. Los VE generan empresas que en su nacimiento aportan un número de trabajadores superior a la media de las microempresas (un único trabajador), lo que, unido a unos criterios de selección de empresas, nos conducen a la conclusión de que se trata de herramientas útiles para aumentar el tamaño medio de las empresas, ya que muy pocas de las empresas alojadas en los viveros tienen un único autónomo. Se debería tratar de que el efecto de ajuste de equipos que se ha observado se pudiera enjugar con un crecimiento más

acelerado de la empresa que permitiera mantener esos puestos de trabajo, los cuales además ya cuentan con experiencia en un negocio que con frecuencia es especializado.

5. No parecen existir criterios técnicos claros a la hora de decidir la ubicación de los VE en la Comunidad Valenciana, como lo demuestra el hecho de la disparidad de resultados cuando se compara la densidad de VE respecto al número de actividades y/o cotizantes. Factores ajenos a lo que la lógica de la ubicación espacial podría plantear están presentes en la distribución territorial de las incubadoras de la Comunidad Valenciana.

Resulta paradójico que, pese a contar con una vasta red de centros tecnológicos especializados, no se hayan vinculado unos VE a otros para tratar de generar un caldo de cultivo atractivo para estructuras volcadas de manera permanente en el I+D+I. Tampoco parece que se haya aprovechado la red de infraestructuras viales y de comunicaciones (véase página 211) para establecer incubadoras de empresas, sacando provecho de su localización privilegiada.

6. Los criterios de selección de los aspirantes a los viveros son un factor relevante a la hora de determinar los resultados esperables de los mismos. Es muy llamativo que en ningún caso se evalúe el coste financiero que asume el candidato para determinar su idoneidad para acceder a la incubadora.
7. Existe una mayor tasa de éxito en los VE con mayor antigüedad y, por tanto, experiencia a la hora de prestar asesoramiento a las empresas, lo que viene a corroborar la idea de que la cualificación de los profesionales que están en contacto con las empresas es un factor clave del éxito de la incubadora.
8. Casi la mitad de los viveros no tiene a su gestor de manera presencial en las instalaciones, lo que degenera en un servicio que se centra más en ofrecer infraestructuras y espacios a bajo coste, que una prestación de servicios y asesoramiento a las empresas. La no habitualidad de la presencia del técnico sin que se hayan detectado protocolos de actuación que permitan realizar el seguimiento es un déficit generalizado en los viveros valencianos.

9. De alguna manera las incubadoras deberían establecer procedimientos que contribuyesen a potenciar la creación de las *start-up*. Para ello, seguir los pasos que en la generalidad de casos preceden a una empresa de éxito de este tipo parece un buen comienzo como metodología de trabajo que se ha comprobado como exitosa.

10.3.Recomendaciones

Buena parte de la inspiración para realizar este trabajo vino de la necesidad detectada de hacer propuestas de futuro que, más allá de la exclusiva atención prestada a las incubadoras de empresas, podían tener impacto en lo que denominamos ‘ecosistema emprendedor’. Han sido muchas las experiencias y conocimientos aprendidos con la elaboración de esta tesis, y también entendemos muchas las aportaciones realizadas a la misma a partir de la experiencia y maduración de las ideas recogidas. A modo de epílogo, presentamos a continuación una serie de conclusiones y planteamientos de futuro.

A partir del desarrollo del trabajo, de las conclusiones analizadas y de todo el conocimiento incorporado a este proceso, nos permitimos realizar una serie de propuestas que opinamos pueden ser de utilidad, tanto para futuros investigadores como para los dirigentes públicos que tienen en sus manos la programación de las acciones que han de favorecer la puesta en marcha de empresas.

- a) Existe una asincronía entre el esfuerzo en recursos por parte de las entidades que realizan la inversión y el gasto en la puesta en marcha y la administración que recibe los ingresos generados por esas actividades. Es cierto que las administraciones locales, cámaras de comercio, Administración estatal y universidades reciben de forma más o menos directa financiación estatal y autonómica, pero no es menos cierto que no se tiene en consideración ni el número de empresas creadas en un territorio, ni las empresas innovadoras que se han generado, ni las acciones puestas en marcha para ello, ni su efectividad.

Factores como la población o el consumo (Ré Soriano y Portillo Navarro, 2011) son las referencias indirectas que se toman para la valoración de las transferencias de las administraciones estatales y autonómicas hacia sus estructuras dependientes. Sería importante que se considerasen los esfuerzos y sobre todo los resultados de las políticas que en el ámbito autonómico y local/institucional se realizan para promover la innovación. Una política mixta que premiara los resultados en innovación aplicada, esto es, que se evaluara y primara la comercialización en sectores estratégicos, sería un elemento muy importante que tendría en los VE un relevante elemento catalizador.

- b) Se debe trabajar de manera más intensa para favorecer que las personas tengan más y mejores habilidades para ser competentes y apostar por nuevas actividades y negocios de tipo innovador. Esto es un factor cultural y estrechamente vinculado a la educación. No nos extenderemos sobre este punto, pero la incorporación de contenidos como el fomento del espíritu emprendedor, la capacidad de trabajo en equipo, la proactividad, cierta cultura financiera y, sobre todo, imbuir una constante búsqueda y carácter innovador son esenciales para que cualquier herramienta que pretenda tener resultados positivos pueda alcanzarlos.
- c) Es esencial articular procedimientos que se encaminen a las fases iniciales de la puesta en marcha de una empresa o actividad. La detección de ideas, la elaboración de planes de negocios adaptados tanto a la actividad como a las personas que los han de plasmar en realidades es absolutamente crucial. Se trata de que, en el proceso de creación de empresas, los aspirantes a acceder a un VE estén bien preparados, con ideas de negocio bien articuladas y estudiadas, dentro de la dificultad que esto conlleva. La incorporación de mentores externos que tengan contactos en los principales núcleos donde se generan ideas potencialmente innovadores y convertibles en tecnología (universidades, centros de investigación, institutos de formación profesional, asociaciones empresariales, etc.) sería un elemento muy importante para detectar y hacer aflorar proyectos con potencial. Este proceso de apoyo a las fases iniciales de

una empresa no es rentable desde el punto de vista político y de gasto, pero es esencial por su impacto a medio y largo plazo.

- d) Reforzando lo anterior, la puesta en marcha de 'incubadoras virtuales' encaminadas a prestar servicios en estas fases iniciales, referenciadas e identificadas como tales, supondría un refuerzo a la estrategia. Las incubadoras virtuales podrían estar gestionadas por las mismas entidades que ahora tienen incubadoras físicas, ya que tienen todos los recursos para ello. Sería una extensión de su actividad actual y el coste de su puesta en marcha sería mínimo, pudiendo utilizar en muchos casos los servicios de las incubadoras de empresas físicas.
- e) Como parte de una estrategia a más largo plazo de marcado carácter institucional y alcance autonómico, resulta más importante destinar cada vez una mayor cantidad de recursos a las empresas de nueva creación que favorecer a las consolidadas que se encuentran en los viveros, y ello hay que hacerlo de manera diferenciada. Hemos visto que las nuevas empresas tienen un mayor dinamismo tanto en creación de empleo como en su capacidad de adaptación al mercado, por lo que en un momento de 'cambio de modelo productivo' esta consigna adquiere mayor relevancia.
- f) Debería establecerse un mecanismo de compensación a las entidades que pusieran en marcha VE que tuvieran éxito. Y con esto nos referimos que tanto las cámaras de comercio, universidades, CEEIs o Entidades Locales, deberían verse incentivados a aplicar recursos para gestionar de manera eficiente sus recursos y estar plenamente enfocados a su finalidad, como es la de acelerar la creación de empresas innovadoras. Más allá del retorno social que hemos visto en el trabajo, la generación de empresas punteras en sectores estratégicos es un factor relevante en estos momentos en los que tratamos de rediseñar nuestra economía. Estas entidades actuarían monitorizando todas las posibles fuentes de innovación y realizarían un seguimiento formal de aquellos proyectos con posibilidades de éxito.
- g) La acción de los VE debería estar coordinada con el entorno en el que se encuentran. Esto significa que se debería planificar qué tipo de empresas se

pretenden potenciar, y realizar intervenciones específicas para fomentarlas, siendo la existencia de un VE un factor incentivador más. Pero todas las administraciones deberían trabajar coordinadas para alinearse en ese mismo objetivo. Los viveros, habida cuenta del gasto que suponen, deberían centrarse en tipologías específicas de empresas. Siendo cierto que en muchas ocasiones estas empresas/proyectos no existen, es la razón para que se articulen intervenciones que las potencien.

- h) A la vista de lo analizado en la bibliografía, estudios y trabajo de campo, nos permitimos la sugerencia de proponer la realización de un estudio en profundidad sobre los VE en todo el territorio nacional, de tal forma que se pueda incorporar un mapa de recursos de servicios y alojamiento a disposición de los potenciales usuarios. Además, sería un proyecto que debería referirse no sólo a una enumeración de las instalaciones y servicios básicos (de la que buena parte ya hemos realizado a partir de este trabajo de tesis), sino a determinar la tipología y alcance de los mismos. Existen algunos estudios parciales al respecto (limitados por el espacio territorial al que se centran, o bien por lo liviano de los datos analizados), pero su concentración no permite tener una idea global de las incubadoras españolas en su conjunto.

Se ha podido comprobar que existe un efecto positivo de las incubadoras de empresas en el ámbito de la promoción de empresas innovadoras. Se debería impulsar una mayor orientación de las incubadoras hacia este tipo de empresas, lo que implica una reflexión sobre los criterios de acceso de los proyectos y empresas a estos servicios. De un lado, cabe cuestionarse acerca del coste económico que para las entidades promotoras supone tener un despacho o ubicación vacía, a la espera de que llegue una empresa de interés. Pero no es menos cierto que una reflexión a gran escala debería permitir valorar qué se debe hacer con aquellos proyectos innovadores que necesitan una ubicación y un seguimiento como el que se debe prestar en las incubadoras. Son estas empresas las que van a reportar un beneficio social vía ingresos fiscales y una verdadera transformación del tejido productivo local. Esta reorientación de las

incubadoras reforzaría su papel como referente en la generación de innovación asociada a la figura de las incubadoras.

- i) Los VE, y a vista de la evolución de los *Business Incubators* de Estados Unidos, deben liderar un papel nuclear en la generación de redes inter-empresariales. Si se trata de generar relaciones entre PYME, las incubadoras deben ser proactivas, sistemáticas en esta función. Y esto obliga a concederles un papel mucho más activo, en el que jueguen un papel de consolidación del territorio en torno a la figura del emprendimiento innovador. Es necesario estructurar una mayor relación que otorgue notoriedad y que permita que los viveros se constituyan en una referencia entre los centros de investigación, impulsando las *spin-off* empresariales; dentro de las universidades deben fomentar la cultura emprendedora entre todo tipo de alumnado, no sólo el investigador.
- j) Los viveros deberían constituirse en un epicentro de actividad emprendedora en su entorno, formalizando estructuras que les permitan llegar a otras entidades potenciales generadoras de proyectos emprendedores especializados (centros de investigación, universidades...) y volcar toda su experiencia en ellos. Los VE deberían potenciar la comunicación de sus éxitos, de sus firmas de referencia, de sus logros. Es necesario consolidar su imagen a través de campañas específicas.
- k) A vista de los impactos de las incubadoras, parece relevante proponer a los VE que planteen actuaciones para provocar una mayor rotación de empresas en sus instalaciones, de tal forma que un número cada vez mayor de empresas se beneficie de la calidad de sus servicios, que habrá de ser creciente, como hemos visto en el estudio. Una mayor rotación provocará mayores ingresos fiscales y si ello se acompaña de un seguimiento de las empresas el resultado fiscal se incrementaría. Se debería plantear una reconsideración de los periodos de estancia y complementar a las empresas que no cumplen los requisitos de crecimiento previstos con otro tipo de ayudas, pero una vez se encuentren fuera de las incubadoras.

- l) Los VE deben ser capaces de contribuir a la mejora y especialización de sectores estratégicos que se hayan definido previamente por las entidades rectoras de propio territorio. Unido de manera relevante a lo que es la planificación estratégica, los viveros deberían establecerse en aquellos emplazamientos donde realmente existiese una demanda de este tipo de servicios, servicios que además deberían estar bien definidos para tratar de contener la vertiente inmobiliaria en la que algunas incubadoras se han convertido. En este sentido y en línea con varios investigadores, apostamos por una mayor especialización de las incubadoras para acoger a empresas de sectores específicos a las que aporten mayor valor especializado.
- m) Resulta de interés contar con un registro general al que se incorporen todas las empresas alojadas en los VE, con el objeto de poder hacer un seguimiento de las firmas que acceden y que luego salen de los mismos, ya que constituyen una fuente también como 'recurso social' en el que poder apoyarse en base a su experiencia única en la puesta en marcha de empresas, muchas de ellas en sectores emergentes.

Son muchas las opciones que a partir de este estudio quedan abiertas de cara al futuro. Análisis cualitativos y cuantitativos, modelización de empresas, generación de espacios de experiencias entre gestores de viveros, perfeccionar las variables por las que se ha de regir la gestión de las incubadoras son solo algunas de las posibilidades que quedan abiertas a posteriores investigaciones.

En Alicante, a 1 de enero de 2016

Eloy Sentana Gadea

11. Anexos

11.1. Cuestionario dirigido al gerente o responsable del vivero de empresas

Información de contacto

P1. Indique el nombre o denominación del vivero de empresas:

P2. Dirección física del vivero (*nombre de vía, número, código postal, municipio, ubicación en polígono industrial, universidad, parques tecnológicos o empresariales, etc.*):

P3. Página Web del vivero de empresas:

P4. Teléfono de contacto:

P5. Correo electrónico de contacto:

P6. Año de construcción del vivero (*o adaptación del inmueble destinado a tal fin*):

P7. Indique la fecha (mes y año) de la primera empresa o emprendedor alojado en el vivero:

Modalidad de alojamiento, titularidad, gestión y orientación del vivero
--

P8. Indique la modalidad de alojamiento del vivero. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Físico-presencial (las empresas están alojadas físicamente en el vivero)	<input type="checkbox"/>
(2) Virtual (disponen de todos los servicios del vivero pero sin alojarse físicamente)	<input type="checkbox"/>
(3) Ambas modalidades (pasar a P8.1.)	<input type="checkbox"/>

P8.1. Si en P8 indicó “Ambas modalidades”, indique el porcentaje de empresas físicas y virtuales:

Físicas (%): Virtuales (%): Total = 100%

P9. De la siguiente lista de opciones, indique qué entidad es la titular del vivero y qué entidad lo gestiona. Si es necesario indique el nombre del titular o gestor en la pregunta P9.1.

	G. Valenciana	Diputación	Ayuntamiento	Universidad/P.T	C. Comercio	Otros
Titular	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

P9.1. Indique el nombre de la entidad titular y/o gestora del vivero empresarial:

P10. ¿Cuál es el tipo de tenencia del inmueble donde se ubica el vivero?

(1) Propiedad	<input type="checkbox"/>
(2) Alquiler	<input type="checkbox"/>
(3) Concesión	<input type="checkbox"/>
(4) Otros tipos (indique):	<input type="checkbox"/>

P11. ¿Tiene la entidad gestora del vivero vinculaciones o relaciones con otras entidades similares? Marque con una X todas las opciones que procedan. Si es necesario escriba el nombre de la entidad o institución con la que tiene vinculaciones en la pregunta P11.1.

(1) El vivero forma parte de una red de viveros de empresas de ámbito nacional	<input type="checkbox"/>
(2) El vivero forma parte de una red de viveros de empresas de ámbito internacional	<input type="checkbox"/>
(3) El vivero tiene vinculaciones con universidades o centros de investigación	<input type="checkbox"/>
(4) El vivero tiene vinculaciones con empresas privadas	<input type="checkbox"/>
(5) Otros (indique):	<input type="checkbox"/>

P11.1. Indique el nombre de las entidades, instituciones o redes con las que ha suscrito acuerdos:

P12. A continuación le presentamos una lista de tipos de viveros de empresas atendiendo al perfil de emprendedor. Marque con una X todas las opciones que procedan.

(1) Semillero de empresas (emprendedores que aún no han constituido la empresa)	<input type="checkbox"/>
(2) Dirigido a emprendedores con empresa constituida con antigüedad igual o inferior a 1 año	<input type="checkbox"/>
(3) Dirigido a emprendedores con empresa constituida con antigüedad superior a 1 año	<input type="checkbox"/>
(4) <i>Spin off</i> de una empresa ya constituida	<input type="checkbox"/>
(5) <i>Spin off</i> de departamento de investigación universitario	<input type="checkbox"/>
(6) Vivero de empresas dirigido a todo tipo de emprendedores	<input type="checkbox"/>
(7) Otros (indique):	<input type="checkbox"/>

P13. A continuación le presentamos una lista de tipos de viveros de empresa atendiendo a su orientación sectorial. Marque con una X todas las opciones que procedan.

(1) Alta tecnología: creación de empresas altamente especializadas	<input type="checkbox"/>
(2) Tecnología intermedia: creación de empresas semiespecializadas	<input type="checkbox"/>
(3) Industrial: orientado exclusivamente a sectores industriales	<input type="checkbox"/>
(4) Servicios	<input type="checkbox"/>
(5) General: puede alojar a cualquier tipo de empresa y sector	<input type="checkbox"/>
(6) Otros (indique):	<input type="checkbox"/>

P14. Indique en meses el tiempo máximo de estancia en el vivero de un emprendedor:

P15. ¿Cuál es la capacidad máxima de alojamiento del vivero? Indique el número de emprendedores y/o empresas que pueden estar alojadas al mismo tiempo:

P16. ¿Utiliza el equipo gestor del vivero algún tipo de estrategia promocional para atraer a emprendedores? Marque con una X todas las opciones que procedan.

(1) Artículos, comunicaciones, etc., en prensa (incluyendo prensa digital)	<input type="checkbox"/>
(2) Información en su propia página Web	<input type="checkbox"/>
(3) Información en otras páginas Web (de otras entidades)	<input type="checkbox"/>
(4) Realización de charlas y/o talleres (en el propio vivero o en otras dependencias)	<input type="checkbox"/>
(5) Realización o participación en jornadas, eventos, etc., de fomento del emprendimiento	<input type="checkbox"/>
(6) Otros (indique):	<input type="checkbox"/>

Equipamiento, dotaciones y servicios del vivero

P17. A continuación le presentamos una lista de dotaciones y equipamiento de un vivero empresarial estándar. Marque con una X todas con las que cuente actualmente el vivero.

(1) Despachos del gestor y de la plantilla de trabajadores del vivero	<input type="checkbox"/>
(2) Despachos para emprendedores	<input type="checkbox"/>
(3) Naves industriales para emprendedores	<input type="checkbox"/>
(4) Sala de reuniones	<input type="checkbox"/>
(5) Salas para realizar acciones formativas	<input type="checkbox"/>
(6) Salas de videoconferencia	<input type="checkbox"/>
(7) Salas con equipos informáticos disponibles para emprendedores	<input type="checkbox"/>
(8) Cafetería/restaurante	<input type="checkbox"/>
(9) Aparcamiento	<input type="checkbox"/>
(10) Baños	<input type="checkbox"/>
(11) Aire acondicionado	<input type="checkbox"/>

(12) Calefacción	<input type="checkbox"/>
(13) Servicio de Internet (en despachos y/o naves industriales de emprendedores)	<input type="checkbox"/>
(14) Fotocopiadora	<input type="checkbox"/>
(15) Teléfono (en despachos y/o naves industriales de emprendedores)	<input type="checkbox"/>
(16) Mobiliario de oficina (en despachos y/o naves industriales de emprendedores)	<input type="checkbox"/>
(17) Página Web del vivero	<input type="checkbox"/>
(18) Otros (indique):	<input type="checkbox"/>

P18. Indique la superficie total en metros cuadrados del vivero. Incluyendo todas las instalaciones: despachos, naves industriales, espacios comunes, aparcamiento, etc.

P19. Indique la superficie total en metros cuadrados de cada uno de los despachos y/o naves industriales disponibles para emprendedores. Si el vivero dispone de despachos y/o naves industriales con diferentes superficies, siga el ejemplo: despacho 1 = 50; despachos 2 = 75; nave 1 = 150; nave 2 = 250, etc.

P20. A continuación le presentamos una lista estándar de oferta de servicios. Marque con una X todos los que ofrece actualmente el vivero, diferenciando si el servicio es realizado directamente por la plantilla de trabajadores o a través de empresas subcontratadas proveedoras del vivero (terceros).

Servicios	Direct.	Terceros
(1) Servicio de recepción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) Servicio de secretariado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) Seguridad y vigilancia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) Limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) Servicio de traducción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) Asesoramiento en la creación del plan de negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) Asesoramiento contable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(8) Asesoramiento fiscal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Anexos

11.1. Cuestionario dirigido al gerente o responsable del vivero de empresas

(9) Asesoramiento jurídico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(10) Asesoramiento en gestión de recursos humanos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(11) Asesoramiento en <i>marketing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(12) Asesoramiento en diseño gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(13) Asesoramiento en comercialización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(14) Asesoramiento en comercio internacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(15) Asesoramiento tecnológico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(16) Asesoramiento en propiedad intelectual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(17) Seguimiento y tutelaje del emprendedor en el periodo de incubación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(18) Seguimiento post incubación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(19) Asesoramiento financiero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(20) Asesoramiento en ayudas y subvenciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(21) Asesoramiento en financiación informal: <i>Business Angels</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(22) Asesoramiento en financiación informal: Capital riesgo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(23) Red de proveedores a disposición del emprendedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(24) Red de potenciales clientes a disposición del emprendedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(25) Otros (indique):	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Recursos humanos y económicos del vivero

P21. ¿Cuántas personas trabajan en el vivero (plantilla de trabajadores)? Indique el número de personas y el cargo o puesto que ocupan. Ejemplo: 1 gestor, 1 auxiliar administrativo, 1 técnico en asesoramiento, etc.

P22. ¿Cuántas horas semanales dedica a la gestión del vivero el gestor o responsable? Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) 10 horas o menos	<input type="checkbox"/>
(2) 11-20 horas	<input type="checkbox"/>
(3) 21-30 horas	<input type="checkbox"/>

(4) Jornada completa	<input type="checkbox"/>
(5) Otro (indique):.....	<input type="checkbox"/>

P22.1. Indique la máxima titulación académica obtenida por el gestor o responsable del vivero.
Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Doctor / master	<input type="checkbox"/>
(2) Licenciado	<input type="checkbox"/>
(3) Diplomado	<input type="checkbox"/>
(4) Ciclo formativo de grado superior	<input type="checkbox"/>
(5) Ciclo formativo de grado medio	<input type="checkbox"/>
(6) Formación secundaria	<input type="checkbox"/>
(7) Formación primaria	<input type="checkbox"/>
(8) Sin formación	<input type="checkbox"/>

P22.2. Indique la experiencia laboral en meses del gestor del vivero en su puesto actual.
Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) 6 meses o menos tiempo	<input type="checkbox"/>
(2) 7-12 meses	<input type="checkbox"/>
(3) 13-18 meses	<input type="checkbox"/>
(4) 19-24 meses	<input type="checkbox"/>
(5) 25-36 meses	<input type="checkbox"/>
(6) 37 meses o más	<input type="checkbox"/>

P22.3. Indique la experiencia laboral en meses del gestor del vivero en cargos de responsabilidad en el sector privado. *Marque con una X solo una de las siguientes opciones.*

(1) Sin experiencia	<input type="checkbox"/>
(2) 6 meses o menos tiempo	<input type="checkbox"/>
(3) 7-12 meses	<input type="checkbox"/>
(4) 13-18 meses	<input type="checkbox"/>

11. Anexos

11.1. Cuestionario dirigido al gerente o responsable del vivero de empresas

(5) 19-24 meses	<input type="checkbox"/>
(6) 25-36 meses	<input type="checkbox"/>
(7) 37 meses o más	<input type="checkbox"/>

P22.4. Indique la retribución bruta mensual (euros) del gestor del vivero proporcional al tiempo dedicado a la gestión del vivero. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) 1.000€ o menos	<input type="checkbox"/>
(2) 1.001-1.300€	<input type="checkbox"/>
(3) 1.301-1.500€	<input type="checkbox"/>
(4) 1.501-2.000€	<input type="checkbox"/>
(5) 2.001-2.500€	<input type="checkbox"/>
(6) 2.501-3.000€	<input type="checkbox"/>
(7) 3.001€ o más	<input type="checkbox"/>

P22.5. Indique la retribución bruta mensual (euros) de los trabajadores del vivero proporcional al tiempo dedicado al vivero. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

Salario	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13
(1) 600€ o menos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 601-1.000€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 1.001-1.500€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 1.501-2.000€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 2.001-2.500€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 2.501-3.000€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 3.001€ o más	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

P23. ¿Con qué periodicidad se realizan reuniones técnicas (seguimiento) con los emprendedores? Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Nunca	<input type="checkbox"/>
(2) 1 al mes	<input type="checkbox"/>

(3) 1 al trimestre	<input type="checkbox"/>
(4) 1 al semestre	<input type="checkbox"/>
(5) 1 al año	<input type="checkbox"/>
(6) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P24. Indique el coste total en euros de la construcción y/o acondicionamiento del vivero. Incluyendo todos los conceptos: dirección facultativa, obras, etc.

P24.1. Del coste total de construcción y/o acondicionamiento del vivero, desglose proporcionalmente la procedencia de los fondos. Ejemplo: 70% de fondo europeos, 20% de subvenciones de otras entidades, 10% de fondos de la propia entidad titular del vivero; el total debe ser igual al 100%.

P25. Indique el gasto total (euros) en sueldos y salarios de la plantilla de trabajadores del vivero en el año 2014.

P25.1. De los gastos totales en sueldos y salarios, desglose proporcionalmente la procedencia de los fondos. Ejemplo: 70% de fondo europeos, 20% de subvenciones de otras entidades, 10% de fondos de la propia entidad titular del vivero; el total debe ser igual al 100%.

P26. Indique el gasto total (euros) de mantenimiento y otros gastos asociados al funcionamiento del vivero (electricidad, agua, telefonía, Internet, limpieza, seguridad, impuestos, etc.) en el año 2014.

P26.1. De lo gastos totales de mantenimiento y otros gastos asociados al funcionamiento, desglose proporcionalmente la procedencia de los fondos. Ejemplo: 70% de fondo europeos, 20% de subvenciones de otras entidades, 10% de fondos de la propia entidad titular del vivero; el total debe ser igual al 100%.

P27. Indique el volumen de ingresos (euros) que ha recibido el vivero (ingresos por alojamientos de emprendedores, otras actividades asociadas al vivero, aportaciones privadas, etc.), excluyendo ayudas y subvenciones públicas, en el año 2014.

Emprendedores

P28. ¿Cuántos emprendedores han solicitado alojarse en el vivero desde que éste inicio la actividad hasta diciembre de 2014?

P29. ¿Cuántos emprendedores han estado alojados en el vivero desde que éste inicio la actividad hasta diciembre de 2014?

P29.1. ¿Cuántos emprendedores han abandonado el vivero desde que éste inició la actividad hasta diciembre de 2014?

P29.2. Y de las empresas que finalizaron su periodo de incubación desde que el vivero inició la actividad hasta diciembre de 2014, ¿cuántas continúan en activo?

P30. ¿Cuántos puestos de trabajo han generado los emprendedores alojados en el vivero desde que éste inicio la actividad hasta diciembre de 2014?

P31. A fecha de realización de esta entrevista, ¿cuántos emprendedores y/o empresas hay alojados en el vivero de empresas tanto física como virtualmente?

Físicamente:

Virtualmente:

P32. A continuación le presentamos una lista estándar de criterios y/o requisitos de entrada solicitados a los emprendedores para poder alojarse en el vivero. Marque con una X los cinco que considere más importantes.

(1) Viabilidad económica del plan de negocio	<input type="checkbox"/>
(2) Sector económico al que se dirige el emprendedor	<input type="checkbox"/>
(3) Grado de innovación del proyecto empresarial	<input type="checkbox"/>
(4) Proyecto generador de puestos de trabajo	<input type="checkbox"/>
(5) Experiencia profesional previa del emprendedor	<input type="checkbox"/>
(6) Que el emprendedor resida en el municipio donde se ubica el vivero	<input type="checkbox"/>

(7) Que el emprendedor resida en la Comunidad Valenciana	<input type="checkbox"/>
(8) Características específicas del emprendedor: mujer, menor de 30 años, etc.	<input type="checkbox"/>
(9) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P33. ¿Qué tipo de relación contractual se establece entre el emprendedor y el vivero de empresas? Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Contrato de arrendamiento	<input type="checkbox"/>
(2) Contrato de adhesión a un servicio	<input type="checkbox"/>
(3) No se establece un contrato regulado	<input type="checkbox"/>
(4) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P34. Si el emprendedor está obligado a un pago mensual por alojarse, indique el precio por metro cuadrado que paga.

P35. Si el emprendedor está obligado a depositar una fianza por su alojamiento, indique el número de meses y cuantía (euros).

P36. ¿Cómo se fija el precio que ha de pagar el emprendedor por alojarse en el vivero?

P36.1. ¿Qué entidad fija el precio?

P37. Por favor, describa brevemente los principales derechos y obligaciones que asume el emprendedor al alojarse en el vivero.

Opiniones y valoraciones del gerente o responsable del vivero

P38. En su opinión, ¿cuáles son las principales dificultades con las que se encontrará el emprendedor una vez haya terminado su estancia en el vivero? Marque con una X las cuatro principales.

(1) Escasa formación en gestión empresarial	<input type="checkbox"/>
(2) Desconocimiento del mercado al que se dirige	<input type="checkbox"/>

11. Anexos

11.1. Cuestionario dirigido al gerente o responsable del vivero de empresas

(3) Dificultades tecnológicas	<input type="checkbox"/>
(4) Dificultad para obtener financiación bancaria	<input type="checkbox"/>
(5) Dificultad para obtener financiación informal	<input type="checkbox"/>
(6) Dificultad para encontrar socios o compañeros adecuados	<input type="checkbox"/>
(7) Reducida capacidad para comercializar sus productos o servicios	<input type="checkbox"/>
(8) Idea de negocio con elevada competencia en el mercado	<input type="checkbox"/>
(9) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

En las siguientes afirmaciones, indique su nivel de acuerdo en una escala de 5 puntos: 1 = totalmente en desacuerdo / 5 = totalmente de acuerdo.

P39. El estado de conservación física del vivero es adecuado para alojar a emprendedores. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P40. La oferta de servicios del vivero es adecuada para cubrir las necesidades de los emprendedores. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P41. El precio por alojamiento que paga el emprendedor está por debajo del precio de mercado. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P42. Los servicios de asesoramiento que reciben los emprendedores son impartidos por profesionales cualificados y con experiencia demostrable. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P43. Los conocimientos y capacidades profesionales del equipo gestor son adecuados para cubrir las necesidades de los emprendedores. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P44. El vivero de empresas que gerencia no es rentable en términos económicos sin ayudas públicas, pero sí socialmente porque ayuda a generar puestos de trabajo. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P45. La Comunidad Valenciana es la tercera región a nivel nacional con más viveros de empresas y según algunos medios de comunicación en muchos municipios se prevé la apertura de más viveros en los próximos años. La apertura de nuevos viveros responde más a intereses políticos que a una necesidad real por parte de la sociedad. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P46. Por favor, escriba cualquier observación, comentario o aportación no recogido en esta entrevista.

11.2. Cuestionario dirigido a emprendedores actualmente alojados y egresados del vivero de empresas

Información de contacto

P1. Indique el nombre de su proyecto empresarial, nombre comercial o razón social de la empresa.

P2. Escriba el nombre y dirección del vivero de empresas en el que está o estuvo alojado.

P3. Seleccione en el siguiente desplegable la fecha de su entrada en el vivero.

P4. Describa brevemente la actividad del proyecto empresarial o de la empresa: *idea de negocio, definición de la actividad, sector económico, etc.*

P5. Teléfono de contacto.

P6. Correo electrónico de contacto.

P7. Página Web, blog, etc., del proyecto empresarial o de la empresa.

Situación actual del emprendedor líder del proyecto

P8. Antes de alojarse en el vivero, ¿cuál era su situación laboral? Marque con una X todas las opciones que procedan.

- | | |
|---|--------------------------|
| (1) Estudiante | <input type="checkbox"/> |
| (2) Ya tenía constituida mi empresa con una antigüedad igual o inferior a 1 año | <input type="checkbox"/> |

(3) Ya tenía constituida mi empresa con una antigüedad superior a 1 año	<input type="checkbox"/>
(4) Era trabajador de otra empresa de la misma actividad que desarrollo actualmente	<input type="checkbox"/>
(5) Era trabajador de otra empresa de distinta actividad que desarrollo actualmente	<input type="checkbox"/>
(6) Desempleado con prestación por desempleo	<input type="checkbox"/>
(7) Desempleado sin prestación por desempleo	<input type="checkbox"/>
(8) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P9. ¿Cuál es actualmente la situación de su proyecto empresarial? Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Fase inicial: en fase de viabilidad del proyecto	<input type="checkbox"/>
(2) He iniciado la actividad pero aún no he constituido la empresa	<input type="checkbox"/>
(3) He constituido la empresa	<input type="checkbox"/>
(4) Ya no estoy alojado en el vivero	<input type="checkbox"/>
(5) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P9.1. Si ya ha constituido jurídicamente la empresa, ¿podría indicarme la fecha de constitución?

P9.2. ¿Podría indicarme la condición jurídica de la empresa? Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Empresario autónomo	<input type="checkbox"/>
(2) SL	<input type="checkbox"/>
(3) SLL	<input type="checkbox"/>
(4) SLU	<input type="checkbox"/>
(5) CB	<input type="checkbox"/>
(6) SAU	<input type="checkbox"/>
(7) SA	<input type="checkbox"/>
(8) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P10. Si ya no está alojado en el vivero, ¿podría indicarme cuál ha sido el motivo principal de su salida? Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Finalización del periodo de incubación: continúo con la actividad en otra ubicación	<input type="checkbox"/>
(2) Finalización del periodo de incubación: no continúo con la actividad	<input type="checkbox"/>
(3) He salido del vivero antes de finalizar el periodo de incubación: traslado a otra ubicación	<input type="checkbox"/>
(4) He salido del vivero antes de finalizar el periodo de incubación: el proyecto no era viable	<input type="checkbox"/>
(5) He salido del vivero antes de finalizar el periodo de incubación: he encontrado trabajo	<input type="checkbox"/>
(6) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P10.1. Si ya no continua con la actividad, ¿podría indicarme cuáles han sido los motivos principales? Marque con una X las dos opciones principales.

(1) Problemas de financiación	<input type="checkbox"/>
(2) Problemas personales	<input type="checkbox"/>
(3) Problemas con los socios y/o trabajadores	<input type="checkbox"/>
(4) Problemas de viabilidad comercial	<input type="checkbox"/>
(5) Problemas con la gestión y/o organización del vivero de empresas	<input type="checkbox"/>
(6) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

Recursos humanos, económicos y técnicos del proyecto empresarial

P11. ¿Cuántas personas están vinculadas a su proyecto empresarial? Indique el número total de componentes: socios trabajadores, socios capitalistas, empleados, etc.

P11.1. ¿Cuántas mujeres están vinculadas a su proyecto empresarial?

P11.2. ¿Cuántos socios trabajadores están vinculados a su proyecto empresarial?

P11.3. ¿Cuántos socios capitalistas están vinculados a su proyecto empresarial?

P11.4. ¿Cuántos empleados están vinculados a su proyecto empresarial?

P12. Perfil del líder o principal promotor del proyecto empresarial: género

(1) Hombre	<input type="checkbox"/>
(2) Mujer	<input type="checkbox"/>

P12.1. Perfil del líder o principal promotor del proyecto empresarial: edad

P12.2. Perfil del líder o principal promotor del proyecto empresarial: nivel de estudios máximo alcanzado. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Doctorado	<input type="checkbox"/>
(2) Licenciado	<input type="checkbox"/>
(3) Diplomado	<input type="checkbox"/>
(4) Ciclo formativo de grado superior	<input type="checkbox"/>
(5) Ciclo formativo de grado medio	<input type="checkbox"/>
(6) Estudios secundarios	<input type="checkbox"/>
(7) Estudios primarios	<input type="checkbox"/>
(8) Sin formación	<input type="checkbox"/>
(9) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P12.3. Perfil del líder o principal promotor del proyecto empresarial: situación laboral actual. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Sin contrato	<input type="checkbox"/>
(2) Autónomo	<input type="checkbox"/>
(3) Contratado por la empresa a tiempo parcial	<input type="checkbox"/>
(4) Contratado por la empresa a tiempo completo	<input type="checkbox"/>
(5) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P12.4. Perfil del líder o principal promotor del proyecto empresarial: experiencia laboral. Indique el número de años trabajando, si no tiene experiencia previa dejar la casilla en blanco.

P12.5. Perfil del líder o principal promotor del proyecto empresarial: experiencia laboral previa relacionada con el proyecto empresarial. Indique el número de años trabajando, si no tiene experiencia previa dejar la casilla en blanco.

P12.6. Perfil del líder o principal promotor del proyecto empresarial: salario bruto al mes (euros).

P13. ¿Podría indicar la inversión inicial (euros) para poner en marcha el proyecto empresarial/empresa? Incluya todos los conceptos: constitución, recursos técnicos, físicos, humanos, etc.

P14. ¿Ha recibido alguna ayuda o subvención pública tanto para el inicio de la actividad como por otros conceptos? Indique cuantía en euros e institución u organismo que le ha concedido la ayuda. Si no ha recibido ayudas dejar la casilla en blanco.

P15. ¿Podría indicarme cuál ha sido la facturación (euros) en el ejercicio 2014? Si no ha facturado dejar la casilla en blanco.

P15.1. ¿Podría indicarme cuál ha sido la facturación (euros) en el ejercicio 2013? Si no ha facturado dejar la casilla en blanco.

P15.2. ¿Podría indicarme cuál ha sido la facturación (euros) en el ejercicio 2012? Si no ha facturado dejar la casilla en blanco.

P16. ¿Podría indicarme cuál ha sido el beneficio bruto (euros) en el ejercicio 2014? Si no ha tenido beneficios dejar la casilla en blanco.

P16.1 ¿Podría indicarme cuál ha sido el beneficio bruto (euros) en el ejercicio 2013? Si no ha tenido beneficios dejar la casilla en blanco.

P16.2 ¿Podría indicarme cuál ha sido el beneficio bruto (euros) en el ejercicio 2012? Si no ha tenido beneficios dejar la casilla en blanco.

P17. ¿Podría indicarme el número actual de clientes? *Si no tiene clientes dejar la casilla en blanco.*

P17.1. ¿Podría indicarme, en porcentaje, la localización geográfica de sus clientes? *Si no tiene clientes dejar la casilla en blanco.*

(1) Municipio donde me alojo	
(2) Comunidad Valenciana (excepto municipio donde me alojo)	
(3) Nacional (excepto Comunidad Valenciana)	
(4) Internacional (pasar a P17.2)	
Total	100%

P17.2. ¿Podría indicarme los países donde se localizan sus clientes? *Si no tiene clientes dejar la casilla en blanco.*

P17.3. ¿Podría indicarme, en porcentaje, el tipo de clientes que tiene? *Si no tiene clientes dejar la casilla en blanco.*

(1) Administraciones públicas	
(2) Empresas privadas	
Total	100%

Características del alojamiento y de los servicios recibidos

P18. ¿Podría indicarme el tipo de alojamiento donde está actualmente? *Marque con una X todas las opciones que procedan.*

(1) Despacho individual	<input type="checkbox"/>
(2) Despacho compartido	<input type="checkbox"/>
(3) Nave industrial individual	<input type="checkbox"/>
(4) Nave industrial compartida	<input type="checkbox"/>

(5) Otro (indique): |

P18.1. ¿Podría indicarme la superficie en metros cuadrados del despacho/s o de la nave/es industrial/es donde está alojado?

P19. ¿Cuánto paga mensualmente (euros) por el alojamiento en el vivero? Si no paga por alojarse dejar la casilla en blanco.

Opiniones y valoraciones del emprendedor líder del proyecto

P20. ¿Si no hubiera podido acceder a alojarse en el vivero de empresas, hubiera continuado con el proyecto empresarial en otra ubicación? Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

(1) Sí	<input type="checkbox"/>
(2) No	<input type="checkbox"/>
(3) No lo sé	<input type="checkbox"/>

P21. ¿Podría indicarme el principal motivo para instalarse en un vivero de empresas? Marque con una X un máximo de dos opciones.

(1) Por el precio de alojamiento	<input type="checkbox"/>
(2) Por estar en contacto con otros emprendedores y empresas	<input type="checkbox"/>
(3) Por los servicios de asesoramiento	<input type="checkbox"/>
(4) Por la red de contactos (proveedores, clientes, etc.) que puedo conseguir	<input type="checkbox"/>
(5) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

P22. ¿Podría indicarme las principales dificultades con las que se ha encontrado para desarrollar su proyecto empresarial? Marque con una X todas las opciones que procedan.

(1) Mi escasa formación en gestión empresarial	<input type="checkbox"/>
(2) Mi desconocimiento del mercado al que pretendo dirigirme	<input type="checkbox"/>
(3) Dificultades tecnológicas	<input type="checkbox"/>

(4) Obtener financiación bancaria	<input type="checkbox"/>
(5) Obtener financiación informal	<input type="checkbox"/>
(6) Contar con socios o compañeros de viaje adecuados	<input type="checkbox"/>
(7) Mucha competencia	<input type="checkbox"/>
(8) Otro (indique):	<input type="checkbox"/>

En las siguientes afirmaciones, indique su nivel de acuerdo en una escala de 5 puntos: 1 = totalmente en desacuerdo / 5 = totalmente de acuerdo

P23. El estado de conservación física del vivero es adecuado para alojar a emprendedores. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P24. El estado físico, tamaño y dotación del despacho o nave industrial en el que me alojo es adecuado para desarrollar mi proyecto empresarial. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P25. La oferta de servicios del vivero es adecuada para el precio que pago por alojarme. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P26. El precio que pago por alojarme en el vivero está por debajo del precio de mercado. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Totalmente en desacuerdo | | | | | | **Totalmente de acuerdo**

P27. Los servicios de asesoramiento que recibo son impartidos por profesionales cualificados y con experiencia demostrable. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P28. Los servicios de asesoramiento que recibo son suficientes para desarrollar mi proyecto empresarial. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P29. Los viveros de empresas son instrumentos necesarios para la creación de empresas y la generación de puestos de trabajo, aunque estos no sean rentables económicamente para las administraciones públicas. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P30. El periodo de estancia en el vivero es suficiente para que una empresa pueda consolidarse y continuar en otra ubicación. Marque con una X solo una de las siguientes opciones.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente de acuerdo

P31. Por favor, escriba cualquier observación, comentario o aportación no recogido en este cuestionario.

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- Abraham, J. (2011). *Entrepreneurial DNA: The Breakthrough Discovery that Aligns Your Business to Your Unique Strengths*. New York: Mc Graw Hill.
- Adkins, D. (2001). *A Report for the Japan Association of New Business Incubation Organizations (JANBO): Summary of the U.S. Incubator Industry*. Athens.
- Aernoudt, R. (2004). Incubators: tools for entrepreneurship? *Small Business Economics*, 127-135.
- Aerts, K., Matthyssens, P., y Vandenbempt, K. (2007). *Critical role and screening practices of European business incubators*. *Technovation* (Vol. 27). Recuperado a partir de <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0166497206001209>
- AEVAL. (2015). Guía práctica para el diseño y la realización de evaluaciones de políticas públicas: Enfoque AEVAL. Recuperado 16 de agosto de 2015, a partir de http://www.aeval.es/export/sites/aeval/comun/pdf/evaluaciones/Guia_Evaluaciones_AEVAL.pdf
- Agudo-Peregrina, A. F., Chaparro-Peláez, J., Hernández-García, A., Iglesias-Pradas, S., Navarro-Carrillo, E., Pascual-Miguel, F. J., y Portillo-García, J. (2013). *Creación de empresas en entornos universitarios universidad politécnica de madrid*. Madrid.
- Albuquerque, F. (1994). Metodología para el desarrollo económico local. En Rediris (Ed.), *Desarrollo económico local* (pp. 313-326). Madrid.
- Albuquerque, F. (2004a). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL*, 82, 157-171. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=875825>
- Albuquerque, F. (2004b). *El Enfoque del Desarrollo Económico Territorial*. (Organización Internacional del Trabajo (OIT), Ed.). Buenos Aires: Organización Internacional del Trabajo (OIT).

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- Alemany, L., Alvarez, C., Planellas, M., y Urbano, D. (2011). *Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España 2011*. (ESADE, Ed.). Barcelona: Fundación Príncipe de Girona.
- Allen, D. N. (1988, febrero). Business Incubator Life Cycles. *Economic Development Quarterly*, 2(1), 19-29. Recuperado a partir de <http://edq.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/089124248800200103>
- Allen, D. N., y McCluskey, R. (1990). *Structure, Policy, Services, and Performance in the Business Incubator Industry*. *Entrepreneurship Theory and Practice* (Vol. 15). Recuperado a partir de <http://ezproxy.lib.umb.edu/login?url=http://search.proquest.com/docview/213811187?accountid=28932\nhttp://linksource.ebsco.com/linking.aspx?sid=ProQ:abiglobal&fmt=journal&genre=article&issn=10422587&volume=15&issue=2&date=1990-01-01&spage=61&title=Entrepr>
- Allen, D. N., y Rahman, S. (1985). Small Business Incubators: A Positive Environment for Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 23(3), 12. Recuperado a partir de <http://ezproxy.lib.umb.edu/login?url=http://search.proquest.com/docview/220995564?accountid=28932\nhttp://linksource.ebsco.com/linking.aspx?sid=ProQ:abiglobal&fmt=journal&genre=article&issn=00472778&volume=23&issue=3&date=1985-07-01&spage=12&title=Journal>
- Allen, D. N., y Weinberg, M. L. (1988). State Investment In Business Incubators. *Public Administration Quarterly*, 12(2), 196.
- Al-Mubarak, H. M., y Busler, M. (2011). The Development of Entrepreneurial Companies through Business Incubator Programs. *International Journal of Emerging Sciences*, 1(2), 95-107.
- Al-Mubarak, H. M., y Busler, M. (2013). The Effect of Business Incubation in Developing Countries. *European Journal of Business and Innovation Research*, 1(1), 19-25.
- Al-Mubarak, H. M., y Wong, S. F. (2011). How Valuable Are Business Incubators ? a Illustration of Their Performance Indicators. En *European, Mediterranean & Middle Eastern Conference on Information Systems 2011* (Vol. 2011, pp. 756-765).
- Alonso, J., Freire-Serén, M. J., y Manzano, B. (2004). *Rentabilidad Social de la Inversión Pública Española en Infraestructuras*. *Document de treball*. Institut d'Economia de Barcelona, Universitat de Barcelona.
- Alós Moner, R. (1999). Las políticas de desarrollo local en Cataluña. En *Jornades de polítiques locals d'Ocupació y Desenvolupament: Experiències diverses* (pp. 75-93). Alcoy.
- Alvarez, C., y Urbano, D. (2009). *Entorno e iniciativa emprendedora: una perspectiva institucional*. *I Jornades de investigació sobre PYME e iniciativa empresarial*. Barcelona.
- Amezcu, A. S. (2009). *Boon or Boondoggle ? Business Incubation as Entrepreneurship Policy A Report from the National Census of Business Incubators and their Tenants*.
- Andrea, F., Aliste, U., Eugenia, M., y Carvajal, S. (2005). *Factores críticos de éxito para empresas en etapa de incubación*. Santiago de Chile.
- Andruss, P. (2013). Rev up your Start Up. *Entrepreneur*, 41(1), 77-83. Recuperado a partir de

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=84366665&site=ehost-live\nhttp://content.ebscohost.com.revproxy.escpeurope.eu/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=84366665&S=R&D=bth&EbscoContent=dGJyMNLr40SeprU4zdneyOLCmr0yep7Vsr624S7KWxWXS&ContentCus>

- Aragón Medina, J., Rocha Sánchez, F., y Fernández García, A. (2002). *Políticas de fomento de empleo en el ámbito local*. Madrid.
- Aranda Álvarez, E. (2003). *Sinopsis Art.40 CE*. Recuperado a partir de <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/sinopsis/sinopsis.jsp?art=40&tipo=2>
- Araujo de la Mata, A., Barrutia Guenaga, J., y Retolaza Avalos, J. L. (2008). Nuevo enfoque en los modelos de creación de empresas. En *Estableciendo puentes en una economía global* (pp. 1-16). Salamanca. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2732456>
- Arauzo Carod, J. M. (2002). *Els determinants de la localització industrial y residencial*. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).
- Asociación de Business Angels de la Comunidad Valenciana. (2012). *Ecosistema de apoyo y financiación para el emprendedor*.
- Audretsch, D. (1995). *Innovation and industry Evolution*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Audretsch, D., y Thurik, R. (2001). *Linking Entrepreneurship to Growth. OECD Science, Technology and Industry Working Papers*. New York.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., y Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28(2), 446-463. <http://doi.org/10.2307/256210>
- Autio, E., y Klofsten, M. (1998). A Comparative Study of Two European Business Incubators. *Journal of Small Business Management*, 36(1), 30-43.
- Azqueta, D. (2002). *Introducción a la economía ambiental*. Madrid: McGraw-Hill.
- Azua, J. (2001). *Alianza coopetititiva para la nueva economía. Empresas, gobiernos y regiones innovadoras*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Barrios González, C., y Martínez Navarro, M. Á. (1988). Las decisiones públicas de inversión en infraestructuras y el análisis coste-beneficio. En *I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía: Andalucía en el umbral del siglo XXI* (pp. 648-653).
- Barroso, M., y Castro, N. Estado de Bienestar y Crisis Económica: Una revisión bibliográfica (2011). España. Recuperado a partir de <https://www.usc.es/congresos/xiirem/pdf/32.pdf>
- Barrow, C. (2001). *Incubators: a realist's guide to the world's new business accelerators*. Londres: John Wiley y Sons. Recuperado a partir de <http://www.loc.gov/catdir/bios/wiley043/2001281698.html\nhttp://www.loc.gov/catdir/description/wiley036/2001281698.html\nhttp://www.loc.gov/catdir/toc/fy02/2001281698.html>
- Bates, T., y Nucci, A. (1989). An analysis of small business size and rate discontinuance. *Journal*

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

of Small Business Management, 27(4), 1-7.

- Bazan, E. J. (1987). *Conducting an Incubator Feasibility and Implementation Study*. National Business Incubation Association.
- Bearse, P. (1998). A Question of Evaluation: NBIA's Impact Assessment of Business Incubators. *Economic Development Quarterly* 12 (4), 322–333.
- Belso Martínez, J. A. (2002). *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*. Universidad Miguel Hernández.
- Beltrán, A., Conde-Ruiz, J. I., García, E., Garicano, L., Macías, G., y Vázquez, P. (2011). Cómo poner en marcha un programa de reformas estructurales: La experiencia internacional. *FEDEA McKinsey&Co*.
- Benito, F. (2009). Factores macroeconómicos que afectan a los rendimientos de la inversión. En *Curso de experto universitario en asesoramiento financiero y gestión patrimonial*.
- Benito, P., Pesquera, M., Aleixandre, G., y Ogando, O. (2006). Análisis de los resultados de las medidas de fomento económico regional a nivel municipal. *Investigaciones regionales*, 9, 113-134.
- Bergek, A., y Norrman, C. (2008). Incubator best practice: A framework. *Technovation*, 28(1-2), 20-28. <http://doi.org/10.1016/j.technovation.2007.07.008>
- Blanco Jiménez, F. J., De Vicente Oliva, M^ªa., Manera Bassa, J., y González-Blanch Roca, J. M. (2013). *Los servicios que prestan los viveros de empresas en España*. Madrid: Funcas.
- Blanco, F. J. (2013). *Los viveros de empresas. Asociación Nacional de Viveros de empresas*. Madrid.
- Bøllingtoft, A., y Ulhøi, J. P. (2005). The networked business incubator—leveraging entrepreneurial agency? *Journal of Business Venturing*, 20(2), 265-290. <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.12.005>
- Borrás Carbajo, E., y Borrás Marimón, F. (2009). *Medidas para dinamizar la economía y el empleo en España : La perspectiva local*. Madrid.
- Bowman-Upton, N., Seaman, S. L., y Sexton, D. L. (1989). *Innovation Evaluation Programs: do they help the Inventors?* *Journal of Small Business Management* (Vol. 27).
- Branscomb, L. M., y Auerswald, P. E. (2002). *Between invention and innovation: an analysis of funding for early-stage technology development*. Economic Assesment Office. Gaithersburg: National Institute of Standards and Technology. U.S. Department of Commerce. Recuperado a partir de <http://www.atp.nist.gov/eao/gcr02-841/contents.htm>
- Bravo García, S. (2012). *Incubadoras de empresas, creación de empresas y redes sociales*. Universidad de Sevilla. Recuperado a partir de http://fondosdigitales.us.es/media/thesis/2221/M_TD-PROV15.pdf
- Brooks Jr., O. (1986). *Economic Development Through Entrepreneurship: Incubators and the Incubation Process*. *Economic Development Review* (Vol. 4). Economic Development

- Review. Recuperado a partir de <http://ezproxy.lib.umb.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=7354262&site=ehost-live>
- Bruce, D., y Deskins, J. (2012). Can state tax policies be used to promote entrepreneurial activity? *Small Business Economics*, 38(4), 375-397.
- Brugué, Q., y Gomá, R. (Coords. . (1999). Gobiernos Locales y Políticas Públicas . Bienestar social , promoción económica y territorio. *Revista Valenciana d'Estudis Autònoms*, 409-412.
- Bruneel, J., Ratinho, T., Clarysse, B., y Groen, A. (2012). *The Evolution of Business Incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations. Technovation*, (Vol. 32). Recuperado a partir de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497211001659>
- Brunet, I., y Alarcón, A. (2006). Análisis comparativo de los factores condicionantes de la creación de empresas en los ámbitos rural y urbano. *ruct.uva.es*, 547-573. Recuperado a partir de http://www.ruct.uva.es/pdf/Revista_6/6301.pdf
- Bundesverband Deutscher Innovations. (2014). Bundesverband Deutscher Innovations, Technologie und Gründerzentren. Recuperado 23 de enero de 2015, a partir de <http://www.adt-online.de/>
- Burke, L., y Logsdon, J. M. (1996). How Corporate Social Responsibility Pays Off. *Long Range Planning*, 29(4), 495-502.
- Burmeister, A. (1997). *Instrumentos de política industrial de los estados federales americanos 1978-1993: rupturas y continuidad. Materials de Treball*. Valencia: Subsecretaria de Planificació i Relacions Externes. Conselleria de Presidencia. Generalitat Valenciana.
- Calvo-Flores Segura, A., García Pérez de Lema, D., y Madrid Guijarro, A. (2004). Efectos económicos y financieros de las subvenciones. *Revista española de financiación y contabilidad*, 899-933.
- Camacho Picó, J. A. (1999). Parques tecnológicos e incubadoras de empresas: la enseñanza de las recientes experiencias. En *XIII Congreso Latinoamericano sobre espíritu empresarial y creación de empresas. Línea de trabajo: incubadoras empresariales y parques tecnológicos*. Santafé de Bogotá.
- Cámara de Comercio de España. (2007). *Fomento del espíritu emprendedor en la escuela*. Madrid: Ministerio de educación y ciencia.
- Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de Valencia. (2011). *La Economía de la Comunidad Valenciana*.
- Camisón, C. (1999). La medición de los resultados empresariales desde una óptica estratégica: construcción de un instrumento a partir de un estudio Delphi y aplicación a la empresa industrial española en el periodo 1983-96. *Estudios Financieros*, 62(199), 201-264.
- Camisón, C. (1996). Competitividad y teoría de la estrategia: Un análisis aplicado a la cohabitación pyme-gran empresa. *Revista asturiana de economía*, 6, 63-101.
- Campbell, C., y Allen, D. N. (1987). *The Small Business Incubator Industry: Micro-Level Economic*

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- Development. Economic Development Quarterly* (Vol. 1).
<http://doi.org/10.1177/089124248700100209>
- Campbell, C., Kendrick, R. C., y Samuelson, D. S. (1985). Stalking the Latent Entrepreneur: Business Incubators and Economic Development. *Economic Development Review*, 3(2), 43-49. Recuperado a partir de <http://0-search.ebscohost.com.millennium.itesm.mx/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=7353352&lang=es&site=eds-live>
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Générale* (1931.^a ed.). London: Macmillan.
- Canyelles, J. M. (2011). Responsabilidad social de las administraciones públicas. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 13, 77-104.
- Cardozo, E., Velasquez de Nayme, Y., y Rodríguez Monroy, C. (2012). La definición de PYME en América: Una revisión del estado del arte. En *6th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management. XVI Congreso de Ingeniería de Organización*. Vigo. Recuperado a partir de http://adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2012/SP_06_Entorno_Economico_Gestion_Economica_y_Finanzas/1345-1352.pdf
- Casado Díaz, J. M. (1998). *Trabajo y territorio: un análisis aplicado a la Comunidad Valenciana*. Universidad de Alicante. Recuperado a partir de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/9889>
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur, an economic theory*. Oxford: Martin Robertson.
- CEPAL. (2004). Desarrollo empresarial y encadenamientos productivos. En *Desarrollo productivo en economías abiertas* (pp. 237-260). CEPAL.
- Cerdán Chiscano, M. (2010). Estudio del nivel de satisfacción y factores de mejora de las instituciones públicas viveros de empresa municipales en el ámbito del soporte a la incubación de empresas desde el punto de vista de los emprendedores en el territorio de Cataluña. En Fundacio Parc de Recerca UAB (Ed.), *The future of the cohesion policy*. Badajoz. Recuperado a partir de <http://www.aecr.org/web/congresos/2010/htdocs/pdf/p77.pdf>
- Chandra, A., y Chao, C. A. (2011). *Growth and evolution of high-technology business incubation in China*. *Human Systems Management* (Vol. 30).
- Chen, C. (2014). *¿Cuáles son los tipos de emprendedores?* Recuperado a partir de <http://marketing.maimonides.edu/cuales-son-los-tipos-de-emprendedores/>
- Chinsonboon, O. Mac. (2000). *Incubators In The New Economy*. New Economy. Massachusetts. Recuperado a partir de http://chinsonboon.com/incubator/incubator_06-2000.pdf
- Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T., y Muhd Yusuf, D. H. (2011). Factors Affecting Business Success of Small yamp; Medium Enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian Social Science*, 7(5), 180-190. <http://doi.org/10.5539/ass.v7n5p180>
- Clarke, S. E., y Gaile, G. L. (1989). Moving toward entrepreneurial economic development policies: opportunities and barriers. *Policy Studies Journal*, 17(3), 574-598. Recuperado a

partir de 10.1111/1541-0072.ep11270562\nhttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=11270562&site=bsi-live

- Claver, E., Molina, J. F., y Quer, D. (1999). Efecto empresa y efecto sector: un análisis empírico. En *IX Congreso nacional de ACEDE, empresa y mercado: nuevas tendencias*. Burgos.
- Clemente Hernández, P. (2005). *La dimensión económica del desarrollo local*.
- Coduras, A., y Justo, R. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor 2002*.
- Coll Serrano, V., y Cuñat Giménez, R. (2006). Análisis de los factores que influyen en el proceso de creación de una cooperativa de trabajo asociado. *REVESCO*, 88, 128-161.
- Colomer, J. M. (1993). Límites económico-políticos de la intervención estatal. *Revista Doxa*, 13, 89-105.
- Comisión Europea. (1993). *Libro Blanco de la Comisión Europea «Crecimiento, competitividad y empleo»*. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea. (1994). *SPRINT: The evaluation of the specific projects action line*.
- Comisión Europea. (2000). *Apoyo a la creación de empresas. Guía de buenas prácticas para las organizaciones de apoyo a las empresas*. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea. (2001a). *Construir una Europa empresarial Actividades de la Unión en favor de la pequeña y mediana empresa (PYME)*.
- Comisión Europea. (2001b). *Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*.
- Comisión Europea. (2002a). *Benchmarking of Business Incubators. Benchmarking: An International ...* Recuperado a partir de <http://www.cses.co.uk/upl/File/Benchmarking-Business-Incubators-main-report-Part-1.pdf>
- Comisión Europea. (2002b). *Informe sobre la aplicación de la carta europea de las pequeñas empresas*.
- Comisión Europea. (2002c). *Observatory of European SMEs European SMEs and Social and Environmental Responsibility*.
- Comisión Europea. (2003). *Libro verde: El espíritu empresarial en Europa*.
- Comisión europea. (2004). *Plan de acción: El programa europeo a favor del espíritu empresarial*.
- Comisión Europea. (2010). *The Smart Guide to Innovation Based Incubators (IBI) 20 Case - Studies. Aerospace*.
- Comisión Europea, y Dirección General de Política Regional. (2012). *Evaluation of Innovation Activities Guidance on methods and practices Evaluation of Innovation Activities Guidance on methods and practices*. Brussels. Recuperado a partir de http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/pdf/eval2007/innovation_activities/inno_activities_guidance_en.pdf

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- Comité Económico y Social. (2004). Programa Europeo en favor del espíritu empresarial.
- Community Information Exchange. (1984). *Managing*. Community Information Exchange.
- Confederación empresarial de Madrid (CEOE), Comunidad de Madrid, y Simón Elorz, K. (2003). *Creación de empresas de base tecnológica*.
- Consejería de innovación, ciencia y empresa de A. (2004). *Estudio sobre políticas activas de empleo en la Unión Europea y principales países desarrollados*.
- Conselleria de Industria, Turismo, C. y E. (2012). *Estrategia de política industrial de la Comunidad Valenciana. Visión 2020*. Valencia.
- Conselleria de Innovación y Competitividad. (2001). *Plan Valenciano de Investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación (PVIDI)*. Valencia.
- Conselleria de Turismo. (2012). *El turismo en la Comunidad Valenciana 2012*.
- Correa Rodríguez, A. (1999). *Factores determinantes del crecimiento empresarial*. Universidad de La Laguna. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?info=link&codigo=776&orden=101723>
- Cortina Orts, A. (2012). *Ética Sin Moral. Ventana abierta*. Tecnos.
- Costa, D. J., Malan, J., y Lalkaka, R. (2002). Improving business incubator performance through benchmarking and evaluation: lessons learned from Europe. En National Business Incubation Association (Ed.), *16TH International Conference on Business Incubation* (Vol. 16, pp. 28-04). Toronto: National Business Incubation Association.
- Cotec, F. (2001). Indicadores de innovación. situación en España.
- Cubbin, J., y Geroski, P. a. (1987). The Convergence of Profits in the Long Run: Inter Firm and Inter Industry Comparisons. *Journal of Industrial Economics*, 35(4), 427-442.
- Culp, R. P. (1996). *A Test of Business Growth Through Analysis of a Technology Incubator Program* (Vol. 33). Unpublished dissertation, {Atlanta}: {Georgia} {Institute} of {Technology}. <http://doi.org/10.1108/eb050773>
- De Godos, J. L., Cabeza, L., y Fernández, R. (2011). «Influencia de la rentabilidad y otros factores sobre la RSC». En *XIX Congreso de EBEN (European Business Ethics Network) España*.
- De la Torre Díaz, F. J. (2000). *Ética y deontología jurídica*. Madrid: Dykinson 2000.
- Dee, N. J., Livesey, F., Gill, D., y Minshall, T. (2011). *Incubation for Growth, A review of the impact of business incubation on new ventures with high growth potential. Research summary*. Recuperado a partir de www.nesta.org.uk
- Del Prado, J. (2008). *Emprendedores y función empresarial en España*. (I. de E. Económicos, Ed.) (Colección). Madrid.
- Departament de Treball. Generalitat de Catalunya. (2009). *Cómo debe ser la persona emprendedora actual*.
- Díaz, E., Gómez, C., Cuervo, J., y De la Sota, J. (2007). Guía para emprendedores de base

- tecnológica. Recuperado a partir de http://www.madrimasd.org/informacionidi/biblioteca/publicacion/doc/31_nebts.zip
- Díaz, J., Urbano, D., y Hernandez, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11, 209-230. Recuperado a partir de <http://europa.sim.ucm.es/compludoc/AA?articuloId=580822&donde=castellano&zfr=0>
- Dilts, D. M., y Hackett, S. M. (2004). A Systematic Review of Business Incubation Research. *The Journal of Technology Transfer*, 29(1), 55-82. <http://doi.org/doi:10.1023/B:JOTT.0000011181.11952.0f>
- Diputación de Alicante. (1999). *Factores determinantes de la excelencia empresarial*. Alicante: Excmá.Diputación de Alicante.
- Diputación de Alicante. (2000). *Incentivos municipales para el asentamiento empresarial*. Alicante.
- Diputación de Barcelona. (2012). *Iniciativas locales para el impulso de la innovación empresarial*.
- Diputación de Barcelona. (2015). Vivarium: Criterios para la planificación, programación, diseño y construcción de viveros, centros y hoteles de empresa. Recuperado 24 de noviembre de 2015, a partir de <https://www1.diba.cat/llibreria/pdf/55500.pdf>
- Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. (2010). El Fomento de la Iniciativa Emprendedora en el Sistema Educativo en España. Recopilación de Políticas y Prácticas.
- Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. (2011). *Informe sobre el crecimiento empresarial*. Madrid.
- Dirección general de política de la pequeña y mediana empresa. (2010). *Actuaciones públicas de apoyo a la actividad emprendedora en España. Recopilación de las iniciativas presentadas a los European Enterprise Awards 2006-2009. Catálogo de publicaciones oficiales*. Madrid. Recuperado a partir de <http://www.ipyme.org/Publicaciones/LibroINICIATIVAS.pdf>
- Dorf, R. C., y Purdy, B. (1985). *Incubators for Innovation: A Plan for California Regional Innovation and Job Creation*. CA: University of California at Davis.
- Drake, D. L. (2001). Do Business Incubators Hatch Enough Jobs? *Business News New Jersey*, Vol. 14 Issue 41, p26.
- Duff, A. (1993). *Best Practice in Business Incubator Management* (Vol. 7). Kensington.
- Duvall, M., y Guglielmo, C. (2000). Incubators Face Mountain of Hurt. Recuperado 13 de mayo de 2014, a partir de <http://www.arraydev.com/commerce/uottawa/Duval.htm>
- ECODES. (2013). Retorno Social de la Inversión (SROI). Recuperado 25 de junio de 2015, a partir de <http://ecodes.org/responsabilidad-social/retorno-social-de-la-inversion-sroi#.VIWI-Pkvfcs>
- Eliasson, G. (2009). Policies for a new entrepreneurial economy. En U. Cantner, J.-L. Gaffard, y L.

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- Nesta (Eds.), *Schumpeterian Perspectives on Innovation, Competition and Growth* (pp. 21-24). Springer Berlin Heidelberg. Recuperado a partir de <http://www.springerlink.com/index/10.1007/978-3-540-93777-7>
- Embid Irujo, A. (2012). Crisis económica y reforma local. *Anuario Aragonés del Gobierno Local*, 443-469.
- Emerson, J., Wachowicz, J., y Chun, S. (2008). *Social Return on Investment (SROI): Exploring Aspects of Value Creation*. Roberts Foundation. Recuperado a partir de http://images.socialmarkets.org/harvard_sroi.pdf
- Empresa, C. D. E. L. A. (s. f.). *Políticas activas para el fomento de la creación de la empresa*.
- Enrado, P. (1985). Nothing to Incubate. *Upside March*, 14.
- Escuela de Organización Industrial (EOI). (2014). *Cultura emprendedora en proyectos de negocio*. Madrid: Escuela de Organización Industrial (EOI). Recuperado a partir de http://www.eoi.es/wiki/index.php/Cultura_emprendedora_en_Proyectos_de_negocio
- Esquema estrategia española de empleo 2012-2014. (2004). *Chemistry y ...*, 1-34. Recuperado a partir de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cbdv.200490137/abstract>
- Federación Española de municipios y provincias y Ministerio de Trabajo y asuntos sociales. (2004). *Aspectos de la intervención de las administraciones públicas locales en las políticas activas de empleo en España*.
- Fernández Fernández, M^ªt., y Blanco Jiménez, F. J. (2011). Incubación de empresas y «softlanding» en los países socios mediterráneos. *Economía y Competitividad en el área Euromediterránea (ICE)*, 861, 161-174.
- Fernández Martínez, P., Blanco Jiménez, F. J., y Alonso Neira, M. Á. (2011). *El papel de los viveros de empresa en la creación de empleo*.
- Fernández Vázquez, E. (1981). *Diccionario de derecho público: administrativo, constitucional, fiscal*. (E. Astrea, Ed.). Madrid.
- Ferreiro Seoane, Francisco; Vaquero-García, A. (2008). La contribución económica de los viveros de empresas en Galicia. Una aproximación a través del modelo de balanza fiscal. En *International Conference on Regional Science. «Knowledge, competitiveness and austerity»* (pp. 1-17). Recuperado a partir de <http://medcontent.metapress.com/index/A65RM03P4874243N.pdf>
- Ferreiro Seoane, F. J. (2008). Los viveros de empresas en Galicia: comienzo de los emprendedores. *Estableciendo puentes en una economía global*. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2740706&info=resumen&idioma=SPA>
- Ferreiro Seoane, F. J. (2013). *Los Viveros de empresas en Galicia: una estrategia generadora de riqueza*. Universidade da Coruña. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=41063>
- Ferreiro, F. J., y Vaquero García, A. (2010). *La importancia de los Viveros de empresa como elementos de promoción económica en Galicia*.

- Finer, B., y Holberton, P. (2002). Incubators: There and Back. *Journal of Business Strategy*, 23(3).
- Flynn, Cresson, y Bjerregard. (2008). Una Estrategia Europea de Estímulo a las Iniciativas Locales de Desarrollo y de Empleo. <http://www.gipuzkoa.net/esparru/cast/tyacim02.html>.
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Fry, F. L. (1987). *The Role of Incubators in Small Business Planning*. *American Journal of Small Business* (Vol. 12). ' American Journal of Small Business 12 (1), 51–61. Recuperado a partir de <http://ezproxy.lib.umb.edu/login?url=http://search.proquest.com/docview/213812717?accountid=28932>\n<http://linksource.ebsco.com/linking.aspx?sid=ProQ:abiglobal&fmt=journal&genre=article&issn=03639428&volume=12&issue=1&date=1987-07-01&spage=51&title=America>
- Fundación Alternativas. (2010). *La Responsabilidad Social Corporativa en España. Informe 2010*. Madrid. Recuperado a partir de <http://pwc-interamerica.com/RSC/Informe resultados RSC-CR.pdf>
- Fundación Bancaja. (2011). *Crisis económica e inserción laboral de los jóvenes (2011)*.
- Fundación COTEC. (1999). *Financiación de empresas innovadoras*.
- FUNDECYT. (2007). *Guía de buenas prácticas en materia de creatividad empresarial*.
- Gala, P. (2003). A Teoría Institucional de Douglas North. *Revista de economía política*, 23(2), 89-105.
- Galiano, J. A. (2006). Desarrollo local en las administraciones locales: La experiencia de Elx. En *Desarrollo local en las administraciones locales*. Elda.
- García Costa, F. M. (2011). Delimitación conceptual del principio de objetividad: objetividad, neutralidad e imparcialidad. *Revista Documentación Administrativa*, (289). Recuperado a partir de <http://revistasonline.inap.es/index.php?journal=DA&page=article&op=viewFile&path%5B%5D=10067&path%5B%5D=10470>
- García de Entrerría, E. (2014). *Manual de Derecho Administrativo I*. Madrid: SL Civitas Ediciones.
- García de Entrerría, E., y Ramón Fernández, T. (2011). *Curso de Derecho administrativo* (15.ª ed.). Madrid: SL Civitas Ediciones.
- García Ramos, C., Martínez Campillo, A., y Fernández Gago, R. (2007). Análisis de los factores determinantes de la creación de empresas: una evidencia empírica en Castilla y León. *Decisiones basadas en el conocimiento y el papel social de la empresa: XX Congreso anual de AEDEM*, (1999), 615-627. Recuperado a partir de dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2487531
- García Trevijano, E. (2003). *Sinopsis del Art.103 de la Constitución Española*. Madrid. Recuperado a partir de www.congreso.es
- García, F. J. (2005). «Alternativas de cumplimiento de responsabilidad social corporativa en gestión de recursos humanos». *Universia Business ...*, 68-89.

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- García, R. A. C., y González, R. V. (2013). Methodological proposal for the study of business incubators based on Social Network Analysis (SNA) and knowledge networks: the case of the UAEMex. *Acta Universitaria*, 23(2), 27-37. Recuperado a partir de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=88876429&lang=es&site=eds-live>
- Garrido Falla, F. (1951). La Administración y la Ley. En *Problemas actuales de la administración pública*. Instituto de Estudios Políticos. Recuperado a partir de <file:///C:/Users/Eloy/Desktop/Dialnet-LaAdministracionYLaLey-2111855.pdf>
- Garrido, D. P. (1994). *La política industrial y el desarrollo del terciario avanzado valenciano*.
- Gascó Gascó, J. L. (1994). *Los Recursos Humanos en la empresa: una aproximación a la realidad de la provincia de Alicante*. Universidad de Alicante.
- Generalitat Valenciana. Pacto Valenciano por el empleo 2001-2006 (2001). Recuperado a partir de <https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDsQFjAB&url=http://www.chap.gva.es/web/rveh/pdfs/n6/196-215.pdf&ei=lzLfUZ7QF4KO7AbpmlCwAQ&usg=AFQjCNF76GCKBk44qInVOeADel-VEk6qqw&sig2=ZIBYsrYehOmr1OSDmAXsNA&bvm=bv.487056>
- Generalitat Valenciana. (2008). *Propuestas territoriales estratégidas para la provincia de Alicante*.
- Generalitat Valenciana. (2009). *Plan Valenciano por el Empleo II (PAVACE II)*. Valencia.
- Generalitat Valenciana. (2013a). *La comunidad Valenciana en cifras 2012-2013*.
- Generalitat Valenciana. (2013b). *Observatorio de la industria valenciana* (Vol. 2013).
- Genescá, E. (2003). *Creación de empresas*. Barcelona: Servicio de publicaciones de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Ghosh, S. (2012). The Venture capital secret. *Wall Street Journal*. Recuperado a partir de <http://immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/GENPRESS/W120919G.pdf>
- Gobierno Vasco. (2011). *Manual metodológico Agenda de innovación local*.
- Gómez Barahona, A. (1988). Entes locales y desarrollo económico en España. *Anales de estudios económicos y empresariales*. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=785512>
- Gómez Gras, J. M., Mira Solves, I., Galiana Laperla, D., y Estrada de la Cruz, M. (2013). *Informe GEM Comunidad Valenciana 2013*. Valencia.
- Gómez Gras, J. M., Mira Solves, I., Galiana Laperla, D., y Martínez Mateo, J. (2005). *GEM 2005 Creación de Empresas en la Comunidad Valenciana*.
- Gómez Gras, J. M., Mira Solves, I., Galiana Laperla, D., y Sancho Azuar, J. (2010). *Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana GEM 2010*.
- Gómez, L. (2002). Evaluación del impacto de las incubadoras de empresas: estudios realizados.

- Pensamiento y gestión*, 13, 1-22. Recuperado a partir de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cbdv.200490137/abstract>
- Gómez, L. L. (2008). *Evaluación del impacto de las incubadoras de empresas: estudios realizados. Pensamiento y Gestión (Barranquilla)* (Vol. 13). Barranquilla. Recuperado a partir de http://maaz.ihmc.us/rid=1177390614203_1717588426_1282/EvaluaciondelImpactodelasIncubadorasdeEmpresasGOMEZ_2002.pdf
- González, E. (2000). *Efecto industria, efecto grupo, efecto empresa*. (A. 2000, Ed.). ACEDE 2000, Oviedo.
- González, M., y Lucea, R. (2001). *The evolution of business incubation*.
- González, N., Valcárcel, M., y Contreras, R. (2010). *Valor Social*. Recuperado a partir de <https://nittua.files.wordpress.com/2010/12/informe-vs.pdf>
- González, X., Jaumandreu, J., y Pazó, C. (1999). *Impacto de las subvenciones en las decisiones de I+ D. Programa de investigaciones económicas. Fundación empresa pública*. Recuperado a partir de <ftp://www.funep.es/pie/dt9905.pdf>
- González-Pernía, J. L., y Peña-Legazkue, I. (2002). Determinantes de la capacidad de innovación de los negocios emprendedores en España, 129-148.
- Goñi Alegre, B., y Madariaga Lopez, I. (2003). Las empresas innovadoras de base tecnológica como fuente de desarrollo económico sostenible. En *V Congreso de Economía de Navarra* (pp. 431-444). Pamplona. Recuperado a partir de <https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/ADB42886-C280-4090-A3DD-47383F7FFD3F/79643/24BELENGOI.pdf>
- Grinols, E. L. E. , y Mustard, D. B. D. B. (2001). *Business Profitability versus Social Profitability: Evaluating Industries with Externalities, The Case of Casinos. Managerial and Decision Economics* (Vol. 22). Recuperado a partir de <http://doi.wiley.com/10.1002/mde.1004>
- Guitán, D. del V. (2005, febrero). Clave del desarrollo económico en Argentina y Corea del Sur. *Contexto internacional. Publicacion de estudios internacionales de la Fundación para la integración federal*, 37-48. Recuperado a partir de http://www.fundamentar.com/archivos/publicaciones/contexto_internacional/pdf/contexto_internacional_015.pdf
- Gumbert, D. E., y Boyd, D. P. (1984). The loneliness of the small business owner. *Harvard Business Review*, 33-38.
- Gutiérrez, J. M. G., y Robles, E. M. (2010). Desarrollo de las universidades públicas de Latinoamérica: una visión alternativa al modelo economicista de rentabilidad. *Revista Actualidades Investigativas en educación*. Recuperado a partir de http://revista.inie.ucr.ac.cr/uploads/tx_magazine/vision.pdf
- Hamdani, D. (2006). *Conceptualizing and measuring business incubation*. Toronto.
- Hansen, M. T., Chesbrough, H. W., Nohria, N., y Sull, D. N. (2000). Networked incubators. Hothouses of the new economy. *Harvard Business Review*, 78(5), 74-84, 199. <http://doi.org/Article>

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- Harrison, R., Jaumandreu, J., Mairesse, J., y Peters, B. (2014). Does innovation stimulate employment? A firm-level analysis using comparable micro-data from four European countries. *International Journal of Industrial Organization*, 35(1), 29-43.
- Haugh, H. (2015). New strategies for a sustainable society: the growing contribution of social entrepreneurship. *Business Ethics Quarterly*, 17(4), 743-749. Recuperado a partir de http://journals.cambridge.org/download.php?file=%2F2864_4A2AD2CC16C95080F817614C9B2EDA4A_journals__BEQ_BEQ17_04_S1052150X00002670a.pdf&cover=Y&code=33452602e88751101339879b90c07d0c
- Hernández Mogollón, R. (2013). *Informe GEM España 2012*. Recuperado a partir de http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/04/GEM_es_2014.pdf
- Hernández Sampieri, C. R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (1991). *Metodología de la investigación*. (McGraw-Hill, Ed.) (1ª ed.). Bogotá: McGraw-Hill. Recuperado a partir de http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod_invest.pdf
- Hernández Sampieri, R. (2000). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hisrich, R. D. (1988). New business formation through the enterprise development center: A model for new venture creation. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 35(4), 221-231. <http://doi.org/10.1109/17.7444>
- Holson, L. M. (1998, octubre 30). Hard Times in the Hatchery: After Dot-com Flameout. *New York Times*. Nueva York: New York Times.
- Hormigo Ventura, J. P. (2006). *La evolución de los factores de localización de actividades*. Barcelona. Recuperado a partir de <https://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/3308/6/54987-6.pdf>
- Horna, A. V. (2010). La fundamentación teórica de la tesis, 49-153.
- Hua, D. (2014). Based on the Life Cycle Theory of Science and Technology Business Incubator Business Model. En Jie, X and Xu, E and Kutun, A and Tu, T (Ed.), *Strategy in Emerging Markets: Management, Finance and Sustainable Development* (pp. 401-405). SICHUAN UNIV PRESS.
- Hudson, C. (1993). *Against old odds. Local Economic Development Politics and Local Government Autonomy in Sweden and Britain*. Umea.
- Indacochea, A. (2006). Las limitaciones del modelo de Porter. *Revista Estrategia*, 23-36. Recuperado a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/viewFile/4192/4165>
- Ingham, J. N. (2003). *A History of Small Business in America*. *Business History Review* (Vol. 66). Recuperado a partir de <Go to ISI>://WOS:A1992MH71900019
- Instituto Valenciano de Investigaciones económicas. (2014). *Análisis de la situación económica, social y territorial de la Comunidad Valenciana*. Valencia. Recuperado a partir de http://www.chap.gva.es/documents/599445/599488/Diagnostico+Comunidad+Valenciana+2014-2020_RESUMEN+EJECUTIVO_def.pdf/42a941a6-6fbd-41b9-9dac-298c7bdfd737
- Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE). (2013). *Análisis de la situación*

- económica, social y territorial de la Comunidad Valenciana*. Valencia. Recuperado a partir de http://www.chap.gva.es/documents/599445/599488/Diagnostico+Comunidad+Valenciana+2014-2020_RESUMEN+EJECUTIVO_def.pdf/42a941a6-6fbd-41b9-9dac-298c7bdf737
- Jiménez Barandalla, I., Mora Agudo, L., y Carrasco Bañuelos., E. (2012). *Conceptualización de la rentabilidad social en el ámbito del transporte público*.
- Jones, E. M. (2010). How to create an Award Winning Incubator? En *SBI Conference*. Liverpool. Recuperado a partir de <https://www.youtube.com/watch?v=Agj7Lun9vOY>
- Jordana de Pozas, L. (1949). Ensayo de una teoría del fomento en el Derecho Administrativo. *Revista de Estudios Políticos*, 41-54.
- Junquera Cimadevilla, B., y Fernández Sánchez, E. (2001). Factores determinantes en la creación de empresas: una revisión de la literatura. *Papeles de economía española*, nº 89-90.
- Kadocsa, G. (2006). Research of competitiveness factors of SME. *Acta Polytechnica Hungarica*, 3(4), 71-84.
- Kaplan, R. S., y Norton, D. P. (1996). The Balanced Scorecard Translating Strategy In Action (Kaplan y Norton, 1996, Harvard Business School Press).pdf. *Proceedings of the IEEE*. <http://doi.org/10.1109/JPROC.1997.628729>
- Kelley, D. J., Bosma, N., y Amoròs, J. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor. 2010 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association GERA.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Klein, N. (2007). *La doctrina del shock: el auge del capitalismo del desastre*. Editorial Paidós.
- Klepper, S. (1996). Entry, Exit, Growth, and Innovation over the Product Life Cycle. *The American Economic Review*, 86(3), 562-583. <http://doi.org/10.2307/2118212>
- Knight, E. (1921). *Risk, Uncertainty and profit*. Boston: Houghton Mifflin.
- KPMG. (2009). *Estudio sobre el sector inmobiliario de la Comunidad Valenciana*.
- Kuratko, D. F. (1987). *Small business incubators for local economic development*. *Economic Development Review* (Vol. 5). Economic Development Review.
- Kurato, D. F., y LaFollette, W. R. (1987). Small Business Incubators for Local Economic Development. *Economic Development Review*, 5(2), 49-55. Recuperado a partir de <http://ezproxy.lib.umb.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=93742890&site=ehost-live>
- Kuznets, S. (1966). *Modern economic growth: rate, structure, and spread*. (Y. U. Press., Ed.). Londres: Yale University Press.
- Lalkaka, R., y Bishop, J. (1996). Business Incubators in Economic Development: an initial assessment in industrializing countries. *Organization*. United Nations. Development Programme.
- Lavelle, J. (1986). *Fulton Carroll Center for Industry: A Case Study in Business Incubator*

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- Development*. Chicago, {IL}: Industrial Council of Northwest Chicago.
- Lepeak, S. (2000). Incubate this! Hatching a dot-com. Recuperado 12 de noviembre de 2014, a partir de <http://clients.metagroup.com/cgi-bin/inetcgi/search/displayArticle.jsp?oid=12334>
- Lesáková, L. (2012). The role of business incubators in supporting the SME start-up. *Acta Polytechnica Hungarica*, 9(3), 85-95.
- Lewis, D. A. (2002). *Does Technology Incubation work? A critical review of the evidence*. Athens.
- Liu, H., y Chen, Z. (2010). Modeling business incubator knowledge network. En *2010 International Conference on E-Product E-Service and E-Entertainment, ICEEE2010*. <http://doi.org/10.1109/ICEEE.2010.5660865>
- Liu, Y., y He, Y. J. (2010). Research on entrepreneurial policies and the entrepreneurial support system. En *2nd International Conference on Information Science and Engineering, ICISE2010 - Proceedings* (pp. 3032-3035).
- Lladós-Masllorens (coord), J., Ammetller-Montes, G., Esteban-Millat, I., Fernández-Ardèvol, M., Lladós-Masllorens, J., Rodríguez-Ardura, I., ... Vilaseca i Requena, J. (2007). *Entorn innovador, iniciativa emprendedora i desenvolupament local*. (M. Castells y J. Vilaseca i Requena, Eds.). Barcelona: Octaedro. Recuperado a partir de <http://octaedro.com/octart.asp?libro=80124&id=en>
- LLanes, M., Navarro, R., y Boix, A. (2004). *Desarrollar El Espíritu Emprendedor: Consideraciones a La Promoción Del Autoempleo Desde Las Políticas De Empleo Públicas*. *Revista De Treball, Economia I Societat* (Vol. 32).
- López Fernández, J. F., Doiro Sancho, M., y Gómez Ares, E. J. (2008). *PARÁMETROS PARA EVALUAR EL « RETORNO SOCIAL » DE LA FINANCIACIÓN PÚBLICA DE LA I + D + i*. In *Universidad, Sociedad y Mercados Globales*.
- Low, M. B., y MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
- Lumpkin, J. R., y Ireland, R. D. (1988). *Screening Practices of New Business Incubators: The Evaluation of Critical Success Factors*. *American Journal of Small Business* (Vol. 12). Recuperado a partir de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=5748407&lang=pt-br&site=ehost-live>
- Lundström, A., y Stevenson, L. (2005). *Entrepreneurship policy: Theory and practice*. Springer Publishers.
- Madoery, O. (2001). *El valor de la política de desarrollo local*. Recuperado a partir de <http://www.oit.org.ar/portal/programa-cea/images/stories/documentos/136-madoery-el-valor-de-la-politica-de-desarrollo-local-pdf.pdf>
- Madrid Emprende. (2010). Madrid Emprende. Balance 2010 . impacto social de la Red de Viveros de la ciudad de Madrid.
- Madrid Emprende, y Emprende, M. (2013). *Ecosistema emprendedor en Madrid*.

- Mandl, I., y Dorr, A. (2005). *CSR and competitiveness in the European SME'Good Practices*. Recuperado a partir de http://www.bsocial.gva.es/documents/610767/716777/CSR_competitiveness_european.pdf/64db87c9-3062-4e76-bcbf-bc1bcace91b3
- Marienhoff, M. S. (1983). *Tratado de derecho administrativo*. (Abeledo-Perrot, Ed.). Buenos Aires.
- Marín Mateos, P., y Vaca Acosta, R. M. (2002). La excelencia empresarial. Factores que la determinan. En *XII Jornadas luso españolas de gestión científica* (pp. 140-148). Recuperado a partir de http://www.ti.usc.es/lugo-xiii-hispano-lusas/pdf/02_RRHH/12_marin_vaca.pdf
- Markley, D. M., y McNamara, K. T. (1995). Economic and Fiscal Impacts of a Business Incubator. *Economic Development Quarterly*, 9(3), 273-278. <http://doi.org/10.1177/089124249500900307>
- Marshall, F. (1890). *Principles of Economics*. Londres: Macmillan.
- Martín Pérez, P. A. (1997). El municipio como agente dinamizador del desarrollo económico y social.
- Martínez Reig, D. (2015). *El Comercio minorista en el municipio de Alicante: evolución e impacto sobre la economía local*. Alicante.
- Martínez, J. M. (2007). Investigación, innovación y desarrollo local.
- Mas Verdú, F., y Ribeiro Soriano, D. (2008). Rol de la política industrial en el entrepreneurship: ¿cambia la tendencia? *Información Comercial Española. Revista de Economía*, (841), 85-96. Recuperado a partir de http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/ICE_841_85-96__7294E0182B1B4D8B663122D37BE45EDA.pdf
- Mas-Verdú, F., Ribeiro-Soriano, D., y Roig-Tierno, N. (2014). Firm survival: The role of incubators and business characteristics. *Journal of Business Research*, 68(4), 793-796. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.030>
- Mas-Verdú, F., Wensley, A., Alba, M., y García Álvarez-Coque, J. M. (2011). How much does KIBS contribute to the generation and diffusion of innovation? *Service Business*, 5(3), 195-212. <http://doi.org/10.1007/s11628-011-0110-1>
- McGahan, A., y Porter, M. (1997). How much does industry matter, really? *Strategic Management Journal*, 18, 15-30.
- Meeder, R. A. (1993). *Forging the Incubator: How to Design and Implement a Feasibility Study for Business Incubation Programs*. Athens, {OH}: National Business Incubation Association.
- Meek, W. R., Pacheco, D. F., y York, J. G. (2010). The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 493-509.
- Méndez, I. G. (2008). Los ocho tipos de emprendedores. *Emprendedores: las claves de la economía y el éxito profesional*. 132, 22-26. Recuperado a partir de <http://www.emprendedores.es/gestion/los-ochos-tipos-de-emprendedor/erin-brockovich-el-empresario-intuitivo>

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- Méndez, R. (2006). Difusión de innovaciones en sistemas productivos locales y desarrollo territorial.
- Mény, Y., y Thoeny, J. C. (1989). *Politiques Publiques*. París: PUF.
- Merrifield, D. B. (1987). *New business incubators*. *Journal of Business Venturing* (Vol. 2). ' Journal of Business Venturing 2, 277–284. [http://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90021-8](http://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90021-8)
- Mian, S. A. (1994). *Are university technology incubators providing a milieu for technology-based entrepreneurship?* *Technology Management* (Vol. 1). ' Technology Management 1, 86–93.
- Mian, S. A. (1997). *Assessing and managing the university technology business incubator: An integrative framework*. *Journal of Business Venturing* (Vol. 12). ' Journal of Business Venturing 12 (4), 251–285. [http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00063-8](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00063-8)
- Middleton, M. (2012). *Working Paper Series An Analysis of Administrative « Best Practices » in the Administration of Business Incubators* (No. 5). Virginia.
- Mill, J. S. (1848). *Principles of political economy with some of their applications to social philosophy*. (J. W. Parker, Ed.). London.
- Miller, P., y Bound, K. (2011). The Startup Factories. *The rise of accelerator programmes to Cerca con ...*, (June), 40.
- Minniti, M. (2008). The role of government policy on entrepreneurial activity: Productive, unproductive, or destructive? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32(5), 779-790. Recuperado a partir de <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Mar%C3%ADaMinniti.pdf>
- MIT Technology Review, y Chivas. (2015). *Barómetro de emprendimiento de éxito en España*.
- Moffett, M. (2014, noviembre). New Entrepreneurs Find Pain in Spain. *The Wall Street Journal*. Recuperado a partir de <http://www.wsj.com/articles/new-entrepreneurs-find-pain-in-spain-1417133197>
- Moncayo Jiménez, E. (1999). Modelos de desarrollo regional: teorías y factores determinantes. *Cepal*.
- Monkman, D. (2010). Business Incubators and Their Role in Job Creation. *President and CEO National Business Incubation ...*. Recuperado a partir de <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Business+incubators+and+their+role+in+job+creation#6>
- Moral, S. (2005). *Natalidad industrial y redes de empresas en España*. Recuperado a partir de <http://www.efa.afi.es/infoanalistas/documentos/NatalidadIndustrial.pdf>
- Morán, L. M. R. (2006). *Manual para la Gestión Municipal del Desarrollo Económico Local*. (OIT, Ed.).
- Moretti, E., y Wilson, D. J. (2014). State incentives for innovation, star scientists and jobs: Evidence from biotech. *Journal of Urban Economics*, 79, 20-38.

- Moyano Pesquera, P. B., Fariña Gómez, B., y Aleixandre Mendizábal, G. Ogando Canabal, O. (2005). *La creación de empresas a escala local: factores determinantes en el caso de los municipios de Castilla-León*. Valladolid.
- Munch, L., y Ángeles, E. (1993). *Métodos y técnicas de investigación*. México: Trillas.
- National Business incubation association (NBIA). (1985). *Small Business Incubators: New Directions in Economic Development*. U.
- National Business incubation association (NBIA), y University of Ohio. (1997). *The results of the impact of incubator investments study*. Athen, Ohio: University of Ohio.
- Nelson, R. R. (1996). The Evolution of Comparative or Competitive Advantage: A Preliminary Report on a Study. *Industrial and Corporate Change*, 5(2), 597-617. Recuperado a partir de <http://icc.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/5/2/597>
- Nguye, H., Stuchtey, M., y Markus, Z. (2014). Remaking the industrial economy. *McKinsey Quarterly*, 79-112.
- Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., y Goodspeed, T. (2012). *A Guide to Social Return on Investment*. Recuperado a partir de http://www.thesroi-network.org/publications/doc_download/445-the-sroi-guide-spanish
- Nieto, M., y Fernandez, R. (2004). Responsabilidad social corporativa : la última innovación en management. *Universia Business Review*, 2004-1, 28-39. Recuperado a partir de [http://ulegid.unileon.es/admin/UploadFolder/63_\(2004\).pdf](http://ulegid.unileon.es/admin/UploadFolder/63_(2004).pdf)
- Noblejas, D. (2014). 5 tipos de emprendedores. Recuperado 21 de septiembre de 2014, a partir de <http://blog.ozongo.com/tipos-de-emprendedores/>
- Noelia Rodríguez Hernández. (2013). Influencia de la personalidad del empresario sobre el emprendimiento estratégico de la PYME: un análisis multinivel.
- Nooteboom, B. (2000). Trust as a governance device. En A. Casson, M. and Godley (Ed.), *Cultural Factors in Economic Growth*. Springer.
- North, D. (1966). *The Economic Growth of the United States 1790-1860*. (W. N. y Company, Ed.). New York.
- North, D. (1995). Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. *Lecturas de economía*, 190. Recuperado a partir de <file:///C:/Users/Eloy/Desktop/Dialnet-InstitucionesCambioInstitucionalYDesempenoEconomic-4833969.pdf>
- Nowak, M. J., y Grantham, C. E. (2000). *The virtual incubator: managing human capital in the software industry*. *Research Policy* (Vol. 29). ' Research Policy 29, 125–134. [http://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00054-2](http://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00054-2)
- Observatorio europeo de la pequeña y mediana empresa. (1999). *Sexto Informe. Resumen ejecutivo*. Bruselas.
- OCDE. (1998). Fostering entrepreneurship. *Policy Brief*, 9.
- Olivares, J. P. (2002). Análisis exploratorio y análisis confirmatorio de datos. *Espacio Abierto*,

- 11(1). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12211106>
- Ondátegui, J. C. (2001). *Parques científicos y tecnológicos: Los nuevos espacios productivos de futuro*. Universidad Complutense de Madrid.
- Ortega Aguaza, B. (2012). *Análisis Coste-Beneficio*. Recuperado a partir de <http://www.extoikos.es/n5/pdf/21.pdf>
- Ortega Cachón, I. (2012). *Medición del impacto socioeconómico y evaluación de las políticas públicas de apoyo a emprendedores e impulso de la creación de empresas*. Universidad Rey Juan Carlos I.
- Pablo Martí, F. (2000). *La movilidad empresarial en la industria española*. Recuperado a partir de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/fpm/004562_6.pdf
- Peña, I., Guerrero, M., y González-Pernia, J. L. (2014). *Informe GEM España 2014*. Santander.
- Pérez Guerrero, P. L. (2005). *Las políticas públicas de desarrollo local desde un enfoque institucional: el caso de las entidades locales de la provincia de Alicante*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado a partir de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/cps/ucm-t28709.pdf>
- Pérez Ramírez, B., y Carrillo Benito, E. (2000). *Desarrollo local. Manual de Uso*. Madrid.
- Peters, T., y Waterman, J. (1992). *In search of excellence*. Nueva York: Harper y Row.
- Pime Balears. (2004). *Factores clave de la competitividad interna de la pequeña y mediana empresa de España*.
- Piñar Mañas, J. L. (2014). Crisis económica y estado del bienestar. El papel del derecho administrativo. En *XIX Congreso Ítalo Español de profesores de derecho administrativo*. Madrid: Universidad CEU San Pablo.
- Plosila, W. H., y Allen, D. N. (1985). *Small Business Incubators and Public Policy: Implications for State and Local Development Strategies*. *Policy Studies Journal* (Vol. 13). ' *Policy Studies Journal* 13, 729– 734. <http://doi.org/10.1111/j.1541-0072.1985.tb01612.x>
- Ponce Herrero, G. (2001). El planeamiento urbano: de traba a instrumento de desarrollo local en los municipios industriales valencianos 1 g, 275-285.
- Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard business review*, (March-April), 73-93. Recuperado a partir de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=00131172&AN=4729017&h=rvA9tZdRuFu258A1qiFinMs4sV+3offPFtOI4kV V6bpcixkQ1ccl7o2YcADrmWPWaKPEhjCDQs+M2SqeeUyhzQ==&crl=c\nhttp://cspug2s.units.it/sid/doc>
- Porter, M. (2005). Michael Porter on Strategy. *Leadership Excellence*, 22, 14. Recuperado a partir de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsh&AN=17440944&lang=fr&site=ehost-live>
- Portillo, P. P. (2002). El desarrollo de las políticas activas en España: Un análisis de los planes de

- acción para el empleo. *Revista del ministerio de trabajo y asuntos sociales*, (36), 15-43.
- Quintana, S. (2000). Una metodología integrada de exploración y comprensión de los procesos de elaboración de políticas públicas en materia ambiental. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=805&orden=101757&info=link&info=link>
- Ré Soriano, D., y Portillo Navarro, M^{aj}. (2011). *La participación en los tributos del Estado de las entidades locales en el marco de la financiación local*. Murcia. Recuperado a partir de [http://www.um.es/estructura/catedras/catedra-oht/documentos/LA PARTICIPACION EN LOS TRIBUTOS DEL ESTADO.pdf](http://www.um.es/estructura/catedras/catedra-oht/documentos/LA_PARTICIPACION_EN_LOS_TRIBUTOS_DEL_ESTADO.pdf)
- Recarte, A. (2009). La crisis financiera internacional y el crack financiero español. El informe Recarte. *LibertadDigital.es*. Recuperado a partir de <http://12.24.139.246/economia/pdfs/080831-crackfinanciero.pdf>
- Research Group for Sociology of Organisation and Work Institute of Sociology, H. A. of S. (2006). *Exploring new trajectories of Development in the context of Globalisation. An international Comparison of SMEs*. Budapest. Recuperado a partir de http://en.bgf.hu/orgunits/Rectorate/FELNOTTKEPZKOZP/PALYAZATIIRODA/dokumentumok/ERASMUS_Virtual_campus/EVC_WP2/EVC_WP2_Preliminaries/Comparative_report_on_SMEs.pdf
- Reynolds, P. D. (1987). New firms: Societal contribution versus survival potential. *Journal of Business Venturing*.
- Ribeiro-Soriano, D., y Mas-Verdú, F. (2015). Special Issue on: Small business and entrepreneurship: their role in economic and social development. *Entrepreneurship & Regional Development*, (June 2015), 1-3. <http://doi.org/10.1080/08985626.2015.1041252>
- Rice, M. P. (1992). *Intervention Mechanisms Used to Influence the Critical Success Factors of New Ventures: An Exploratory Study*. Rensselaer Polytechnic Institute.
- Rice, M. P. (2002). *Co-production of business assistance in business incubators: An exploratory study*. *Journal of Business Venturing* (Vol. 17). ' *Journal of Business Venturing* 17, 163–187. [http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00055-0](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00055-0)
- Rocha Sánchez, F. (2003). *La experiencia de las políticas autonómicas de empleo: una evaluación*. Madrid: Fundación 1º de Mayo.
- Rocha Sánchez, F., y Aragón Medina, J. (2003). *La dimensión territorial de las políticas de fomento del empleo en España*.
- Rodríguez Navia, A. (2012). *Sistematización de iniciativas y propuestas de emprendedurismo, innovación y creatividad en la educación básica*.
- Rodríguez, S. M. (2010). Competitividad, innovación y empresas de alto crecimiento en España. ... *Pequeña y Mediana Empresa, Ministerio de Industria, ...* Recuperado a partir de <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&btnI=Intitle:Competitividad,+innovación+y+empresas+de+alto+crecimiento+en+España#0>
- Roig, J. (2012). *Iniciativas locales de impulso a la innovación empresarial*. Barcelona.
- Román, C., Congregado, E., & Millán, J. M. (2013). Start-up incentives: Entrepreneurship policy

- or active labour market programme? *Journal of Business Venturing*, 28(1), 151-175.
- Roper, S. (1999). *Israel's technology incubators: Repeatable success or costly failure?* *Regional Studies* (Vol. 33). ' *Regional Studies* 33(2), 175–184. Recuperado a partir de <http://ezproxy.lib.umb.edu/login?url=http://search.proquest.com/docview/208866206?accountid=28932&nhttp://linksource.ebsco.com/linking.aspx?sid=ProQ:abiglobal&fmt=journal&genre=article&issn=00343404&volume=33&issue=2&date=1999-04-01&spage=175&title=Region>
- Rosetti, N., Lope, A., y Gibert, F. (2002). Los pactos locales por el empleo : proximidad y cooperación para crear empleo y dinamizar los territorios. Los casos del Vallés Occidental y de Mataró, (1999), 8-11.
- Rothmann Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the Businessman*. (Harper&Brothers, Ed.). Nueva York: Harper&Brothers.
- Rubio, A., y Arangón, A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme. *Cuadernos de Gestión*, 2, 49-63. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/dcart?info=link&codigo=309739&orden=85784>
- Rumelt, R. (1991). How much industry matter? *Strategic Management Journal*, 12, 167-185.
- Rus, G. de. (2009). La medición de la rentabilidad social de las infraestructuras de transporte. *Investigaciones regionales*, 14, 187-210.
- Ryzhonkov, V. (2014). Entrepreneurship, Business Incubation, Business Models & Strategy Blog on WordPress.com. Recuperado 12 de agosto de 2013, a partir de <https://worldbusinessincubation.wordpress.com/?s=lepeak&submit=Search>
- Sage Consulting. (2013). *Observatorio de Clima Emprendedor 2013*. Recuperado a partir de http://www.sage.es/Portals/1/Media/es-es/PDF/corporate/PDF_OCE_2012.pdf
- Samuelson, P. A. (1947). *Foundations of economic analysis*. *Harvard economic studies*,. Harvard University Press.
- Sánchez Moral, S. (2005). Análisis espacial de la natalidad industrial. En E. empresa global Afi (Ed.), *Análisis espacial de la natalidad industrial* (p. 358).
- Santamaría, L., y Rialp, Á. (2004). *El papel de los centros tecnológicos en el proceso innovador. Análisis de su relación con las empresas*. *Document d'Economia Industrial*. Bellaterra.
- Say, J.-B. (1803, febrero 2). *Traité d'économie politique*. Recuperado a partir de http://classiques.uqac.ca/classiques/say_jean_baptiste/traite_eco_pol/traite_eco_pol.html
- Scheirer, M. A. (1985). *Innovation and Enterprise: A Study of NSF's Innovation Centers Program*.
- Scherer, A., y McDonald, D. W. (1988). A Model for the Development of Small High-Technology Businesses Based on Case Studies from an Incubator. *The Journal of Product Innovation Management*, 5(4), 282. [http://doi.org/10.1016/0737-6782\(88\)90012-4](http://doi.org/10.1016/0737-6782(88)90012-4)
- Schumpeter, J. (1947). *Capitalism, Socialism and Democracy*. (U. U. Books, Ed.). London.

- Schwartz, M., y Hornyh, C. (2008). Specialization as strategy for business incubators: An assessment of the Central German Multimedia Center. *Technovation*, 28(7), 436-449.
- Sebastian Ion, C. (2015). *Knowledge role for start ups in business incubators*. Bucarest University of Economic Studies.
- Sedeño, J. (1551). Concepto antiguo de emprendedor. RAE. Recuperado a partir de <http://web.frl.es/fichero.html>
- Seikkula-Leino, J., Satuvuori, T., Ruskovaara, E., y Hannula, H. (2015). How do Finnish teacher educators implement entrepreneurship education? *Education + Training*, 57(4), 392-404. <http://doi.org/10.1108/ET-03-2013-0029>
- Sentana Gadea, E. (1998). Estudio de rentabilidad de un vivero de empresas. Alicante: Diputación de Alicante.
- Sentana Gadea, E. (2013). Metodologías autárquicas aplicadas al relanzamiento de las políticas de desarrollo local. En *IX Coloquio nacional de desarrollo local*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Serasols-Tarrés, C. (2006). Hacia un modelo de creación de empresas en la economía del conocimiento. *Boletín ICE Económico*, 33-52. Recuperado a partir de http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2006/34774/bolice_a2006m11n2895p33.pdf
- Shane, S., y Venkataraman, S. (2000). The promise of Entrepreneurship as field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Shaper, A., y Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, 7240, 72-90. <http://doi.org/10.2139/ssrn.1497759>
- Sherman, H. (1998). *Comments on Peter Barse's «A Question of Evaluation»*. *Economic Development Quarterly* (Vol. 12). ' Economic Development Quarterly 12 (4), 334-335. <http://doi.org/10.1177/089124249801200405>
- Sherman, H., y Chappell, D. S. (1998). Methodological Challenges in Evaluating Business Incubator Outcomes. En *Economic Development Quarterly* (Vol. 12, pp. 313-321). <http://doi.org/10.1177/089124249801200405>
- Sherman, H. D. (1999). *Assessing the intervention effectiveness of business incubation programs on new business start-ups*. *Journal of Developmental Entrepreneurship* (Vol. 4). ' Journal of Developmental Entrepreneurship 4 (2), 117-133. Recuperado a partir de <http://ezproxy.lib.umb.edu/login?url=http://search.proquest.com/docview/208432977?accountid=28932&nhttp://linksource.ebsco.com/linking.aspx?sid=ProQ:abiglobal&fmt=journal&genre=unknown&issn=10849467&volume=4&issue=2&date=1999-10-01&spage=117&title=Journal>
- Sierra Caballero, F. (1997). *Pedagogía de la comunicación y desarrollo local: una propuesta metodológica cualitativa*. Universidad Complutense de Madrid.
- Silva Díaz, J. A., Bertullo, J., Torrelli, M., y Rieiro, A. (2007). *Instrumento de medición particularidades de la rentabilidad social en las cooperativas*. Buenos Aires. Recuperado a partir de http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/rentabilidad_social.pdf

- Simón Elorz, K. (2003). *Creación de empresas de base tecnológica*.
- Sindic de Greuges de la Comunitat Valenciana. (2010). *Informe especial a les corts valencianes. La actuación de los servicios públicos valencianos de empleo en la lucha contra el paro*.
- Smilor, R. W. (1987a). *Commercializing Technology Through New Business Incubators*. *Research Management* (Vol. 30). Research Management. Recuperado a partir de <http://ezproxy.lib.umb.edu/login?url=http://search.proquest.com/docview/213817166?accountid=28932\nhttp://linksource.ebsco.com/linking.aspx?sid=ProQ:abiglobal&fmt=journal&genre=article&issn=00345334&volume=30&issue=5&date=1987-09-01&spage=36&title=Researc>
- Smilor, R. W. (1987b). *Managing the incubator system: Critical success factors to accelerate new company development*. *IEEE Transactions on Engineering Management* (Vol. EM-34). ' {IEEE} Transactions on Engineering Management {EM}- 34 (4), 146–156. <http://doi.org/10.1109/TEM.1987.6498875>
- Smilor, R. W., y Gill, M. D. (1986). *The new business incubator: Linking talent, technology, capital, and know-how*. Lexington: Lexington Books.
- Smith, A. (1759). *The Theory of Moral Sentiments*. *Library* (Vol. 1). Fondo de cultura económica de Estados Unidos. <http://doi.org/10.1017/S0031819100023536>
- Smith, A. (1776). Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones. En *The Wealth of Nations* (p. 31). Recuperado a partir de www.elortiba.org
- Soriano Hernández, M. Á. (2005). La Gestión estratégica de proyectos de desarrollo local. *Curso de Gestión estratégica de ciudades*.
- Steinberg, F. (2006). *20 años de España en la Unión Europea (1986-2006)*. Madrid.
- Stephens, S., y Onofrei, G. (2012). Measuring Business Incubation Outcomes: an Irish Case Study. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 13(4), 277. Recuperado a partir de <http://ezproxy.lib.umb.edu/login?url=http://search.proquest.com/docview/1151797271?accountid=28932\nhttp://linksource.ebsco.com/linking.aspx?sid=ProQ:abiglobal&fmt=journal&genre=article&issn=14657503&volume=13&issue=4&date=2012-11-01&spage=277&title=Inter>
- Sternberg, R. (2012). Do EU Regional Policies Favour Regional Entrepreneurship? Empirical Evidence from Spain and Germany. *European Planning Studies*, 20(4), 583-608. <http://doi.org/10.1080/09654313.2012.665030>
- Steyn, P. D., y Du Toit, A. S. A. (2007). Perceptions on the of use of a corporate business incubator to enhance knowledge management at ESKOM: management. *South African Journal of Economic and Management Sciences= Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Ekonomiese en Bestuurswetenskappe*, 33-50.
- Stiglitz, J. E. (1992). Economics of the Public Sector. En *Economics of the Public Sector* (pp. 83-94).
- Stoforos, C., Kavcic, S., Erjavej, E., y Mergos, G. (2008). Agricultural Policy Analysis Model for

- Slovenian Agriculture. Recuperado 14 de abril de 2014, a partir de <http://ressources.ciheam.org/om/pdf/c44/00800090.pdf>
- Stuart, R., y Abetti, P. (1987). *Start-up ventures: Towards the prediction of initial success*. *Journal of Business Venturing* (Vol. 2). ' *Journal of Business Venturing* 2, 215–230. [http://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90010-3](http://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90010-3)
- Subirats, J., Knoepfel, P., Larrue, C., y Varonne, F. (2008). *Análisis y gestión de políticas públicas*. (Editorial Ariel, Ed.). Barcelona.
- Such, D., y Belso Martínez, J. A. (1998). 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.*, 117-137.
- Swierczek, F. (1992). *Strategies for business innovation: Evaluating the prospects of incubation in Thailand*. *Technovation* (Vol. 12). ' *Technovation* 12 (8), 521–533. [http://doi.org/10.1016/0166-4972\(92\)90079-W](http://doi.org/10.1016/0166-4972(92)90079-W)
- Tamayo y Tamayo, M. (1998). *Diccionario de investigación científica*. (Limusa, Ed.). México.
- Temali, M., y Campbell, C. (1984). *Business incubator profiles: A national survey*. Hubert H. Humphrey Institute. Minneapolis: University of Minnesota, Hubert H. Humphrey Institute of Public Affairs.
- Toro, D. (2006). *El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa : revisión de la literatura académica*. *Intangible capital* (Vol. 2). Recuperado a partir de [http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/2942/1/Enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa.pdf](http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/2942/1/Enfoque%20estrat%C3%A9gico%20de%20la%20responsabilidad%20social%20corporativa.pdf)
- Udell, G. (1990). *Are business incubators really creating new jobs by creating new business and new products*. *Journal of Product Innovation Management* (Vol. 7). *Journal of Product Innovation Management*. [http://doi.org/10.1016/0737-6782\(90\)90053-H](http://doi.org/10.1016/0737-6782(90)90053-H)
- UK Business Incubator Association. (2014). UK Business Incubator Association (UKBI). Recuperado 5 de abril de 2015, a partir de <http://www.isbe.org.uk/>
- Unidad responsable de la evaluación de la DG Política Regional Comisión Europea. (2003). *Guía del análisis de costes-beneficios de los proyectos de inversión*.
- Unión Europea. (2003). *Guía del análisis coste-beneficio de los proyectos de inversión*. Recuperado a partir de http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/cost/guide02_es.pdf
- Urbano, D. (2006a). Factores condicionantes de la creación de empresas en Catalunya: un enfoque institucional. *Estudios de Economía Aplicada*, 24, 1-4. Recuperado a partir de <http://www.davidurbano.es>
- Urbano, D. (2006b). *La creación de empresas en Catalunya: Organismos de apoyo y actitudes hacia la creación de empresas*. Generalitat de Catalunya, Departament de Treball i Indústria, Empresarial (CIDEM), Barcelona. (Vol. 14).
- Urueña Gutiérrez, B. (1994). La intervención pública en la promoción del desarrollo regional. En *IV Congreso de Economía Regional de Castilla León*. Burgos.

12. Referencias documentales y tablas

12.1. Referencias bibliográficas

- Urueña Gutiérrez, B. (2005). Impacto de las entidades de promoción económica sobre el desarrollo regional. *Boletí*, 35-48.
- Valencia, P., García, M., y Moreno, J. J. (2007). *Factores determinantes en la creación de una empresa : Valores culturales , redes sociales y ayudas públicas*.
- Vanderstraeten, J., Matthyssens, P., y Witteloostuijn, A. Van. (2000). *Measuring the Performance of Business Incubators Faculty of Applied Economics Measuring the Performance of Business Incubators. Journal of Small Business Management* (Vol. 32). University of Antwerp, Faculty of Applied Economics. Recuperado a partir de <http://ideas.repec.org/p/ant/wpaper/2012012.html>
- Vaquero García, A., y Ferreiro Seoane, F. J. (2013a). *Análisis regional de los viveros de empresa*. Oviedo.
- Vaquero García, A., y Ferreiro Seoane, F. J. (2013b). Medición de la riqueza generada por los viveros de empresa en Galicia. En *New challenges of the regional and policy and potentials of cities to overcome a worldwide economic crisis*. Oviedo. Recuperado a partir de <http://www.reunionesdeestudiosregionales.org/Oviedo2013/htdocs/pdf/p622.pdf>
- Vaz Ogando, Natalia; Ruiz Blanco, Silvia; Fernández-Feijóo Souto, B. (2013). Responsabilidad Social Corporativa: Un concepto en evolución. En *XXIII Jornadas Hispanolusas* (pp. 1-15).
- Vázquez-Barquero, A. (2000). Desarrollo endógeno y globalización. *Eure. Revista Latinoamericana de estudios urbanos regionales*, 47 - 65.
- Veciana, J. M. (1995). *Entrepreneurship as a scientific research programme*. Barcelona.
- Veciana, J. M. (2007). *Entrepreneurship as a Scientific Research Programme. Entrepreneurship. Concepts, Theory and Perspective*.
- Vela Velásquez, J. C. (2011). Modelo para la creación de incubadoras de empresas en la realidad peruana. Recuperado a partir de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio//handle/123456789/914>
- Viadiu, F. M., y Martínez, A. (2005). Viveros de empresas en Cataluña Tradicionales y especializados, 31-46.
- Viadiu, M., y Martínez, A. (2006). TIPOLOGÍAS DE VIVEROS DE EMPRESAS : Tradicionales y especializados. *Investigaciones Europeas de Direccion y Economía de la empresa*, pp. 133-152. <http://doi.org/Vol 12 N°1>
- Villanueva, L. F. A., y Porrúa, M. A. (1992). *El estudio de las políticas públicas*. México.
- Vinyes i Vila, J. (2013). *Factores condicionantes de la aparición y desarrollo de los ángeles inversores: el caso de Cataluña*. Universitat de Vic. Recuperado a partir de <http://www.tdx.cat/handle/10803/132633>
- Von Graevenitz, G., Harhoff, D., y Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76(1), 90-112.
- Walras, L. (1874). *Eléments d'économie Politique Pure ou Théorie de la Richese (traducción al castellano). Elementos de economía política pura*. (Alianza, Ed.). Madrid.

- Weverbergh, R. (2013). Why Spain has an entrepreneurship problem (and why there's hope)? Recuperado 26 de agosto de 2015, a partir de <http://www.whiteboardmag.com/why-spain-has-an-entrepreneurship-problem-and-why-theres-hope/>
- Wikipedia. (s. f.). Crisis española 2008- 2012. Recuperado a partir de http://es.wikipedia.org/wiki/Crisis_económica_española_de_2008-2014
- Wildavsky, A. (1979). Speaking Truth to Power: The Art and Craft of Policy Analysis. *Journal of Economic Issues*, 14(4), 1029-1031.
- William J. Dennis, J. (2005). *Public Policy, Competition and Entrepreneurship in the United States: the Wheat, the Chafe, and the Irrelevant. Culture*. Recuperado a partir de <http://www.allbusiness.com/north-america/united-states/15607924-1.html#ixzz1nQJOV2WL>
- Woller, G. (2007). Trade-offs between social and financial performance. *ESR Review*, 9(2), 14-19.
- Wonglimpiyarat, J. (2013). Innovation financing policies for entrepreneurial development - Cases of Singapore and Taiwan as newly industrializing economies in Asia. *Journal of High Technology Management Research*, 24(2), 109-117.
- World Bank Group. (2015). *Doing Business 2015: Going beyond efficiency*. Recuperado a partir de www.worldbank.org
- Yang, X.-J., y He, Z. (2010). *The relationship between corporate social responsibility and growth of the SME in fresh phase*. Zhuzhou. Recuperado a partir de http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTOTAL-GCXT201006019.htm
- Zasiadly, K. (2015). *Business Incubator Model*. Recuperado a partir de http://macro-project.net/cms/uploads/bi_model_030712_for_edc.pdf
- Zedtwitz, M. Von. (2003). Classification and management of incubators: aligning strategic objectives and competitive scope for new business facilitation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 3(1/2), 176. <http://doi.org/10.1504/IJEIM.2003.002227>
- Zhigao, C., Ling, M., y Xiangyun, C. (2006). Knowledge deployment and knowledge network: Critical factors in building advantage of business incubator knowledge service. En *2006 IEEE International Conference on Service Operations and Logistics, and Informatics, SOLI 2006* (pp. 244-249).

12.2. Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Anagrama de los viveros de empresas de la Agencia Local del Ayuntamiento de Alicante.	27
---	----

Ilustración 2. Resumen del proceso metodológico para la realización del trabajo de tesis doctoral.	45
Ilustración 3. Resumen de las limitaciones del estudio y las soluciones planteadas para resolverlas.....	48
Ilustración 4. Razones de la intervención del sector público en el ámbito privado.	52
Ilustración 5. Resumen de las principales escuelas que justifican la intervención del sector público en la actividad privada.....	56
Ilustración 6. Clasificación de los hitos documentales sobre incubadoras y empresas alojadas.	58
Ilustración 7. Evolución de los servicios de los VE en Estados Unidos.....	60
Ilustración 8. Número de incubadoras por millón de habitantes (2014).	61
Ilustración 9. Evolución número de incubadoras en el mundo.	63
Ilustración 10. Casuística de los candidatos a acceder a un vivero.	76
Ilustración 11. Evolución temporal concepto básico de incubadora de empresas. Principales autores.....	77
Ilustración 12. Formas de intervención de la administración pública. Esquema básico.....	89
Ilustración 13. Esquema de las técnicas de estímulo económico.....	92
Ilustración 14. Línea de tiempo de normativa general y específica que afecta a las entidades locales que gestionan VE	99
Ilustración 15. Línea de tiempo de normativa que afecta a las Cámaras de Comercio en su gestión de VE.....	100
Ilustración 16. Línea de tiempo de la normativa principal que afecta a las universidades que gestionan incubadoras de empresas.....	101
Ilustración 17. Resumen conceptos básicos de Escuelas políticas públicas.....	120
Ilustración 18. Centros tecnológicos de la Comunidad Valenciana. ¡Error! Marcador no definido.	
Ilustración 19. Mapa de recursos de conocimiento de la CV.	218

Ilustración 20. % Tasa de variación del PIB real (2004-2014).....	221
Ilustración 21. Valor añadido bruto, 2013.....	225
Ilustración 22. Visados de dirección de obra en la Comunidad Valenciana.....	229
Ilustración 23. Evolución del empleo en la Comunidad Valenciana en el periodo 2003-2013. .	232
Ilustración 24. Tasa de paro en la Comunidad Valenciana, España y la UE.....	234
Ilustración 25. Esquema de factores objetivo de análisis por el GEM de la Comunidad Valenciana	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 26. Reproducción del documento <i>Summa de Varones Ilustres</i> , en el que Juan Sedeño presenta su definición de emprendedor.....	250
Ilustración 27. Definición de PYME en la UE.....	284
Ilustración 28. Límites a la definición de PYME y micropyme.	285
Ilustración 29. Evolución del límite de facturación para consideración como PYME a efectos de la AEAT.....	287
Ilustración 30. Fases para la constitución de una empresa.....	289
Ilustración 31. Modelo Infodev (2001).....	324
Ilustración 32. Modelo de Jones (2010).	327
Ilustración 33. Modelo de Chandra y Chao (2011).	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 34. Modelo de Metibtikar (2012).	329
Ilustración 35. Modelo de Ryzhonkov (2014).	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 36. Variables que influyen en el proceso de generación de empresas de éxito.	332
Ilustración 37. Grado de riesgo de la inversión en función de la etapa de incubación.	333
Ilustración 38. Resumen de las principales iniciativas legislativas nacionales a favor de la RSC.....	339
Ilustración 39. Evolución del número de viveros de empresas en España 2004-2014.	383
Ilustración 40. Mapa de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana.	393

Ilustración 41. Situación laboral del emprendedor antes de alojarse en el vivero de empresas (%).	500
Ilustración 42. Subvenciones recibidas para la puesta en marcha del negocio por tipo de emprendedor.	517
Ilustración 43. Distribución de fuentes de gastos e ingresos de viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014.....	¡Error! Marcador no definido.

12.3. Lista de tablas

Tabla 1. Especificación del planteamiento metodológico. Marco teórico vs. Estado de la cuestión.	42
Tabla 2. Objetivos de los promotores de las incubadoras de empresas.....	69
Tabla 3. Literatura de análisis de políticas de creación de empresas a partir del enfoque institucional.....	127
Tabla 4. Clasificación institucional de elementos que inciden en la creación de empresas.	128
Tabla 5. Factores determinantes de la creación de empresas que son afectados o no por los viveros de empresas.	150
Tabla 6. Factores determinantes de la creación de empresas.	151
Tabla 7. Trámites de carácter general a realizar para la legalización de una empresa.	163
Tabla 8. Trámites de carácter en función de la actividad a realizar para la legalización de una empresa.	163
Tabla 9. Trámites a realizar en caso de que sea necesario contratar trabajadores para la legalización de una empresa.....	164
Tabla 10. Trámites de carácter complementario a realizar para la legalización de una empresa.	164

Tabla 11. Elementos inductores de actividad económica de un vivero.	183
Tabla 12. Externalidades de la actividad emprendedora.	186
Tabla 13. Clasificación de España en distintos parámetros en el informe Doing Business 2015.	242
Tabla 14. Factores externos condicionantes de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	248
Tabla 15. Definiciones de emprendedor.	266
Tabla 16. Resumen de formas jurídicas.	276
Tabla 17. Elementos de referencia para una definición de PYME.	282
Tabla 18. Dimensiones de las PYME según definiciones de diferentes países.	283
Tabla 19. Resumen de la evolución de las propuestas de valor de las incubadoras de empresas.	301
Tabla 20. Diferencias entre viveros de empresas y aceleradoras.	311
Tabla 21. Definiciones de viveros de empresas.	315
Tabla 22. Análisis de coste-beneficio según los métodos de calculo de rentabilidad de viveros de empresas en España.	366
Tabla 23. Viveros de empresas de la Comunidad Valenciana incluidos en la investigación.	374
Tabla 24. Datos origen de la información utilizada para la elaboración del análisis descriptivo.	375
Tabla 25. Evolución del número de viveros de empresas por Comunidad Autónoma: 2003-2014.	384
Tabla 26. Densidad de viveros de empresas respecto al número de empresas y cotizantes a la Seguridad Social y por Comunidad Autónoma en el año 2014.	386
Tabla 27. Evolución del número de viveros de empresas por tipo de organismo.	387
Tabla 28. Evolución (variación %) del número de viveros de empresas, empresas, tasa de paro y cotizantes por Comunidad Autónoma en el periodo 2009-14.	388

Tabla 29. Distribución territorial de viveros de empresas, población y cotizantes a la Seguridad Social por comarcas y provincias, 2014.	391
Tabla 30. Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes por tipo de titularidad del vivero y provincia ante la afirmación “la apertura de viveros de empresas se debe más a criterios políticos que a una necesidad real por parte de la sociedad”	398
Tabla 31. Titularidad de los viveros de empresas: España vs. Comunidad Valenciana.	399
Tabla 32. Antigüedad media de los viveros de empresas: España vs. Comunidad Valenciana..	401
Tabla 33. Viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: titularidad, gestión, año de inicio de actividad y operatividad.....	405
Tabla 34. Orientación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: orientación del perfil del emprendedor-titularidad del vivero.	407
Tabla 35. Orientación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana: orientación sectorial del vivero-titularidad del vivero.	410
Tabla 36. Otros criterios específicos de entrada al vivero (% de respuestas afirmativas).	411
Tabla 37. Categorización de viveros. Grupo 1: orientación tecnológica.....	412
Tabla 38. Categorización de viveros. Grupo 2: orientación industrial.....	413
Tabla 39. Categorización de viveros. Grupo 3: orientación servicios	414
Tabla 40. Superficie y capacidad de alojamiento de los viveros de empresas por provincia, titularidad y grupos de orientación sectorial	417
Tabla 41. Superficie y capacidad de alojamiento de los viveros de empresas.....	419
Tabla 42. Dotaciones por titularidad y orientación sectorial del vivero (% de respuestas afirmativas)	423
Tabla 43. Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes y los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el estado de conservación y de equipamiento del vivero es adecuado para alojar empresas”	424

Tabla 44. Servicios por titularidad y orientación sectorial del vivero (% de respuestas afirmativas)	429
Tabla 45. Grado de acuerdo/desacuerdo de los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial de los servicios ofertados en el vivero.	431
Tabla 46. Recursos humanos (técnicos de asesoramiento) en viveros: Comunidad Valenciana-España	433
Tabla 47. Características de los recursos humanos y del responsable de los viveros valencianos.....	435
Tabla 48. Vinculaciones a redes de viveros (% columnas)	438
Tabla 49. Información sobre los viveros y actividades de difusión sobre emprendimiento (% de respuestas afirmativas)	438
Tabla 50. Período máximo de estancia de los viveros valencianos (% por filas)	444
Tabla 51. Grado de acuerdo/desacuerdo entre los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el tiempo de estancia en el vivero es suficiente para que una empresa pueda consolidarse y sobrevivir posteriormente en otra ubicación”	447
Tabla 52. Precio medio de alojamiento de los viveros de la Comunidad Valenciana (euros/m ²).....	450
Tabla 53. Capacidad de alojamiento, período máximo de estancia y precios medios por m ² en los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014.	453
Tabla 54. Comparativa de precios de oficinas y despachos sector privado-viveros de empresas por principales comarcas de la Comunidad Valenciana (euros/m ²).....	454
Tabla 55. Grado de acuerdo/desacuerdo entre los gerentes y los emprendedores alojados por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “el precio de alojamiento en los viveros está por debajo del precio de mercado”	456
Tabla 56. Tasa de ocupación de los viveros por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014	459

Tabla 57. Tasa de ocupación de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014	462
Tabla 58. Tenencia, construcción y fuentes de financiación inicial de viveros de la Comunidad Valenciana.....	468
Tabla 59. Ingresos por alojamiento y gastos de personal y operativos de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014	473
Tabla 60. Ingresos por alojamiento y gastos de personal y operativos de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (euros).....	475
Tabla 61. Contribución de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana a la creación de actividades emprendedoras y de empleo por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial desde el inicio de la actividad hasta diciembre de 2014.	477
Tabla 62. Actividades emprendedoras (con y sin constitución de empresa) creadas en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014	480
Tabla 63. Personas vinculadas a las empresas alojadas en los viveros de la Comunidad Valenciana hasta 2014.....	481
Tabla 64. Aportación de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana a la creación de puestos de trabajo.....	483
Tabla 65. Análisis de correlación entre el número de cotizantes a la Seguridad Social por comarcas y empleos generados por los viveros en la Comunidad Valenciana, 2014.	484
Tabla 66. Tipo de emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad y grupos de orientación sectorial (% por filas)	488
Tabla 67. Fecha media de constitución de las empresas alojadas en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (% por filas y tiempo promedio en años).....	490
Tabla 68. Personas vinculadas a las actividades emprendedoras en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor	493

Tabla 69. Género y edad del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor.....	495
Tabla 70. Nivel de estudios de emprendedores alojados en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014.....	498
Tabla 71. Titulación del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por género del emprendedor, provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (% por filas)	499
Tabla 72. Experiencia laboral previa y respecto al proyecto empresarial del emprendedor alojado en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial y tipo de emprendedor (promedio de años).....	501
Tabla 73. Análisis comparativo de distribución sectorial de emprendedores en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, informe GEM y estructura sectorial regional y nacional, 2014 (% por columnas).	503
Tabla 74. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana 2014 (valores absolutos) a partir de códigos CNAE.	507
Tabla 75. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por provincia, titularidad del vivero y grupos de orientación sectorial (% por filas)	508
Tabla 76. Personas vinculadas a las actividades emprendedoras en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por actividad económica.	509
Tabla 77. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de emprendedor y formación del líder del proyecto (% en columnas por actividad y % en filas por totales de tipo de emprendedor).	511
Tabla 78. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de emprendedor y experiencia previa del líder del proyecto (% en columnas por actividad y % en filas por totales de tipo de emprendedor)	512

Tabla 79. Condición jurídica de las empresas alojadas en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por tipo de emprendedor (% por filas).	514
Tabla 80. Actividades económicas desarrolladas por los emprendedores en los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 por tipo de condición jurídica agrupada (% por columnas).....	515
Tabla 81. Distribución del capital semilla (euros) aportado por los emprendedores para proyectos de negocio nacientes en España en 2014: emprendedores alojados en los viveros vs. emprendedores. Informe GEM 2014.....	519
Tabla 82. Distribución proporcional de clientes de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% por filas).	521
Tabla 83. Distribución proporcional de los mercados a los que se dirigen los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% de respuestas afirmativas).	523
Tabla 84. Distribución comparativa de los emprendedores alojados en los viveros de la Comunidad Valenciana-Informe GEM España 2014 según su orientación internacional (% por filas).	524
Tabla 85. Principales dificultades de los emprendedores para desarrollar el proyecto empresarial por tipo de emprendedor (% de respuestas afirmativas).....	528
Tabla 86. Principales dificultades de los emprendedores para desarrollar el proyecto empresarial por titularidad del vivero donde se alojan (% de respuestas afirmativas).	529
Tabla 87. ¿Continuaría desarrollando el proyecto empresarial si no hubiera podido acceder al vivero de empresas? Respuestas de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% por filas).	533
Tabla 88. Principales motivos para alojarse en un vivero de empresas por parte de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad	

Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (% de respuestas afirmativas).....	534
Tabla 89. Valoración de los emprendedores de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014 (1.ª parte).....	539
Tabla 90. Grado de satisfacción general de los viveros de empresas por parte de los emprendedores alojados en el año 2014 en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana por provincia, titularidad, grupos de orientación sectorial, tipo de emprendedor y actividad económica (medias y desviación típica) (2.ª parte)	540
Tabla 91. Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial, año 2014 (euros y % sobre gastos).	548
Tabla 92. Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (euros).	550
Tabla 93. Cuenta de resultados de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014 (% sobre el total de gastos e ingresos).....	551
Tabla 94. Resultado de recursos e ingresos generados por la actividad de los viveros de la Comunidad Valenciana por tipo de titularidad, provincia y grupo sectorial en el año 2014.	559
Tabla 95. Resultado de recursos e ingresos por la actividad de los viveros de la Comunidad Valenciana, 2014	561
Tabla 96. Contribución neta por empresa de los viveros de la Comunidad Valenciana en 2014 ordenado de mayor a menor.	564
Tabla 97. Rentabilidad de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana (VAN) 2014..	567
Tabla 98. Correlaciones estadísticas entre los recursos aportados, ingresos fiscales y resultados en los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana, 2014.....	570
Tabla 99. Análisis de regresión de recursos económicos públicos y privados-ingresos fiscales totales	572
Tabla 100. Grado de acuerdo/desacuerdo de los gerentes de empresas por tipo de titularidad del vivero, provincia y grupo sectorial ante la afirmación “los viveros de empresas no son	

rentables económicamente, pero sí socialmente porque ayudan a crear empresas y generar puestos de trabajo”	574
Tabla 101. Correlaciones estadísticas entre los recursos económicos y la creación de empresas y puestos de trabajo: 2014 y acumulado desde el inicio de actividad del vivero.....	577
Tabla 102. Análisis de regresión recursos económicos - empresas y empleo, 2014.	579
Tabla 103. Análisis de regresión recursos económicos acumulados - empresas y empleos acumulados.....	580
Tabla 104. Correlaciones estadísticas entre la plantilla de trabajadores y la creación de empresas y puestos de trabajo en 2014.....	580
Tabla 105. Análisis de regresión plantilla de trabajadores en los viveros - empresas y empleo, 2014.	582
Tabla 106. Resumen de las principales características de los recursos físicos e intangibles de los viveros de la Comunidad Valenciana por orientación sectorial.....	584
Tabla 107. Correlaciones estadísticas entre recursos físicos e intangibles y la creación de empresas y puestos de trabajo acumulado desde inicio de actividad del vivero.	585
Tabla 108. Análisis de regresión empresas y empleo acumulado - dotaciones de los viveros ..	586
Tabla 109. Análisis de regresión empresas y empleo acumulado - servicios de los viveros.....	587
Tabla 110. Correlación estadística entre los recursos económicos humanos, físicos e intangibles, valoración general de los emprendedores en 2014.	590
Tabla 111. Análisis de regresión valoración general de los emprendedores - dotaciones y servicios de los viveros.....	591
Tabla 112. Rentabilidad y eficiencia de los viveros de empresas de la Comunidad Valenciana (ordenado por empleos generados en 2014)	599