

Nuevas empresas e instituciones de apoyo: el caso de la promoción empresarial en los ámbitos rurales y urbanos de Cataluña (*)

DAVID URBANO (**)

YANCY VAILLANT (**)

NURIA TOLEDANO (**)

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace ya algunos años, los altos niveles de creación de nuevas empresas que caracterizan las zonas más desarrolladas se están utilizando como indicadores de crecimiento económico (Reynolds, 1994; Thurik, 1996; European Commission, 1999; Wennekers y Thurik, 1999; Storey, 2000; Wennekers *et al.*, 2002; Carree *et al.*, 2002). Así, si bien durante mucho tiempo hablar de desarrollo estuvo unido a la idea de grandes complejos industriales localizados en ámbitos urbanos (Vázquez, 1993; Gib, 1993; Beltrán, 1994), referirse al crecimiento económico en la actualidad precisa necesariamente una mención a la creación de nuevas empresas. Tal es así, que algunos autores no vacilan en afirmar que la creación de empresas constituye la savia de la economía de mercado y el motor esencial en la lucha contra el desempleo (Birch, 1979; Storey, 1994; Rubio *et al.*, 1999).

En este contexto, desde el campo académico se han acentuado notablemente las investigaciones sobre creación de empresas, estudiándose desde diferentes enfoques, niveles y teorías (Shane y Venkataraman, 2000; Gartner, 2001; Ucbasaran *et al.*, 2001; Aldrich y Martínez, 2001; Davidson y Wiklund, 2001). En concreto, las cuestiones relacionadas con el fomento de las nuevas empresas han despertado

(*) Los autores quieren agradecer los comentarios realizados por los evaluadores anónimos, los cuales han contribuido a enriquecer las distintas partes del trabajo.

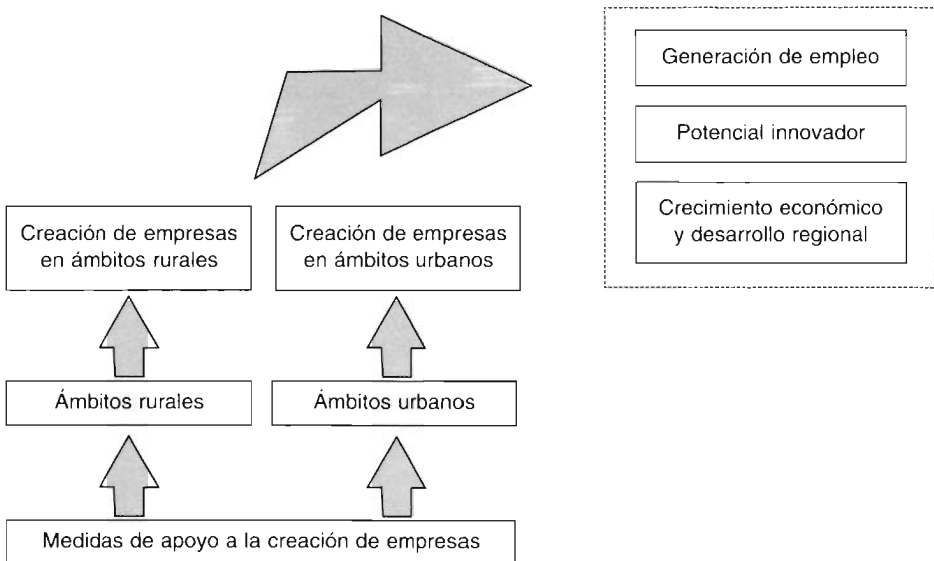
(**) Departamento de *Economía de la Empresa*. Universitat Autònoma de Barcelona.

en los últimos años el interés de investigadores, que asumen que la utilización de mecanismos de apoyo puede tener un efecto positivo tanto en el número de empresas creadas como en sus tasas de supervivencia (White y Reynolds, 1996; Storey, 2000; Boter y Lundström, 2001; Reynolds *et al.*, 2002; Urbano, 2006).

Al mismo tiempo, cada vez son más las administraciones públicas que desde distintos ámbitos –europeo, nacional, regional o local– han mostrado interés por incrementar los ratios de creación de nuevas empresas, aumentando de forma considerable el número y la variedad de medidas que facilitan la puesta en marcha de iniciativas empresariales, al asumir que una política de fomento a la creación de empresas tiene un impacto positivo en la generación de empleos (Kirchoff y Phillips, 1992; Storey, 1994; White y Reynolds, 1996; Audrestsch *et al.*, 2001), en la innovación (Drucker, 1985; Acs y Audrestsch, 1988; King, 1996; Roberts y King, 1996; Pavitt, 1998), en el crecimiento económico y en el desarrollo regional (Storey, 1994; Wennekers y Thurik, 1999; Carree *et al.*, 2002). Dentro de esta diversidad de medidas, se aprecian algunas diferencias entre los apoyos más utilizados en las zonas rurales y urbanas (Reynolds, 1994; Rupri, 1999; Smallbone *et al.*, 2002), lo cual parece razonable, dadas las peculiares características de ambos espacios (ver figura 1).

Figura 1

Incidencia de las medidas de apoyo a la creación de empresas en los ámbitos rurales y urbanos



Fuente: Elaboración propia.

Así, por ejemplo, mientras que las áreas urbanas son las que, en general, se encuentran más diversificadas sectorialmente y, en cierto modo, las que se hallan más relacionadas con el desarrollo empresarial, muchas de las zonas rurales han visto dificultado su crecimiento, en parte por el impacto negativo que en el pasado tuvo el predominio de la actividad agraria en su economía, debido al menor valor añadido que proporcionaban estas actividades en comparación con las de transformación o servicios (Ceña, 1994; González, 2002; Regidor, 2000).

En este contexto, el objetivo principal de la presente investigación es analizar los mecanismos de apoyo a la creación de nuevas empresas en el ámbito rural de Cataluña en comparación con los establecidos en el ámbito urbano, tanto desde el punto de vista de la oferta (organismos y programas de apoyo) como desde el punto de vista de la demanda (nuevos empresarios). Con esta finalidad se considera la comarca de la Garrotxa como zona rural y la comarca del Vallès Occidental como urbana.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Identificar y describir los organismos y mecanismos de apoyo que tienen un papel más relevante en la creación de empresas tanto en la Garrotxa como en el Vallès Occidental, así como analizar las medidas ofrecidas a los nuevos empresarios (análisis de la oferta).
2. Analizar las características de la demanda de las distintas medidas de apoyo a la creación de empresas, por parte de los nuevos empresarios de la Garrotxa y del Vallès Occidental.
3. Contrastar el grado de adecuación entre las medidas de apoyo existentes y las necesidades reales de asistencia del nuevo empresario, en el caso de ambas comarcas catalanas.

Para lograr estos objetivos, la presente investigación adopta el marco teórico proporcionado por la teoría económica institucional, debido a la adecuación que tienen sus planteamientos para el estudio del entorno institucional y de los factores institucionales formales que condicionan la creación de empresas en Cataluña, tanto en áreas rurales como urbanas (Urbano, 2006; Díaz *et al.*, 2005; 2006). Con todo ello, y tras esta introducción, se exponen en el segundo apartado los aspectos principales de dicha teoría. Seguidamente se explica la metodología utilizada y los principales resultados obtenidos. El trabajo finaliza con la presentación de las conclusiones más relevantes.

2. EL PAPEL DE LAS INSTITUCIONES EN EL MEDIO RURAL: UNA APROXIMACIÓN DESDE LA TEORÍA ECONÓMICA INSTITUCIONAL

En Europa, las intervenciones públicas para el desarrollo de las zonas rurales han sido especialmente relevantes, debido, no sólo a la amplitud geográfica que estos ámbitos representan para el conjunto de la Unión Europea (1), sino, sobre todo, por el papel que desempeñan de cara a la disminución de las disparidades que tradicionalmente han existido entre estas zonas y las urbanas. No obstante, con el paso del tiempo, y a medida que el proyecto de integración europea ha ido evolucionando y se ha ido haciendo más diverso y complejo, los tradicionales apoyos, basados fundamentalmente en criterios sectoriales y materializados en gran medida en ayudas a la actividad agraria, actividad predominante durante mucho tiempo en el medio rural, han ido manifestando sus debilidades, carencias y contradicciones (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2003). De ahí, que desde hace algunos años vuelvan a obtener protagonismo los nuevos apoyos institucionales, en particular aquellos dirigidos a estimular la diversificación de las actividades económicas en el ámbito rural (2).

Por otra parte, desde el punto de vista académico, el resurgimiento de la importancia del institucionalismo para explicar el cambio, el comportamiento en las organizaciones y el desarrollo económico y social en función de las presiones institucionales presentes en el entorno, se deben, en gran medida, a los planteamientos desarrollados en la teoría institucional y planteados por Douglass North (1990; 2005). Concretamente, este autor asume un concepto muy amplio de «institución» al plantear que *«las instituciones son las reglas de juego en una sociedad o, expresado más formalmente, las instituciones serían las limitaciones ideadas por las personas que dan forma a la interacción humana»* (North, 1990; 13). De esta manera, la función principal de las instituciones en la sociedad será reducir la incertidumbre, estableciendo una estructura a la vida diaria y constituyendo una guía para la interacción humana (North, 1990).

Por otra parte, North (1990, 2005) distingue entre instituciones formales, que comprenden las leyes, los reglamentos y los procedimientos gubernamentales, e instituciones informales, que incluyen

(1) Las zonas rurales suponen hasta el 90 por ciento del territorio de la Unión Europea después de la ampliación de los 25 (http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_es.htm).

(2) La diversificación de la economía rural, junto con la mejora de la calidad de vida, constituye uno de los ejes prioritarios sobre los que gira la política de desarrollo rural prevista para el período 2007-2013 (Comisión Europea, 2006).

las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de las personas, es decir, la cultura de una sociedad determinada.

En el presente estudio, nos centramos en las denominadas por North (1990) instituciones formales, las cuales vendrían caracterizadas por los factores institucionales que condicionan y/o facilitan la creación de nuevas empresas. Dicho de otro modo, las instituciones formales se encuentran representadas en este trabajo por los organismos públicos, privados y mixtos que proporcionan algún tipo de asistencia a las nuevas empresas, así como por las diferentes medidas de apoyo ofrecidas por los mismos.

2.1. Los factores institucionales formales como condicionantes de la creación de empresas: una revisión de la literatura

Amplia y extensa es la literatura que considera los factores institucionales formales como condicionantes de la creación de nuevas empresas. Específicamente, entre los estudios teóricos más relevantes que abordan esta temática destacan los trabajos de Cooper (1981), Cooper y Gimeno (1992) y Malecki (1997), en los que se plantean los factores que en general pueden afectar la creación de empresas.

Por otro lado, autores como Gartner (1985) y Gnyawali y Fogel (1994) investigan más en profundidad los factores condicionantes del entorno, recomendando posibles líneas de actuación en las políticas gubernamentales orientadas hacia la creación de nuevas empresas. Algunos estudios, por su parte, se centran en el análisis de la mejora de la gestión de las instituciones de apoyo a las nuevas empresas (Gibb, 1993), mientras que otros trabajos analizan medidas de apoyo específicas, tales como las redes de apoyo a la creación de empresas (Monsted, 1993), los instrumentos de financiación (Salas, 1990), el capital riesgo (Smith, 1994) o la formación en creación de empresas (Vesper, 1982).

En lo que a estudios empíricos se refiere, cabe subrayar la gran representatividad que existe entre los mismos, tanto de países o regiones estudiadas como de colectivos de empresarios objeto de investigación. En concreto, entre los trabajos dedicados al estudio de los apoyos institucionales a la creación de empresas en el ámbito rural son de destacar los de Keeble y Tyler (1995), Anderson (2000), Dabson (2001), Pezzini (2001), North *et al.*, (2001), Smallbone *et al.*, (2002), Acs y Malecki (2003), OCDE (2003), Viladomiu *et al.*, (2004) y Rosell *et al.*, (2006). Asimismo, en los últimos años, se han desarrollado estudios comparativos entre las medidas de apoyo puestas en marcha

en el ámbito rural y urbano, con el fin de analizar la adecuación de los instrumentos desarrollados en uno y otro ámbito (Keeble y Tyler, 1995; Tödting y Wanzenböck, 2003; Nolan, 2003). Precisamente, nuestro trabajo empírico se encuadra dentro de esta última línea de investigación, en la que el debate sobre las medidas a implantar o la relación entre la adecuación de éstas con las necesidades de los nuevos empresarios reviste gran importancia.

3. DISEÑO DEL ESTUDIO EMPÍRICO

3.1. Localización de la zona de estudio

Como ya se ha puesto de manifiesto con anterioridad, geográficamente la zona de estudio se circunscribe a la región de Cataluña, y, más específicamente, a las zonas rurales localizadas en la Garrotxa y al ámbito urbano representado por el Vallés Occidental (3).

En concreto, la zona rural de la Garrotxa se caracteriza por tener una extensión de 735,4 km², una población de 51.786 habitantes y una densidad de población de 70,4 hab/km² (IDESCAT-2002). El número de empresas es de 3.480 y su densidad empresarial se sitúa en 9,3 empresas por cada 1.000 habitantes (IDESCAT-2002).

Por su parte, el Vallés Occidental representa una extensión superficial de 583,2 km², cuenta con una población de 815.628 habitantes y una densidad de población de 1.398,6 hab/km² (IDESCAT-2002). El número de empresas es de 47.662 y la densidad empresarial alcanza la cifra de 64,7 (IDESCAT-2002).

Además de los datos anteriores, el análisis de su estructura productiva (reflejada a través de la contribución porcentual de los diversos sectores económicos al Producto Interior Bruto) y social (representada por la ocupación), tomando como referencia la del conjunto de Cataluña, muestra la importancia relativa del sector agrario en la comarca de la Garrotxa, superando en más de tres puntos porcentuales la contribución del Vallés Occidental al PIB y al empleo en dicho sector y en más de un punto en el caso de Cataluña. Por su parte, el Vallés Occidental se revela como un territorio en el que

(3) *Agradecemos la colaboración de todas las instituciones objeto de estudio. Muy especialmente y para el caso del Vallés Occidental se destaca la ayuda prestada por las siguientes personas: Lluís Rodríguez (Diputación de Barcelona), Joan Martí (CIDEM), Xavier Agulló (Servei Autoempresa), Pep Marquès (Barcelona Activa), Montserrat Borràs (Ayuntamiento de Terrassa), Ricard García (Ayuntamiento de Castellar del Vallés) y Jaume Amill (Aleph). Para la parte del estudio sobre la Garrotxa se agradece a los profesores Jordi Rossell, Lourdes Viladomiu y Gemma Francès de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UAB, el acceso a las bases de datos del Proyecto EMASE.*

prima, sobre todo, el sector servicios, aunque a unos niveles inferiores que los del conjunto catalán (ver cuadro 1).

Cuadro 1

CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL AL PIB Y EL EMPLEO POR SECTORES ECONÓMICOS.
COMPARACIÓN ÁMBITO RURAL, URBANO Y CATALUÑA

	Agricultura		Industria		Construcción		Servicios	
	PIB*	Ocup**	PIB	Ocup	PIB	Ocup	PIB	Ocup
La Garrotxa	3,83	3,75	44,58	38,50	8,04	10,87	43,55	46,88
El Vallés Occidental	0,24	0,5	43,02	31,66	6,88	10,05	49,86	57,79
Cataluña	2,01	2,46	30,96	25,18	6,78	10,35	60,24	62

(*) Datos referidos al año 1996. (**) Datos referidos al año 2001.

Fuente: IDESCAT (2002).

3.2. Metodología

Para el desarrollo del estudio empírico, definimos en primer lugar los criterios que utilizaríamos con el fin de analizar las instituciones desde las diferentes perspectivas.

Así pues, por una parte, concretamos los criterios de clasificación y la tipología que se emplearía para analizar la oferta institucional. En este sentido, se realizó la siguiente categorización:

- a) En función del tipo de apoyo o servicio de asistencia ofrecido para la nueva empresa:
 - Apoyo económico o subvención.
 - Apoyo no económico, basado fundamentalmente en servicios de asesoramiento, formación o información al nuevo empresario.
- b) En función del tipo de institución que ofrece el apoyo o servicio de asistencia, distinguimos, a su vez, las siguientes subcategorías:
 - Según la naturaleza pública o privada de la institución de apoyo: instituciones públicas, privadas y mixtas o híbridas (Chaves, 1999).
 - Según la procedencia de los fondos que financian los servicios de apoyo: instituciones que ofrecen apoyos con financiación pública (total o parcial), e instituciones que ofrecen apoyos con financiación privada.

- Según la responsabilidad de la institución en la oferta de los servicios: instituciones que promueven, diseñan y gestionan servicios de apoyo, e instituciones que únicamente gestionan o tramitan los apoyos diseñados e impulsados por otras instituciones.

Con respecto al análisis de la demanda, se adoptaron como criterios básicos de estudio la opinión de los empresarios en relación con:

- a) El grado de conocimiento de las medidas de apoyo a la creación de empresas.
- b) El grado de utilización de las medidas de apoyo a la creación de empresas.
- c) La valoración de las medidas de apoyo utilizadas.

Finalmente, con el fin de confrontar la oferta y demanda institucional se consideró la opinión de los nuevos empresarios sobre las siguientes cuestiones:

- a) La decisión de destinar fondos públicos al estímulo de la creación de nuevas empresas.
- b) La valoración de las medidas de apoyo existentes en el ámbito rural y urbano de Cataluña, con independencia de su utilización o no por parte del empresario.
- c) La opinión sobre el grado de adecuación de las medidas de apoyo existentes en los diferentes ámbitos analizados con las necesidades de los nuevos empresarios.

En cuanto a las fuentes de información empleadas, cabe indicar que se aplicó el concepto de triangulación (4) (Yin, 2003), utilizando para ello fuentes primarias y secundarias, así como métodos cuantitativos y cualitativos de recogida de información. Concretamente, para el estudio de la oferta de servicios y programas de apoyo se consultaron diversos documentos, tales como memorias, estadísticas, páginas web, artículos de prensa y de revistas especializadas, que fueron complementados con la información primaria obtenida a partir de entrevistas realizadas a los responsables del área de creación de empresas de las instituciones más importantes, ubicadas en las comarcas catalanas de la Garrotxa y el Vallès Occidental (37 en total). Por otra parte, con el fin de analizar la demanda se utilizó la encuesta telefónica sobre una muestra de 307 nuevos empresarios que habían utilizado mecanismos de apoyo para crear su empresa en

(4) El concepto de triangulación hace referencia a la posibilidad de evidenciar los resultados obtenidos a partir de la utilización de múltiples fuentes de información (Yin, 2003).

el período comprendido entre 1997 y 2000 en las zonas de la Garrotxa y el Vallès Occidental. Dicha muestra se obtuvo a partir de un total de 2.452 personas que en dicho período contactaron con el CIDEM para pedir información sobre temas relacionados con la creación de empresas (5). Asimismo, dichas muestras distintivas de los ámbitos rurales y urbanos analizados son comparadas con otra representativa del conjunto de nuevos empresarios en Cataluña, que ha sido empleada en diversos estudios previos (6). Además de lo anterior, se resumen en el cuadro 2 las características más significativas de la investigación empírica.

Cuadro 2

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

	Estudio de la Oferta	Estudio de la Demanda
Población objetivo/ Fuentes de información	Instituciones más relevantes de apoyo a la creación de nuevas empresas, identificadas a partir de: - Revisión de las fuentes secundarias de información. - Realización de 4 entrevistas en profundidad con expertos en creación de empresas.	- Área rural: nuevos empresarios (1997-2000) identificados a partir del directorio empresarial de la Cámara de Comercio de Barcelona. - Área urbana: nuevos empresarios (1997-2000) identificados a partir de las personas que solicitaron información sobre creación de empresas al CIDEM (Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial) entre los años 1997 y 1999.
Métodos de obtención de información	Entrevista personal.	Entrevista telefónica.
Unidad muestral	Instituciones (responsables del área de creación de empresas).	Nuevos empresarios.
Censo poblacional	- Área rural: 14 / Área urbana: 23.	- Área rural: 315 / Área urbana: 366.
Diseño de la muestra	Muestreo no aleatorio estratégico, a partir de criterios subjetivos específicos.	Muestreo aleatorio estratificado proporcional.
Tamaño muestral	- Área rural: 8 / Área urbana: 14	- Área rural: 58 / Área urbana:
Nivel de confianza		Z=95% K=1,96 p=q=50%
Error muestral		- Área rural: +/-11% / Área urbana: +/-8%
Trabajo de campo	marzo-junio de 2001 (1ª fase)	junio-septiembre de 2001 (1ª fase)

Fuente: Elaboración propia.

(5) Para el diseño de la muestra se utilizó un muestreo aleatorio estratificado proporcional (Urbano, 2006) y su error muestral es del +/- 5 por ciento ($z=95$ por ciento, $K=1,96$ y $p=q=50$ por ciento).

(6) Para ampliar la información sobre las necesidades y características de los nuevos empresarios en Cataluña, consultar, entre otros, el trabajo de Urbano, D. (2006): *La creación de empresas en Cataluña. Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*.

4. RESULTADOS

En el presente apartado se exponen los principales resultados obtenidos, jerarquizándose según los objetivos propuestos en la introducción.

4.1. Análisis de la oferta de programas y servicios de apoyo

De acuerdo con las diversas fuentes consultadas, y teniendo en cuenta los criterios delimitados para caracterizar la oferta institucional de apoyo a la creación de empresas (ver apartado 3), se podría afirmar, con respecto al tipo de medida de asistencia existente, que los apoyos económicos, sobre todo en la forma de subvención a fondo perdido, constituyen el tipo de ayuda más implantado tanto en la zona rural como en la urbana, aunque especialmente en esta última.

Por otra parte, en relación con la institución que ofrece el apoyo o servicio de asistencia, cabe destacar, como se puede apreciar en la figura 2, la existencia de instituciones públicas, privadas y mixtas en ambas zonas, aunque la diversidad de instituciones públicas en el área rural es superior a las vigentes en el ámbito urbano.

Relacionado con este aspecto, es importante acentuar que la mayoría de los servicios de apoyo se encuentran financiados, total o parcialmente, con fondos públicos y que la categoría de instituciones que tan sólo gestionan o facilitan la tramitación de los apoyos se encuentra más representada en la zona urbana del Vallés Occidental. En este caso, las patronales, los sindicatos o las diversas Cámaras de Comercio conforman las instituciones más representativas.

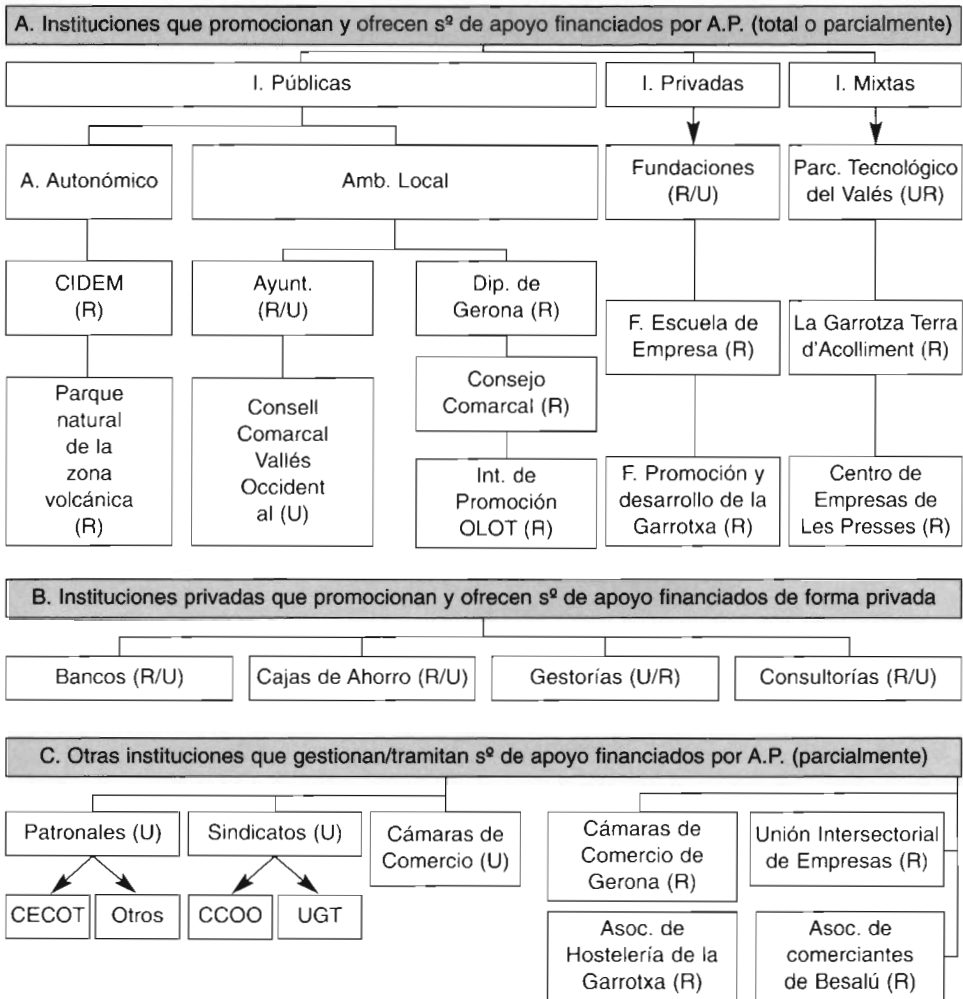
4.2. Análisis de la demanda de programas y servicios de apoyo

Centrándonos en el análisis de la demanda, y, más en concreto, por lo que se refiere al grado de conocimiento de los programas y servicios de apoyo, se puede observar en el gráfico 1 que el porcentaje de nuevos empresarios del ámbito rural (comarca de la Garrotxa) que se encuentra familiarizado con alguno de estos programas (93,1 por ciento), es superior tanto al correspondiente a los nuevos empresarios de la zona urbana (comarca del Vallès Occidental) (84,7 por ciento) como al de la muestra de referencia de nuevos empresarios catalanes (74,3 por ciento).

Por otra parte, la proporción de empresarios rurales que ha utilizado algún programa de apoyo (75,5 por ciento) es también superior a la de empresarios del ámbito urbano (70,6 por ciento), e incluso al porcentaje de la muestra de referencia (59,6 por ciento)

Figura 2

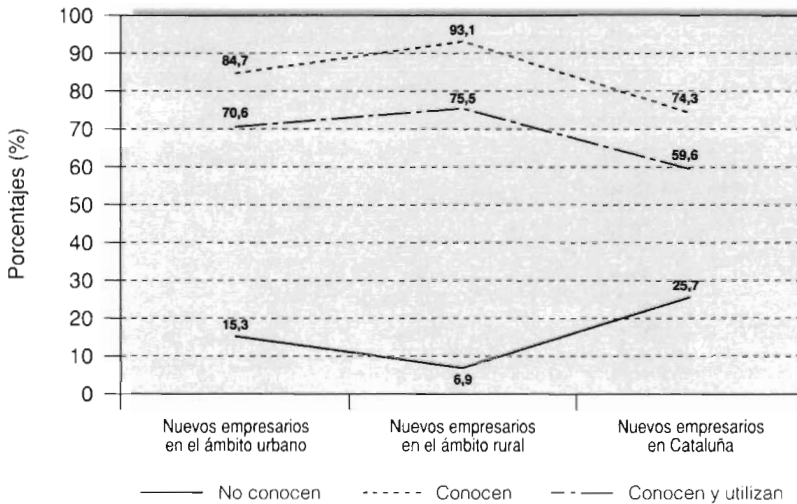
Principales instituciones formales de apoyo a la creación de empresas en las zonas rurales (R) y urbanas (U) de Cataluña



(ver gráfico 1). De este modo, las debilidades en cuanto al difícil acceso a determinados servicios y el aislamiento que, en general, padecen las zonas rurales, se ven compensadas por las estrechas relaciones personales que se generan en estos entornos más reducidos, en los que la confianza y la cooperación, en la mayoría de los casos, se encuentran por encima de las relaciones competitivas, permitiendo a su vez una mayor difusión de la información, incluso a un menor coste. Asimismo, se ve confirmada la positiva rela-

Gráfico 1

Comparación de los programas y servicios conocidos y utilizados por los nuevos empresarios del ámbito rural y urbano



Fuente: Elaboración propia.

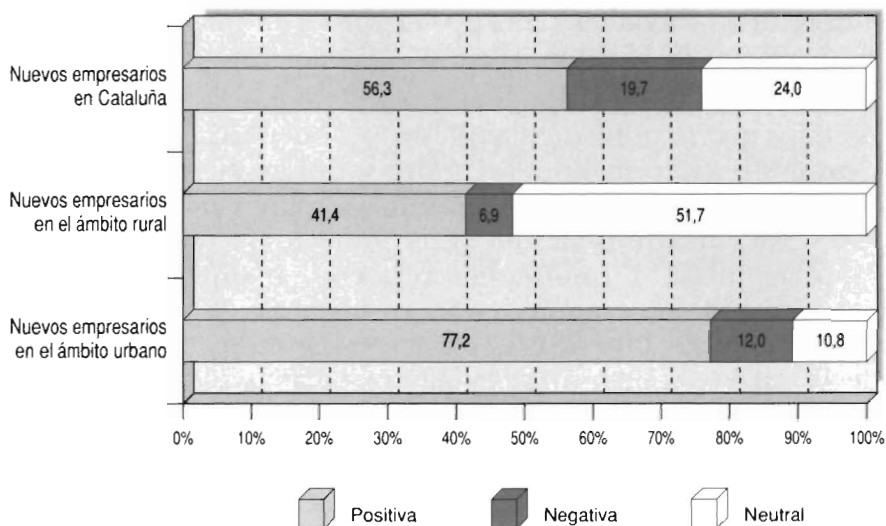
ción entre la utilización de las medidas de apoyo y el grado de conocimiento de las mismas, resultados que, sin embargo, contrastan con los recogidos en el Sexto Informe del *Observatorio Europeo de la Pequeña y Mediana Empresa* acerca del conocimiento y la utilización de programas de apoyo por parte de los nuevos empresarios, según el cual sólo el 20 por ciento de éstos conocía algún programa de apoyo y tan sólo el 10 por ciento utilizó alguno de ellos.

Igualmente, es importante poner de manifiesto que en el caso específico del Vallès Occidental el nuevo empresario acude indistintamente a las diversas instituciones que ofrecen servicios de apoyo, mientras que el empresario rural utiliza de forma más habitual los servicios prestados por instituciones ubicadas en el mismo municipio (ámbito local), aspecto que ha sido confirmado en diferentes estudios desarrollados en otros contextos rurales (Toledano, 2003; Carrasco y Toledano, 2004; Rosell *et al.*, 2006).

Con respecto a la opinión que los empresarios mantienen sobre los diversos programas y servicios utilizados, se aprecia en los gráficos 2 y 3 que mientras que la valoración realizada sobre las medidas de carácter económico se puede calificar, en general, de satisfactoria, dado que más de la mitad de los encuestados en ambos entornos las

Gráfico 2

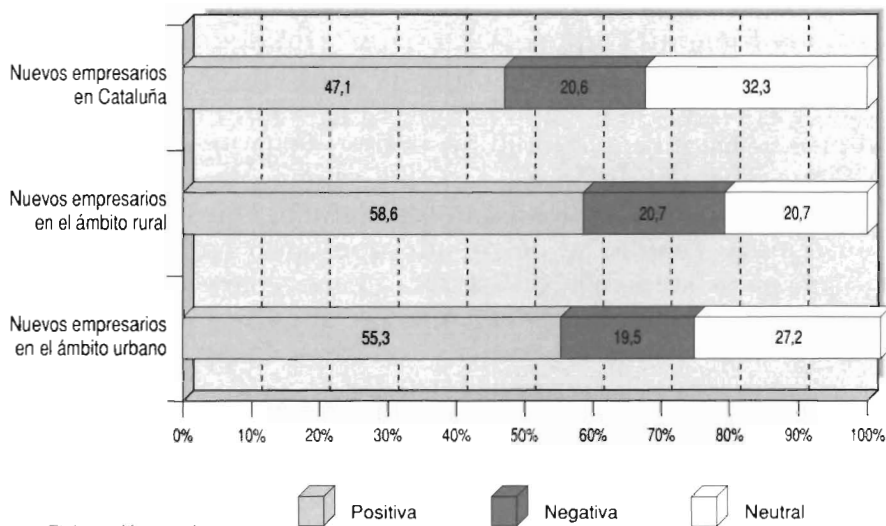
Comparación de la valoración de los programas y ayudas no económicas utilizados por parte de los nuevos empresarios del ámbito rural y urbano



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3

Comparación de la valoración de los programas y ayudas económicas utilizados por parte de los nuevos empresarios del ámbito rural y urbano



Fuente: Elaboración propia.

evalúa positivamente, los programas no económicos son claramente más apreciados por los empresarios del ámbito urbano (77,2 por ciento), superando en más de 20 puntos porcentuales la valoración positiva de dichos programas por parte de la muestra de referencia de empresarios catalanes (56,3 por ciento) y en más de 25 por la de los empresarios de la comarca rural (41,4 por ciento).

Estos resultados se ajustan, además, a los obtenidos en trabajos similares en los que se pone de manifiesto la preferencia de los empresarios rurales por las medidas de apoyo económico (Toledano, 2003; Carrasco y Toledano, 2004). Asimismo, se confirma lo sugerido en las investigaciones que analizan y relacionan los factores que influyen en la creación de una nueva empresa con las diversas etapas integrantes del proceso emprendedor, en cuanto a la importancia del apoyo, fundamentalmente económico, en la última fase del proceso, es decir, en el momento de la puesta en marcha de la iniciativa empresarial (Gnyawaly y Fogel, 1994; Bloodgood *et al.*, 1995).

4.3. Análisis comparativo de la oferta y demanda de programas y servicios de apoyo

Dentro de este apartado, y como ya se puso de manifiesto con anterioridad, presentamos los principales resultados que se derivan al analizar la adecuación de los servicios de apoyo ofrecidos por las distintas instituciones con las necesidades detectadas entre su público destinatario, es decir, los nuevos empresarios.

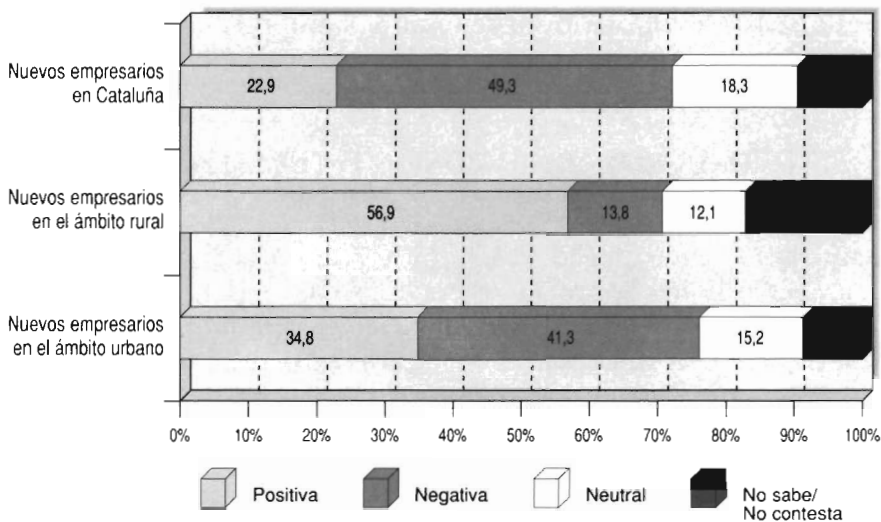
Específicamente, el primer dato a destacar, dejando al margen las medidas de apoyo financiadas con capital privado, es el relativo a la opinión de los empresarios acerca de la utilización de fondos públicos para el fomento empresarial. En este sentido, cabe indicar que, en los últimos años, el paulatino incremento de la dotación presupuestaria destinada al estímulo empresarial ha motivado un creciente interés por conocer la opinión de los afectados sobre esta cuestión, y por saber, en definitiva, si dicho esfuerzo económico es percibido y valorado por aquellos a quienes se intenta favorecer. Al respecto, de nuestro estudio se desprende que tanto en el ámbito rural como en el urbano más de las tres cuartas partes de los nuevos empresarios considera positivo que las administraciones públicas dediquen una proporción de sus fondos a financiar servicios de apoyo a la creación de empresas (el 88,2 por ciento y el 78,3 por ciento respectivamente). Esta percepción resulta especialmente significativa en las zonas rurales, en las que el apoyo institucional se justifica, sobre todo, por su contribución al desarrollo de la comarca y a la lucha contra el problema del desempleo. En cambio, los empresarios

urbanos, en general, tienden a asociar más este tipo de apoyo con la consecución de un mayor crecimiento económico o con la generación de más empleos.

Por otra parte, el gráfico 4 recoge la opinión global de los empresarios sobre las medidas de apoyo existentes en el ámbito rural y urbano de Cataluña.

Gráfico 4

Comparación de la opinión global de las medidas de apoyo existentes en el ámbito rural y urbano



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, tanto los empresarios de las zonas urbanas como los representativos de Cataluña en su conjunto se muestran más críticos que los de las zonas rurales, cuya opinión, en general, resulta positiva (así lo asegura el 56,9 por ciento de empresarios rurales). La falta de credibilidad en los apoyos institucionales, en especial los de carácter público fruto de anteriores promesas incumplidas por parte de algunas administraciones, así como el retraso en el pago de las ayudas concedidas son, desde la perspectiva de los empresarios de las zonas urbanas, los motivos que justifican su desfavorable valoración (7). En el

(7) En este sentido, es justo poner de manifiesto que los propios responsables de los organismos de apoyo entrevistados realizaron la misma apreciación al explicar las medidas de apoyo existentes, demandando mejoras dirigidas específicamente a la recuperación de la confianza de la población local.

ámbito rural, por el contrario, el descontento de los empresarios se genera, sobre todo, como consecuencia de la excesiva burocracia que implica la solicitud y justificación de los diferentes tipos de ayuda, aspecto que ha sido destacado también en previos trabajos (Toledano, 2003; Rosell *et al.*, 2006).

Por último, y directamente relacionado con lo anterior, hay que destacar las diferencias halladas en las recomendaciones que los empresarios de las distintas zonas realizan sobre los apoyos institucionales a la creación de nuevas empresas. Así pues, mientras que las alternativas planteadas por los empresarios del ámbito urbano inciden en la necesidad de mejorar la información y coordinación entre las múltiples medidas de estímulo, de cara a lograr una mayor transparencia y confianza en el apoyo institucional, los empresarios rurales sugieren una mayor simplificación en los trámites necesarios para la obtención y utilización de las propias ayudas.

5. CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Durante las últimas décadas, hemos asistido a la formación de una conciencia pública sobre la importancia que tienen las nuevas y pequeñas empresas en el desarrollo de una región o país, razón por la que el fomento empresarial y el apoyo a las nuevas empresas figuran actualmente entre las actuaciones prioritarias de muchos gobiernos. A su vez, el impulso de las nuevas empresas ha adquirido especial significación en el medio rural, debido al escaso interés empresarial mostrado, en general, por la iniciativa privada.

En dicho escenario, y partiendo del marco teórico proporcionado por la teoría institucional (North, 1990; 2005), en este trabajo hemos pretendido comparar los mecanismos de apoyo a la creación de empresas existentes en las áreas rurales y urbanas, tomando como ámbito geográfico de referencia la región de Cataluña. De los principales resultados obtenidos, se extraen varias conclusiones que dan respuesta a los objetivos planteados, al tiempo que se plantean algunas recomendaciones de cara a mejorar la eficacia de las instituciones que apoyan la creación de nuevas empresas en las zonas rurales y urbanas de Cataluña y, en cierto modo, en otros contextos que presenten características socioeconómicas similares.

Así pues, en relación con las principales conclusiones cabe destacar lo siguiente:

- En las distintas comarcas analizadas existe un claro predominio de las ayudas económicas, fundamentadas en subvenciones a fondo

perdido, en detrimento de otros tipos de apoyos que podrían solventar o, en todo caso, disminuir otros problemas a los que han de hacer frente las nuevas iniciativas empresariales para ser competitivas en el mercado actual (búsqueda de socios y/o proveedores, acceso a canales de distribución, apertura a mercados internacionales, etc.).

- Las medidas de apoyo no económicas adquieren una especial significación en las zonas urbanas, donde son valoradas muy positivamente por parte del empresariado. En concreto, en este contexto, cabe acentuar la significación de las incubadoras y escuelas de empresas, cuya presencia ha ido aumentando con el tiempo debido a la gran acogida que, en general, han tenido entre sus beneficiarios. Este aspecto, además, viene a corroborar los resultados obtenidos en otros trabajos que analizan específicamente la incidencia de este tipo de apoyo en la creación de nuevas empresas (Carrasco y Toledano, 2003).
- El papel fundamental que en los ámbitos urbanos juegan tanto las instituciones privadas como las instituciones mixtas o híbridas que gestionan servicios de apoyo, debido a la menor credibilidad que en estas zonas tienen las acciones desarrolladas por los agentes públicos. A este respecto, han sido varios los autores que han puesto de manifiesto el importante papel que pueden desarrollar los agentes privados y semiprivados, a modo de palanca institucional o de sector público indirecto («*third party government*»), para favorecer la práctica empresarial (Salamon, 1989; Chaves, 1999).
- Finalmente, pese a la unanimidad que prevalece en torno a la importancia que tienen los apoyos institucionales de cara al fomento empresarial, aspecto que, por otra parte, se ha visto corroborado en numerosos estudios que abordan las políticas de promoción empresarial en distintos contextos (Chaves, 1999; Toledano, 2003; Urbano, 2006, etc.), en las medidas de estímulo analizadas en el presente trabajo se descubren ciertas debilidades, de las cuales cabe destacar las siguientes: 1) el problema de duplicaciones y solapamientos que existe entre la numerosa oferta de apoyos vigente, aspecto que en ocasiones desorienta a los nuevos empresarios, quienes perciben la solicitud de ayuda como un obstáculo más en el proceso de crear la nueva empresa; 2) la falta de credibilidad en los apoyos institucionales públicos, en especial en los ámbitos urbanos; y 3) la excesiva burocracia que lleva aparejada la concesión de algunas ayudas financiadas y promovidas por instituciones públicas, sobre todo en las zonas rurales.

Con respecto a las recomendaciones que planteamos de cara a solventar las debilidades apuntadas, las propuestas de actuación deberán incidir, a nuestro juicio, sobre los siguientes aspectos:

- Realizar una adecuada difusión de los resultados positivos obtenidos en programas previos, de forma que se permita aumentar la credibilidad de los apoyos institucionales, en especial aquellos financiados con fondos públicos.
- Fomentar el acompañamiento al nuevo empresario, y de manera específica al empresario rural, desde el momento que solicita el apoyo hasta que pone en marcha la nueva empresa, aspecto que facilitaría y estimularía, en gran medida, la utilización de cualquier programa de asistencia.

Por último, con respecto a las futuras líneas de investigación, opinamos que se puede avanzar mucho en este sentido, en especial a través de trabajos empíricos que permitan conocer con mayor profundidad la incidencia directa e indirecta que los apoyos institucionales tienen en la creación de nuevas empresas en las diferentes áreas rurales y urbanas españolas, así como en los distintos tipos de empresas creadas. Igualmente, la realización de estudios longitudinales permitirá solventar parte de las limitaciones que generan las aproximaciones cortoplacistas, de cara a descubrir con mayor exactitud la contribución de las nuevas empresas y de los apoyos institucionales al desarrollo regional. Precisamente, en la actualidad nos encontramos inmersos en un trabajo de actualización de los resultados mostrados en el presente estudio, adoptando, de esta forma, una perspectiva longitudinal. En este sentido, cabe indicar que los primeros datos obtenidos, desde el punto de vista de la oferta (8), están confirmando los resultados presentados con anterioridad, al menos con respecto a la importancia del entorno institucional de cara a influir positivamente en la creación de nuevas empresas y, en especial, en relación con la significación que posee el seguimiento de las iniciativas creadas con los apoyos institucionales.

BIBLIOGRAFÍA

- ACS, Z. J. y AUDRETSCH, D. B. (1988): «Innovation in Large and Small Firms: An Empirical Analysis». *The American Economic Review*, 78 (4): 678-690.
- ACS, Z. C. y MALECKI, E. J. (2003): «Entrepreneurship in rural America: The big picture, Main Streets of Tomorrow: growing and financing rural

(8) Desde el año 2005 y durante el 2006 se han estado realizando nuevas entrevistas a los responsables de las instituciones de apoyo en las zonas rurales y urbanas de Cataluña.

- entrepreneurs conference». Centre for the Study of Rural America, Kansas City, Missouri.
- ALDRICH, H. E. y MARTÍNEZ, M. A. (2001): «Many are Called, but Few are Chosen: an Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (4): 41-56.
- ANDERSON, A. (2000): «Paradox in the Periphery: an entrepreneur reconstruction?». *Entrepreneurship & Regional Development*, 12: 91-109.
- BELTRÁN, C. (1994): «El desarrollo rural y la Iniciativa Comunitaria Leader en España». *Papeles de Economía Española*, 60-61: 226-228.
- BIRCH, D.L. (1979): *The Job Generation Process, MIT Programme on Neighbourhood and Regional Change*. Camb.Mass.
- BLOODGOOD, J. M.; SAPIENZA, H. J. y CARSRUD, A. L. (1995): «The dynamics of new business start-ups: person, context and process». *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 2: 123-144.
- BOTER, H. y LUNDSTRÖM, A. (2001): «Support services to SMEs. Analysis of support actors and company characteristics». Conference proceedings, vol. 2, Paper presented at RENT XV 2001 (Turku-Finland, 22-23 November).
- CARRASCO, M. y TOLEDANO, N. (2003): «La promoción de la economía social a través del programa Escuelas de Empresas Cooperativas». *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 46: 7-38.
- CARRASCO, M. y TOLEDANO, N. (2004): «La promoción de nuevas empresas en el medio rural. Análisis de la incidencia del Leader II en la provincia de Huelva». *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 202: 199-221.
- CARREE, M.; VAN STEL, A.; THURIK, R. y WENNEKERS, S. (2002): «Economic Development and business Ownership: An analysis using data of 23 OECD Countries in the period 1976-1996». *Small Business Economics*, 19 (3): 271-290.
- CEÑA, F. (1994): «Planteamientos económicos del desarrollo rural: perspectiva histórica». *Revista de Estudios Agrosociales*, 169: 11-52.
- CHAVES, R. (1999): «Creadores de redes empresariales. Las políticas de promoción de la cooperación». *Economía Industrial*, 329: 143-154.
- COMISIÓN EUROPEA (2006): «Decisión del Consejo de 20 de febrero de 2006 sobre las directrices estratégicas comunitarias de desarrollo rural (período de programación 2007-2013)». Bruselas.
- COOPER, A. C. (1981): «Strategic management; new ventures and small business». *Long Range Planning*, 14 (5): 39-45.
- COOPER, C. C. y GIMENO, F. J. (1992): «Entrepreneurs, Processes of Founding, and New-Firm Performance». En Sexton, D. L. y Kasarda, J. D. *The State of the Art of Entrepreneurship*, 12: 301-340, Boston: PWS-KENT Pub. Company.
- DABSON, B. (2001): «Supporting Rural Entrepreneurship». Downloaded from IDEAS virtual data bank (<http://ideas.uqam.ca>)
- DAVIDSSON, P. y WIKLUND, J. (2001): «Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: current research practice and suggestions for the future», *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (4).

- DÍAZ, J. C.; URBANO, D. y HERNÁNDEZ, M. R. (2005): «Teoría económica institucional y creación de empresas», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11 (3): 209-230.
- DÍAZ, J. C.; HERNÁNDEZ, R. y URBANO, D. (2006): «Hacia un modelo institucional de creación de empresas». *Boletín de Estudios Económicos*, LXV, (189): 495-522.
- DRUCKER, P. F. (1985): «*Innovation and Entrepreneurship*». New York: Harper and Row.
- EUROPEAN COMMISSION (1999): *Action Plan to Promote Entrepreneurship and Competitiveness*, Directorate-General for Enterprise.
- GARTNER, W. B. (1985): «A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation». *The Academy of Management Review*, 10 (4): 696-706.
- GARTNER, W. B. (2001): «Is there an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (4).
- GIBB, A. A. (1993): «Key factors in the design of policy support for the small and medium enterprise (SME) development process: an overview». *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, (1): 1-24.
- GNYAWALI, D. R. y FOGEL, D. S. (1994): «Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications». *Entrepreneurship Theory and Practice*, June: 43-62.
- GONZÁLEZ, F. (2002): «El punto de vista de los grupos de desarrollo rural 2». *Jornada sobre el mundo rural*, Madrid.
- IDESCAT (2006): «Instituto de Estadística de Cataluña» (<http://www.idescat.net>).
- KEEBLE, D. y TYLER, P. (1995): «Enterprising Behaviour and the Urban-Rural Shift». *Urban Studies*, 32, (6): 975-997.
- KING, P. I. (1996): «Transforming Public Policy: Dynamics of Policy Entrepreneurship and Innovation», San Francisco, Jossey-Bass Publishers.
- KIRCHHOFF, B. A. y PHILLIPS, B. D. (1992): «Research Applications of the Small Business Data Base of the U.S. Small Business Administration». En Sexton, D. L. y Kasarda, J. D. *The State of the Art of Entrepreneurship*, Cap.10: 243-267, PWS-KENT Pub. Co.
- MALECKI, E. J. (1997): «Entrepreneurs, Networks, and Economic Development: A review of recent research». *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3: 57-118.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (2003): «Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural (Tomo 1)». Madrid, Centro de Publicaciones del MAPA.
- MONSTED, M. (1993): «Regional network processes: networks for the service sector or development of entrepreneurs». En Karlsson, C.; Johansson, B. y Storey, D. (Eds) (1993): *Small Business Dynamics: International, National and regional perspectives*: 204-222. London. Routledge.
- NORTH, D. C. (1990) *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press: Cambridge.

- NORTH, D. C. (2005): *Understanding the process of economic change*. Princenton University Press.
- NORTH, D.; SMALLBONE, D. y VICKERS, I. (2001): «Public Support Policy for Innovative SMEs». *Small Business Economics*, 16: 303-317.
- OBSERVATORIO EUROPEO DE LA PYME (1999): «Sexto Informe Ejecutivo». Elaborado por KPMG Consulting y EIM Small Business Research and Consultancy, en cooperación con ENSR (European Network for SME Research).
- OCDE (2003): «Entrepreneurship and Local Economic Development: Programme and Policy Recommendations». OCDE. Paris.
- PAVITT, K. (1998): «Technologies, Products and Organization in the Innovating firm: What Adam Smith tells us and Joseph Schumpeter doesn't», *Industrial and Corporate Change*, 7: 433-452.
- PEZZINI, M. (2001): «Rural Policy Lessons from OECD Countries», paper available at the IDEAS (<http://ideas.uqam.ca>)
- REGIDOR, J.G. (2000): *El futuro del medio rural en España*. Colección de Estudios CES. Madrid.
- REYNOLDS, P.; BYGRAVE, W. y ERKKO, AL; HAY, M. (2002): «Global Entrepreneurship Monitor 2002 Summary report», November. Babson Park, MA: Babson College, Ewing Marion Kauffman Foundation and the London Business School.
- REYNOLDS, P. D. (1994): «Autonomous firm dynamics and economic growth in the United States, 1986-1990». *Regional Studies*, 28 (4): 429-442.
- ROBERTS, N. y KING, P.I. (1996): «Transforming public policy: Dynamics of policy entrepreneurship and innovation». San Francisco, Joseey-Bass Publishers.
- ROSELL, J.; VAILLANT, Y. y VILADOMIU, L. (2006): «Apoyo a las empresas y empresarios en las zonas rurales de Cataluña». *Revista de Estudios Regionales*, 77: 153-178.
- RUBIO, E. A.; CORDÓN, E. y AGOTE, A.L. (1999): «Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo». *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8 (3): 77-101.
- RUPRI (1999): «Rural Policy Research Institute. Defining Rural: Definitions of rural areas». In the US Rural Policy Research Institute, Columbia, MO, (<http://www.rupri.org/policyres/context/rural.html>)
- SALAMON, L. (Ed) (1989): «Beyond privatization: the tools of government action». Washington: The Urban Institute Press.
- SALAS, V. (1990): «Instrumentos financieros en la creación de empresas: análisis desde la economía de los costes de transacción». *Economía Industrial*, marzo-abril: 23-38.
- SHANE, S y VENKATARAMAN, S. (2000): «The promise of entrepreneurship as a field of research», *Academy of Management Review*, 25 (1): 217-226.
- SMALLBONE, D.; NORTH, D.; BALDOCK, R. y EKANEM, I. (2002): «Encouraging and Supporting Enterprise in Rural Areas». *Report to the Small Business Service. Centre for Enterprise and Economic Development Research*. Middlesex University Business School, UK.

- SMITH, F. W. (1994): «Venture Capital». En Hisrich, R.D. y Peters, M.P. *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. Cap. 10: 266-296. Routledge: London.
- STOREY, D. (2000): «Six steps to heaven: evaluating the impact of public policies to support small business in developed countries». En D. Sexton y H.Landstrom (eds.). *Handbook of entrepreneurship*: 176-176-193, Oxford: Balckwell.
- STOREY, D. J. (1994): «Employment». En Storey, D.J. *Understanding the Small Business Sector*, Cap. 6: 160-203. Routledge: London.
- THURIK, A. R. (1996): «Small firms, Entrepreneurship and Economic Growth». In P.H. Admirals (ed.), *Small Business in the Modern Economy*, Oxford: Basil Blackwell Publishers: 126-152.
- TÖDTLING, F. y WANZENBÖCK, H. (2003): «Regional differences in Structural characteristics of Start-Ups». *Entrepreneurship and Regional Development*, 15 (4): 351-370.
- TOLEDANO, N. (2003): «Análisis de las políticas de desarrollo rural en la provincia de Huelva. Un estudio comparado de la Iniciativa Leader II, el Programa Proder y el Programa Escuela de Empresas». Analistas Económicos de Andalucía. Málaga.
- UCBASARAN, D.; WESTHEAD, P. y WRIGHT, M. (2001): «The focus of entrepreneurial research: contextual and process issues», *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (4): 57-80.
- URBANO, D. (2006): «La creación de empresas en Cataluña. Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora». Barcelona, CIDEM, Generalitat de Catalunya.
- VÁZQUEZ, A. (1993): «Política económica local». Ediciones Pirámide. Madrid.
- VESPER, K.H. (1982): «Research on education for entrepreneurship». En Kent, C. A.; Sexton, D. L. y Vesper, K. H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 1982: 321-351, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- VILADOMIU, L.; ROSELL, J. y VAILLANT, Y. (2004): «*Empresas y Empresarios en las comarcas rurales de Catalonia*». Fundación Universidad Empresa. Instituto de Economía Industrial. Universitat Autònoma de Barcelona. Spain.
- WENNEKERS, S. y THURIK, R. (1999): «Linking Entrepreneurship and Economic Growth». *Small Business Economics*, 13 (1): 27-56.
- WENNEKERS, S.; UHLANER, L. y THURIK, R. (2002): *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 1 (1): 25-65.
- WHITE, S. B. y REYNOLDS, P. D. (1996): «Government Programs and High Growth New Firms». *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.

RESUMEN

Nuevas empresas e instituciones de apoyo: el caso de la promoción empresarial en los ámbitos rurales y urbanos de Cataluña

Las intervenciones públicas realizadas con la finalidad de fomentar el desarrollo de las zonas rurales pueden justificarse por la necesidad de corregir los desequilibrios regionales y asegurar unas condiciones de vida similares a las de los ámbitos urbanos. Entre las medidas aplicadas, recientemente destacan aquellas dirigidas al fomento de iniciativas empresariales. En esta investigación se analizan las medidas de apoyo a la creación de empresas en el ámbito rural de Cataluña en comparación con las aplicadas en los territorios urbanos, tomando la teoría institucional como marco teórico. Para ello se realizaron entrevistas a los responsables de los organismos de apoyo y encuestas a los empresarios de ambas zonas. Los principales resultados revelan, por un lado, el claro predominio de los apoyos económicos y, por otro, una complejidad inherente a los propios programas que, especialmente en el ámbito rural, llegan a desincentivar en ocasiones a los nuevos empresarios.

PALABRAS CLAVE: desarrollo regional, nuevas empresas, instituciones formales, fomento empresarial, Cataluña, España.

SUMMARY

New firm creation and support institutions in Catalonia: a comparison between urban and rural areas

Public interventions driving rural development are often justified by the need to correct market failures and regional disparities. Recently, the promotion of endogenous business creation has become amongst the most popular measures used by public administrations to achieve these objectives. This study uses the institutional theory to analyse the entrepreneurship support measures in rural Catalonia as compared to those of urban areas. More specifically the study analyses the supply and demand for entrepreneurship support programmes and measures in the Garrotxa, a rural county, and the Vallés Occidental, an urban county of Catalonia.

The research objectives that the study is meant to achieve are as follows:

1. To identify and describe the most relevant institutions and support programmes available to new firms in the rural county of Garrotxa and in the urban county of Vallés Occidental (supply analysis).
2. To compare the levels of awareness and utilisation of the support programmes by rural and urban entrepreneurs from the analysed counties and their evaluation of these programmes (demand analysis).
3. To analyse the possible gap between the supply and demand of support measures in order to determine how support for new firms can, and should, be improved in both Garrotxa and the Vallés Occidental.

To achieve the objectives related to the study of the supply of business creation assistance, personal interviews were realised with the individuals responsible for business creation support and assistance within the main institutions of the Catalan counties of the Garrotxa and the Vallés Occidental. This information was complemented by different sources of secondary data, such as information pamphlets, the institutions' internal statistics and documents, web-sites, press news as well as specialised journal articles. On the other hand, the objectives related to the analysis of the demand for business creation assistance were reached by conducting 92 and 58 interviews with new entrepreneurs of the Garrotxa and the Vallés Occidental counties, respectively.

On the supply side, the study identifies and maps out the most relevant institutions and support programmes available to new firms in the Catalan counties of Vallés Occidental and Garrotxa. On the demand side, the awareness and utilisation of the programmes by the entrepreneurs of the two counties under study are given and compared to the results obtained from a reference sample of entrepreneurs from across Catalonia. A gap is identified between the supply and demand of support measures to business creation.

KEYWORDS: Regional development, entrepreneurship, formal institutions, business support.