

La creació d'empreses a Catalunya

Organismes de suport i actituds
cap a l'activitat emprendedora

David Urbano



LA CREACIÓ D'EMPRESES A CATALUNYA: ORGANISMES DE SUPORT
I ACTITUDS CAP A L'ACTIVITAT EMPRENEDORA

DAVID URBANO

**LA CREACIÓ D'EMPRESES A CATALUNYA:
ORGANISMES DE SUPORT I ACTITUDS
CAP A L'ACTIVITAT EMPRENEDORA**

Urbano, David

La Creació d'empreses a Catalunya : organismes de suport i actituds cap a l'activitat emprenedora. - (Col·lecció d'estudis)

A la part superior de la portada: CIDEM. - Bibliografia

ISBN 84-393-6846-1

I. Catalunya. Departament de Treball i Indústria II. Centre d'Informació i Desenvolupament Empresarial (Catalunya) III. Títol IV. Col·lecció: Col·lecció d'estudis (Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial (Catalunya))

1. Empreses - Creació - Catalunya

658.1(467.1)

El text pot ser reproduït totalment o parcialment prèvia autorització del Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial (CIDEM). Pel que fa al disseny gràfic i artístic, es reserven tots els drets.

© Generalitat de Catalunya

Departament de Treball i Indústria
Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial
(CIDEM)

Tel. 93 476 72 00

A/e: info@cidem.gencat.net

www.cidem.com

Autor: David Urbano, professor del Departament d'Economia de l'Empresa de la UAB.

A/e: David.Urbano@uab.es

Coordinat pel CIDEM

Aquest estudi ha tingut el suport del projecte de recerca "SEC2003 - Eficiència de les organitzacions, productivitat total dels factors i restriccions financeres", del Ministerio de Ciencia y Tecnología i del Departament d'Economia de l'Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Disseny i realització: *Addenda*

Pau Claris, 92. 08010 Barcelona

A/e: addenda@addenda.es

www.addenda.es

1a edició: setembre 2005

Edició: 1.000 exemplars

Dipòsit legal: B. 39.847-2005

*A totes les bones persones que m'han acompanyat en aquest camí.
A la Mònica.*

ÍNDEX

Pròleg	13
Presentació	15
Capítol 1. Introducció: objectius de l'estudi i fonaments teòrics	17
1.1. Objectius i metodologia de l'estudi	17
1.2. Justificació de la investigació	19
1.3. La creació d'empreses: estat actual de la qüestió a Catalunya	20
1.4. Els factors de l'entorn que condicionen la creació d'empreses i la teoria econòmica institucional	22
1.5. Estructura del treball	24
Capítol 2. Estructura i demografia empresarial a Catalunya. Anàlisi del període 1996-2001	27
2.1. Trets principals de les empreses a Catalunya	27
2.1.1. Nombre d'empreses	28
2.1.2. Distribució sectorial	32
2.1.3. Dimensió en nombre de treballadors	35
2.1.4. Forma jurídica	40
2.1.5. Densitat empresarial a Catalunya	42
2.1.6. Resum dels trets principals de les empreses a Catalunya	46
2.2. Creixement del nombre d'empreses a Catalunya	47
2.2.1. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses	48
2.2.2. Creixement sectorial del nombre d'empreses	51
2.2.3. Creixement per grandària del nombre d'empreses	53
2.2.4. Creixement per forma jurídica del nombre d'empreses	53
2.2.5. Resum del creixement del nombre d'empreses a Catalunya	55
2.2.6. Creixement del nombre d'empreses i densitat empresarial a Catalunya	56
2.3. Creació i desaparició d'empreses a Catalunya	58
2.3.1. Taxa d'entrada de noves empreses	59
2.3.2. Taxa de sortida d'empreses	62
2.3.3. Rotació empresarial: comparació entre les taxes d'entrada i les taxes de sortida d'empreses	65
2.4. Mortalitat i supervivència empresarial a Catalunya	67
2.4.1. Funció de risc empresarial	68
2.4.2. Funció de supervivència empresarial	72
2.4.3. Resum de les taxes de mortalitat i de supervivència empresarial a Catalunya	76

Capítol 3. Organismes i mesures de suport a la creació d'empreses a Catalunya	79
3.1. Marc institucional formal de la creació d'empreses a Catalunya	80
3.1.1. Tipus d'organismes de suport a la creació d'empreses	81
3.1.2. Tipus de mesures de suport a la creació d'empreses: mesures generals i específiques	82
3.2. Demanda de serveis de suport a la creació d'empreses a Catalunya	84
3.2.1. Característiques de la mostra d'empresaris actuals i de la mostra d'empresaris potencials	85
3.2.2. Característiques de les noves empreses de la mostra d'empresaris actuals i de la mostra d'empresaris potencials	87
3.2.3. Comparació entre la mostra d'empresaris actuals i la mostra d'empresaris potencials amb relació al coneixement, la utilització i la valoració dels serveis i programes de suport a la creació d'empreses	89
3.2.4. Anàlisi de l'existència de relació de dependència entre les variables «utilització d'algun programa» i «valoració del programa utilitzat» amb les variables tipològiques de l'empresari potencial de la mostra de Catalunya	92
3.2.5. Anàlisi de l'existència de relació de dependència entre la variable «creació d'una empresa» i la variable «utilització d'algun programa» per part de l'empresari potencial de la mostra de Catalunya	95
3.2.6. Anàlisi de l'opinió global sobre les mesures de suport a la creació d'empreses a Catalunya per part de les dues mostres d'empresaris	96
3.3. Adequació entre l'oferta i la demanda dels serveis de suport a Catalunya	97
Capítol 4. Actituds cap a la creació d'empreses a Catalunya	103
4.1. Característiques de les mostres	104
4.1.1. Mostra de la població general	104
4.1.2. Mostres d'estudiants universitaris	105
4.1.3. Mostra de directius d'empresa	108
4.2. Actituds cap a la creació d'empreses per part de la societat catalana	111
4.2.1. Desig de crear una empresa	111
4.2.2. Viabilitat de crear una empresa	112
4.2.3. Intenció de crear una empresa	113
4.2.4. Relacions de dependència entre les variables tipològiques i el desig, la viabilitat i la intenció de crear una empresa per a la mostra de la població general	115

4.3. Factors que afavoreixen i factors que dificulten la creació de noves empreses segons la societat catalana	120
4.3.1. Factors que afavoreixen la creació de noves empreses	120
4.3.2. Factors que dificulten la creació de noves empreses	122
4.4. Motius i frens a la creació de noves empreses segons la societat catalana	125
4.4.1. Motius per a la creació d'empreses	125
4.4.2. Frens a la creació d'empreses	130
4.5. Imatge de l'empresari català segons les mostres de la societat catalana	133
4.5.1. Atributs de l'empresari català	133
4.5.2. Valoració de la professió d'empresari	136
Capítol 5. Conclusions i recomanacions	145
5.1. Conclusions principals	145
5.2. Algunes recomanacions	149
Índex de taules	153
Índex de figures	159
Bibliografia	163
Annexos	
Annex 1: Fitxes tècniques de la investigació	175
Annex 2: Instruments metodològics utilitzats en la investigació	179

PRÒLEG

La riquesa i el benestar social de qualsevol país mantenen una estreta relació, entre d'altres variables, amb la seva capacitat de crear i desenvolupar noves empreses. Així mateix, el nivell de diversitat, solidesa i capacitat d'emprendre d'un model econòmic és, sense cap dubte, un bon termòmetre per a mesurar la seva competitivitat.

Aquesta capacitat emprendedora és, doncs, un element fonamental per afrontar la transformació del model productiu que necessita l'economia catalana; perquè els emprendedors reuneixen moltes de les capacitats i característiques imprescindibles per a fer realitat aquests canvis: el dinamisme, la flexibilitat, la formació i la preparació, i, en definitiva, la innovació constant.

La generació d'ocupació d'un país, així com el seu potencial innovador, mantenen una estreta relació amb la seva capacitat per a fer néixer i créixer noves activitats. L'estudi que presentem a continuació aprofundeix en el món de la creació d'empreses. Els emprendedors i emprendedores, persones amb una notable capacitat per assumir els reptes que suposa posar en marxa nous projectes, contribueixen a augmentar la capacitat productiva de la nostra economia i a crear oportunitats per altres empresaris.

Tal com s'explica al llarg de l'estudi, la creació d'una empresa és un camí difícil, i encara hem de treballar molt per simplificar-lo i afavorir-lo. Cal crear un entorn favorable, i estimular les bases de l'emprenedoria des de la mateixa educació. És necessari millorar la consideració social de la figura de l'emprenedor, i crear un entorn favorable a la creació d'empreses: millor marc fiscal, accés a formació de qualitat, foment d'instruments eficaços de finançament, una comunicació eficient entre el món de la recerca i el mercat, un entorn administratiu simplificat, i coordinació de tots els agents vinculats al món de l'emprenedoria.

També cal dedicar una atenció especial a la fase de consolidació de les empreses, durant la qual els projectes emprendedors passen la seva etapa més crítica; és fonamental que les noves empreses rebin el màxim recolzament al llarg d'aquesta fase. Des del Departament de Treball i Indústria prioritzem la promoció i l'impuls de les noves empreses, convençuts que de que aquesta dedicació permetrà crear llocs de treball i riquesa, i millorarà la nostra competitivitat.

Per acabar, voldria felicitar i animar a totes les persones que han creat o crearan empreses a Catalunya. Els considerem una peça clau del desenvolupament de Catalunya i, per tant, el motor de futur econòmic del nostre país.

Josep Maria Rañé i Blasco
H.C. de Treball i Indústria

PRESENTACIÓ

La creació d'empreses s'ha convertit en un tema cabdal en les últimes dècades tant en l'àmbit científic com en el polític a causa de l'estreta relació existent entre l'activitat emprenedora i el desenvolupament econòmic i regional.

En l'àmbit acadèmic la creació d'empreses com a camp d'estudi ha adquirit entitat pròpia. Bona prova d'això és la proliferació de conferències i congressos nacionals i internacionals en què es presenten i debaten els resultats de les investigacions empíriques com també de revistes científiques en les quals es publiquen després aquests resultats. D'altra banda, a la majoria de països europeus s'han creat en els últims anys càtedres de creació d'empreses. Espanya és un dels pocs països de la Unió Europea en què la creació d'empreses constitueix només una assignatura optativa.

En el camp de la política, a partir de la dècada dels vuitanta les administracions públiques de tots els colors i nivells (central, regional i local) han establert programes de suport a la creació d'empreses que van des de l'orientació, formació i assessorament fins a la concessió de tota mena d'ajudes econòmiques. En termes generals, aquests programes s'han concentrat més a oferir ajudes directes als creadors d'empreses que a fomentar unes actituds positives cap a l'activitat emprenedora i l'empresari en general.

D'altra banda, les polítiques de foment a la creació d'empreses no sempre han estat exemptes de problemes. El primer i més important ha estat i continua essent el desconeixement. Mentre que en la política econòmica hi ha una teoria i una llarga experiència sobre l'efecte que les principals variables (tipus d'interès, pressió fiscal, etc.) tenen sobre les diferents magnituds macroeconòmiques (inflació, nivell d'estalvi, inversió, etc.), en el camp de la creació d'empreses, com que es tracta d'un camp d'estudi relativament jove, no es disposa encara ni d'una única teoria ni de la mateixa llarga experiència.

Heus aquí algunes de les qüestions que es desconeixen:

1. És més eficaç adreçar les mesures al grup d'aturats, als graduats i investigadors universitaris, als directius o a la població en general?
2. Quan, on i com s'ha d'intervenir? Abans d'iniciar el procés de creació d'una empresa? Durant el procés de la seva creació? Després d'haver estat creada per ajudar-la a créixer? A quin nivell (nacional, autonòmic o local) i amb quins instruments? Quines són les millors pràctiques (*best practices*)?
3. Quin seria el cost de cada nou lloc de treball creat arran d'una ajuda determinada?
4. Quantes empreses s'haurien deixat de crear sense aquestes ajudes?

D'aquí que el «Green Paper» de la Comissió Europea es plantegés com a primera pregunta: «Quins haurien de ser els objectius clau d'una agenda per al foment de la creació d'empreses a l'EU i quina hauria de ser la seva relació amb altres objectius polítics?». L'estudi conclou que l'objectiu prioritari és «produir» més empresaris fomentant actituds més positives cap a l'empresari i cap a la creació d'empreses.

El desconeixement d'aquestes qüestions es deu a l'escassetat d'investigacions empíriques respecte d'aquest fet i, concretament, a la falta d'una avaluació adequada dels programes de suport. Només en algunes ocasions, en establir un programa d'ajuda es defineixen per endavant quins seran els criteris que s'utilitzaran per a l'avaluació dels resultats aconseguits amb aquest programa i se n'estableixen els terminis i els mitjans d'avaluació.

Un altre dels problemes importants ha estat la coordinació. La proliferació d'organismes i programes de suport a tots els països en els últims anys n'ha evidenciat la falta de coordinació.

Els resultats de la investigació del Dr. David Urbano, professor del Departament d'Economia de l'empresa de la UAB, que es presenten en aquest treball vénen a omplir un buit en el camp dels programes de foment i de les actituds cap a la creació d'empreses a Catalunya, a més de contextualitzar el teixit empresarial català a partir de l'anàlisi de la seva estructura i de la demografia de les noves empreses durant la segona meitat de la dècada dels anys 90 (1996-2001).

Quant als organismes de suport, aquest estudi se centra en una sèrie de qüestions de summa importància, com ara: a) quin és el grau de coneixement dels programes existents per part d'empresaris potencials i actuals; b) quins programes han estat els més utilitzats; c) quin ha estat el nivell de satisfacció dels programes utilitzats, i d) quin és el grau d'adequació d'aquests programes a les necessitats de la demanda.

Pel que fa a les actituds cap a la creació d'empreses per part de la societat catalana, en aquest treball s'analitza la percepció de desig i viabilitat, així com la intenció de crear una empresa tant en la població en general com en els estudiants universitaris i directius.

Els resultats d'aquest estudi han de ser de gran importància per a totes aquelles persones, organismes i autoritats que tenen la missió de decidir i portar a la pràctica programes d'ajuda a la creació d'empreses.

La investigació del professor Urbano s'insereix en un ampli projecte d'investigació que s'està duent a terme en el marc de l'*European Doctoral Programme in Entrepreneurship and Small Business Management* del Departament d'Economia de l'empresa de la UAB basat en la teoria institucional i és part de la seva tesi doctoral, que va merèixer la màxima qualificació.

Josep M. Veciana
Catedràtic d'Universitat Emèrit de la UAB

Bellaterra, gener de 2005

1

INTRODUCCIÓ: OBJECTIUS DE L'ESTUDI I FONAMENTS TEÒRICS

*«For institutionalists who take economics to be
a cultural science in the service of humanity»
(Gruchy)*

1.1. OBJECTIUS I METODOLOGIA DE L'ESTUDI

El propòsit principal d'aquest estudi és analitzar els factors de l'entorn que condicionen la creació d'empreses a Catalunya, considerant tant els factors institucionals formals (organismes i mesures de suport a la creació d'empreses), com els factors institucionals informals (actituds de la societat catalana cap a la creació d'empreses).

Prèviament es descriu el teixit empresarial català a partir de l'anàlisi de la seva estructura i de la demografia de les noves empreses durant la segona meitat de la dècada dels anys 90 (1996-2001).

D'aquesta manera, els objectius específics d'aquest treball són els següents:

a) Amb referència a l'estructura i la demografia empresarial:

1. Analitzar els trets principals de les noves empreses catalanes, considerant el nombre d'empreses, la distribució sectorial, la dimensió en nombre de treballadors, la forma jurídica i la densitat empresarial.

2. Estudiar el procés de creació, així com el creixement i desaparició del nombre d'empreses catalanes, incidint especialment en les taxes de mortalitat i supervivència d'aquestes per al període analitzat.

b) Quant als factors institucionals formals:

3. Analitzar l'oferta de mesures de suport a la creació de noves empreses a Catalunya, especialment en allò que es refereix a organismes i mecanismes de foment.

4. Estudiar la demanda de mesures de suport a la creació de noves empreses amb referència al grau de coneixement, ús i valoració dels organismes i programes de suport per part dels nous empresaris.

5. Examinar la relació de dependència entre les variables tipològiques del nou empresari (sexe, edat, nivell d'estudis i antecedents d'empresaris a la família) i el grau de coneixement, utilització i valoració dels programes de suport.

6. Analitzar el grau d'adequació entre les mesures de suport ofertes pels organismes i les expectatives del nou empresari.

c) Amb referència als factors institucionals informals:

7. Analitzar la percepció de la societat catalana quant al grau de desig de crear una empresa pròpia, així com la imatge de l'empresari.

8. Estudiar la percepció de la societat catalana sobre el grau de viabilitat de crear una empresa pròpia, distingint els factors que afavoreixen i els factors que dificulten aquesta creació.

9. Esbrinar el grau d'intenció de fundar una nova empresa per part de la societat catalana, considerant els motius i els frens que n'impedeixen la creació.

10. Examinar la relació de dependència entre les variables tipològiques del potencial empresari (sexe, edat, nivell d'estudis i antecedents d'empresaris a la família) i la percepció de desig, viabilitat i intenció de crear una empresa pròpia a Catalunya.

A més a més, se suggeriran algunes recomanacions tant pel que fa a l'adequació entre l'oferta i la demanda de programes d'assistència als nous empresaris com a la millora de les actituds de la societat catalana cap a la creació de noves empreses.

Pel que fa a la metodologia emprada en la investigació empírica, atesa la complexitat que suposa l'anàlisi dels factors de l'entorn que afecten la creació de noves empreses, s'ha cregut convenient realitzar una triangulació. D'aquesta manera, s'han utilitzat tant fonts de dades primàries i secundàries com mètodes quantitius i qualitius de recollida de la informació. D'una banda, per a l'anàlisi de l'estructura i la demografia de les noves empreses catalanes s'ha consultat informació procedent de diverses fonts estadístiques (principalment el DIRCE-INE¹ i d'IDESCAT),² com també s'ha treballat amb una mostra de 1.609 empreses catalanes³ creades l'any 1996 i pertanyents al municipi de Terrassa (Barcelona). De l'altra, per a l'estudi dels factors formals, quant a l'oferta de serveis de suport, es van realitzar entrevistes personals als responsables de l'àrea de creació d'empreses dels organismes catalans més importants, i es va completar aquesta informació amb diverses fonts de dades secundàries. Pel que fa a la demanda, es van efectuar enquestes telefòniques a empresaris potencials que es trobaven en el procés de crear la seva pròpia empresa, a més

1. El DIRCE és un projecte desenvolupat per l'INE (Institut Nacional d'Estadística) des de l'any 1989 que reuneix un sistema d'informació únic a totes les empreses espanyoles i a les seves unitats locals ubicades en territori espanyol. Proporciona dades estructurals del nombre d'empreses existents a Espanya classificades per activitat econòmica, per grandària (nombre d'assalariats), condició jurídica i ubicació geogràfica (per comunitats autònomes). També ofereix dades sobre les altes, permanències i baixes de les empreses, actualitzades anualment.

2. L'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT) és l'organisme autònom, adscrit al Departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya, especialitzat en informació estadística. La seva missió és la gestió del Sistema Estadístic de Catalunya mitjançant la planificació, la coordinació, la normalització de l'activitat estadística i la prestació d'assistència tècnica estadística. L'IDESCAT produeix estadístiques econòmiques, demogràfiques i socials en l'àmbit geogràfic de Catalunya i s'hi duu a terme el seguiment regular d'aquestes dades.

3. Cal dir que la mostra considerada és una mostra de conveniència i que segons la informació obtinguda a partir del DIRCE (dades per a l'any 1996), la mostra manté, respecte del sector d'activitat, la dimensió (grandària en nombre de treballadors) i la forma jurídica, els mateixos pesos que el total d'empreses catalanes, la qual cosa ens permet suposar que en termes generals el comportament relatiu a la demografia de les noves empreses de Terrassa pot ser similar al de les empreses catalanes.

d'entrevistes personals a empresaris actuals que havien creat la seva pròpia empresa recentment. Finalment, per a l'anàlisi dels factors informals es va procedir a enquestar diversos col·lectius potencialment fundadors d'empreses com són la població general, els estudiants universitaris i els directius d'empresa de Catalunya (per a una informació detallada de les fitxes tècniques de la investigació consulteu en l'Annex 1).

Cal dir que els resultats obtinguts en cadascuna de les diferents fases de l'estudi s'han anat comparant amb els d'altres investigacions realitzades a Catalunya, Espanya, i en l'àmbit internacional.

1.2. JUSTIFICACIÓ DE LA INVESTIGACIÓ

La rellevància d'aquesta investigació vindrà explicada des de tres punts de vista diferents, però alhora complementaris entre ells: l'acadèmic, l'empresarial i el de política econòmica.

1) Des del punt de vista acadèmic:

En la literatura sobre creació d'empreses es troba a faltar (i encara més en el cas específic de Catalunya) un model que analitzi tant els factors institucionals formals com els informals. Malgrat que hi ha moltes investigacions que han tractat els factors de l'entorn com a condicionants de la creació d'empreses, la majoria d'aquestes ho han fet de forma fragmentada i massa descriptiva. A més a més els treballs empírics centrats en l'anàlisi dels factors socioculturals (actituds, valors, creences, etc.) com a determinants de la creació d'empreses brillen per la seva absència.

2) Des del punt de vista empresarial (creació i gestió de noves empreses):

Atesa l'excessiva diversificació d'organismes i de programes de suport a les noves empreses, aquest estudi probablement serà de gran utilitat per als nous empresaris en el procés de creació de la seva pròpia empresa. Tenir una noció clara del marc institucional de la creació d'empreses pot incidir positivament en el seu èxit inicial. En aquest sentit, els resultats empírics obtinguts en aquest treball podrien servir d'exemples o proves que facin versemblant la possibilitat de fundar una empresa pròpia, sensibilitzant així mateix els col·lectius de potencials empresaris i la societat catalana en general de la importància de generar activitat emprenedora, tant en termes econòmics com socials.

3) Des del punt de vista de política econòmica:

L'anàlisi en profunditat dels trets principals del teixit empresarial català, especialment pel que fa a la demografia de les noves empreses (mortalitat i supervivència) pot orientar les polítiques públiques en l'àmbit de la creació d'empreses.

Per la seva banda, l'estudi de l'entorn institucional de la creació d'empreses realitzat, probablement ajudarà les administracions públiques catalanes a revisar els organismes de

suport a les noves iniciatives empresarials, així com a millorar l'oferta de serveis d'assistència, adequant-la a les necessitats de les noves empreses. L'estudi de l'adequació entre l'oferta i la demanda de serveis de suport podria resultar fonamental per al disseny d'eficients polítiques actives de creació de noves empreses, així com de mecanismes pertinents de suport als nous empresaris. El coneixement dels factors socioculturals que envolten el fenomen de l'activitat emprenedora també pot ser de gran utilitat per al disseny d'aquestes polítiques governamentals.

1.3. LA CREACIÓ D'EMPRESES: ESTAT ACTUAL DE LA QÜESTIÓ A CATALUNYA

En l'actualitat és àmpliament reconeguda la gran importància de les noves empreses i les pimes com a eix fonamental en la generació d'ocupació i motor del creixement econòmic. La seva flexibilitat i capacitat per adaptar-se ràpidament als canvis de l'entorn, així com el seu potencial innovador, fan d'aquest tipus d'empreses una peça clau per a la millora de la competitivitat i el desenvolupament econòmic.

Consegüentment, el suport a la creació de noves empreses s'ha convertit en les últimes dècades en objectiu principal de les administracions públiques occidentals de totes les ideologies polítiques i de tots els nivells, assumint que la utilització de mecanismes de foment pot tenir un efecte positiu tant en el nombre d'empreses creades com en les taxes de supervivència d'aquestes.

Per la seva banda, cada vegada té més rellevància el paper de l'entorn en la decisió de crear una empresa, però no solament en allò que fa referència als aspectes legals, la política pública i els serveis de suport, sinó sobretot quant al context social i cultural. Les creences, els valors i les actituds d'una societat determinada condicionen les decisions i els comportaments dels seus membres. Les percepcions de desig i de viabilitat en el cas concret de la creació d'una empresa són en gran manera producte de l'entorn sociocultural i poden afectar d'una forma important en la decisió d'una persona per convertir-se en empresari.

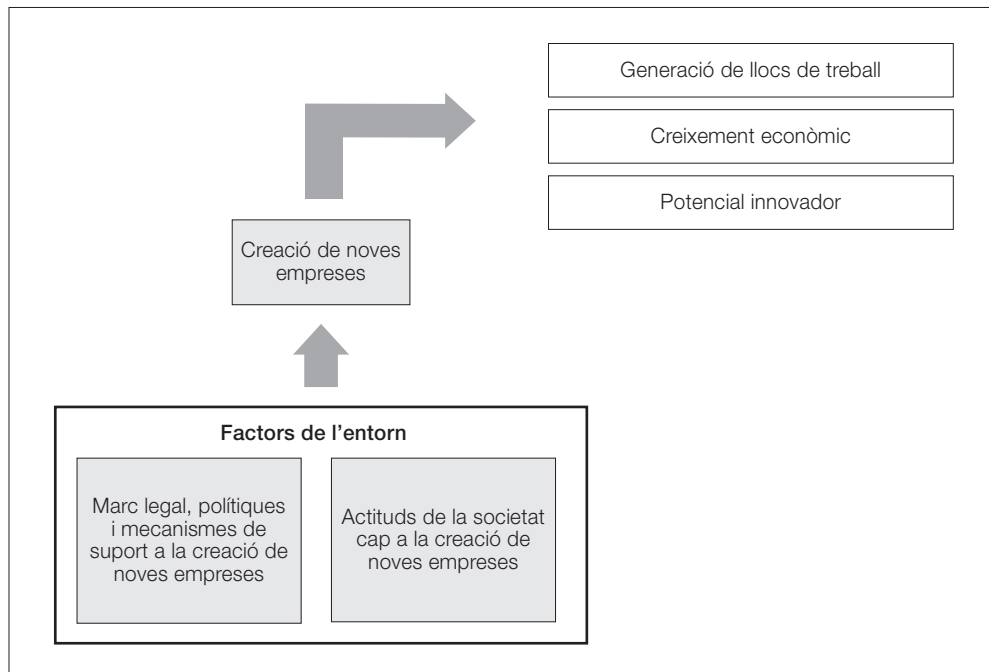
En aquest sentit, Catalunya no n'és cap excepció. D'una banda, tant la Generalitat com les diputacions i ajuntaments estan desenvolupant en els últims anys diferents polítiques i programes dirigits al foment i la consolidació de noves empreses. A més a més, s'estan reduint de forma progressiva les barreres a la creació d'empreses (càrregues fiscals, tràmits i costos de constitució). D'una altra, es compta amb una important tradició i l'esperit emprenedor que incentiva la iniciativa empresarial (GEM-Catalunya 2003).⁴ A Catalunya existeixen

4. L'any 2003, dins el Projecte Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es va realitzar per primera vegada l'anàlisi de la taxa d'activitat emprenedora a Catalunya. Per a més informació consulteu: Veciana, J.M., Vaillant, Y., Genescà, E., Piqué i Urbano, D. (2004): *GEM. Informe ejecutivo 2003*. Catalunya. Departament d'Economia de l'Empresa (UAB), Diputació de Barcelona i Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.

en l'actualitat gairebé mig milió d'empreses de les quals el 99,9 % són pimes, i en neixen cada any aproximadament 50.000 de noves. No obstant això, cal dir que malgrat el paper fonamental de les administracions i el pes de la cultura empresarial, l'elevat percentatge de noves empreses que desapareixen en els primers anys de vida (més del 50 % cessa la seva activitat als 5 anys) indica que probablement ha de transformar-se l'entorn institucional.

D'aquesta manera, es parteix de la base que mesures de suport com ara uns serveis eficients d'informació i d'assessorament, una oferta de formació adequada per a l'empresari, uns canals accessibles al finançament requerit i la millora de les condicions administratives i legals, així com l'actitud favorable de la societat cap a la creació d'empreses, poden en efecte afavorir la creació de noves empreses, i tenir un impacte positiu en la generació d'ocupació, el creixement econòmic i la innovació (figura 1.1).

Figura 1.1. Factors de l'entorn com a condicionants de la creació de noves empreses i impacte en la generació d'ocupació, el creixement econòmic i el potencial innovador



Font: elaboració pròpia.

És important destacar que en l'àmbit regional també es van realitzar estudis a Andalusia i Extremadura. Per ampliar informació respecte d'això consulteu: Hernández, R. i Díaz, C. (2004): *GEM. Informe ejecutivo 2003*. Extremadura. Fundación Xavier de Salas. Ediciones La Coria. Colección de Estudios Económicos de Extremadura, i Ruíz, J., Medina, J., Lorenzo, D., i Rojas, A. (2004): *GEM. Informe ejecutivo 2003*. Andalucía, Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz.

1.4. ELS FACTORS DE L'ENTORN QUE CONDICIONEN LA CREACIÓ D'EMPRESES I LA TEORIA ECONÒMICA INSTITUCIONAL

En aquest context, considerar la creació de noves empreses com el motor del desenvolupament econòmic i social comportarà tenir en compte l'entorn institucional que afecta l'activitat empresarial. Així doncs, la **teoria econòmica institucional** que presta atenció no tan sols a les qüestions econòmiques sinó també als aspectes polítics i socioculturals que afecten el comportament dels individus, sembla el marc teòric més apropiat per analitzar la influència dels factors de l'entorn en la creació d'empreses. Diferents autors utilitzen aquesta teoria amb propòsits similars en diversos contextos.⁵ En destaca Veciana (1999: 25), que planteja que «la teoria institucional és, sens dubte, la teoria que actualment proporciona un marc conceptual més consistent i apropiat per a l'estudi de la influència dels factors de l'entorn en la funció empresarial i la creació d'empreses». Bon exemple d'això és que el *Sisè informe periòdic sobre la situació i l'evolució socioeconòmiques de les regions de la Unió Europea* (1999) de la Comissió Europea dedica un apartat a les institucions formals i informals de North com a factors condicionants del creixement i del desenvolupament econòmic de les regions i països europeus. Així mateix el marc analític de North és utilitzat en els últims *Informes sobre el desenvolupament mundial del Banc Mundial*, sobretot en els informes dels anys 2001 i 2002, en els quals es planteja l'eficàcia de les institucions i la importància de les regles formals i informals per al desplegament econòmic sostenible.

D'aquesta manera, en aquest treball s'ha pres com marc teòric la teoria econòmica institucional i, més concretament, les aportacions de Douglass North a la seva obra titulada *Institutions, Institutional Change and Economic Performance* (1990).⁶

North planteja que «les institucions són les regles de joc en una societat o, expressat més formalment, les institucions serien les limitacions ideades per les persones que donen forma a la interacció humana». Aquest autor distingeix entre institucions formals, que comprenen les lleis, els reglaments i els procediments governamentals, i institucions informals, que inclouen les idees, les creences, les actituds i els valors de les persones, o sigui la cultura d'una societat determinada.

Així doncs, per a aquest estudi, les denominades per North institucions formals constituïran els factors institucionals formals que condicionen la creació de noves empreses a Catalunya, que són els organismes i les mesures de suport a la creació d'empreses. D'altra

5. Cal dir que la majoria d'aquests estudis apliquen l'enfocament institucional de North per a l'estudi de la creació d'empreses en economies en transició (Nee i Young, 1991; Nee, 1992; Litwack, 1993; Brautigam, 1997; Trulsson, 1997; Peng i Shekshnia, 2001; i Stein, 2002). Westhead, 1995 i Veciana, 1999 són una excepció doncs ho fan en entorns europeus.

6. Obra traduïda al castellà amb el títol «Instituciones, cambio institucional y ejercicio económico», edició de l'any 1993. Douglass North forma part de la Nova Economia Institucional, més concretament del corrent denominat Nova Història Econòmica, a la qual ha fet contribucions teòriques fonamentals. El 1993 North va obtenir el premi Nobel d'Economia compartit amb Robert Fogel per haver renovat la investigació de la història econòmica aplicant la teoria econòmica i mètodes quantitativs per explicar el canvi econòmic i institucional.

banda, les institucions informals es referiran als factors institucionals informals: les actituds de la societat catalana cap a la creació d'empreses (taula 1.1).

Taula 1.1. Factors institucionals formals i informals

Institucions formals	Institucions informals
Factors institucionals formals	Factors institucionals informals
Organismes i mesures de suport a la creació d'empreses	Actituds de la societat catalana cap a la creació d'empreses

Font: elaboració pròpia.

Quant a la literatura que tracta sobre els factors condicionants de la creació d'empreses, es pot trobar gran diversitat de treballs, tant teòrics com empírics que aborden el tema en qüestió. Malgrat això, la major part d'aquests estudis tracten el tema de forma fragmentada i massa descriptiva. A més a més, són molt poques les investigacions que apliquen l'enfocament institucional en l'àmbit concret de la creació d'empreses.

Amb referència als *factors formals*, els estudis més rellevants tracten sobre polítiques governamentals; l'oferta i la demanda de mecanismes de suport; l'avaluació de l'impacte dels programes de suport en la creació de noves empreses, i les mesures específiques de suport als nous empresaris (econòmiques i no econòmiques).

Per la seva banda, respecte als *factors informals*, destaquen les investigacions que analitzen la cultura com a barrera o eina de l'activitat emprenedora; l'esperit emprenedor d'una societat determinada; la legitimació de la funció empresarial i el prestigi social de l'empresari; el procés de socialització del futur empresari (antecedents empresarials a la família); la por al fracàs empresarial, i les actituds de la societat cap a la creació d'empreses.

Els conceptes bàsics de la *teoria econòmica institucional* es poden sintetitzar a partir dels tres models teòrics següents: el model de Veciana (1988), el model de Gnyawali i Fogel (1994) i el model de Krueger i Brazeal (1994).

D'una banda, *Veciana* (1988) planteja els factors principals que condicionen la creació d'una empresa distingint els «factors fonamentals» dels «factors que precipiten». Els primers, els «factors fonamentals», es refereixen als antecedents i atributs personals de l'empresari, a l'organització incubadora i a l'entorn, mentre que els «factors que precipiten» al·ludeixen a la insatisfacció o el deteriorament del rol i l'oportunitat o la necessitat de crear una empresa. A més a més, *Veciana* relaciona aquests factors amb les fases de creació d'una nova empresa (gestació, creació, llançament i consolidació). Així doncs, la combinació de factors fonamentals i que precipiten produïda en una fase determinada del procés de creació d'una empresa pot portar l'empresari potencial a prendre la decisió de crear una empresa pròpia.

D'altra banda, el model de *Gnyawali i Fogel* (1994) vincula les diferents dimensions de l'entorn amb l'oportunitat, la predisposició i l'habilitat de crear una empresa pròpia. Aquests

autors plantegen que factors de l'entorn com ara la legislació i les polítiques governamentals, els aspectes socioculturals, les mesures de suport econòmiques i no econòmiques, i la formació i capacitació de l'empresari potencial poden incidir en algun dels elements clau (oportunitat, predisposició i habilitat) per prendre la decisió de crear una empresa pròpia. D'aquesta manera, cada factor considerat de l'entorn estaria relacionat amb un aspecte específic del procés de creació d'empreses que pot incidir en la decisió final de fundar una empresa pròpia.

A l'últim, el model de *Krueger i Brazeal* (1994) se centra en l'anàlisi de la percepció de desig i de viabilitat com a origen de la intenció de crear una empresa. La percepció de desig (tenir afany i interès) i de viabilitat (pensar que és possible) de crear una empresa pot fer més creïble l'esdeveniment fundacional, unida amb l'habilitat i preparació necessàries i la prèvia predisposició de l'individu a actuar en aquest sentit, desencadenaran en la intenció de crear la dita empresa. Ara bé, normalment sol produir-se algun succés que desencadena el procés de creació («succés disparador») que, juntament amb la identificació d'una oportunitat empresarial en forma de necessitat real a satisfer al mercat, influirà determinantment en la intenció final de crear una empresa pròpia.

Així doncs, mentre que el model de Veciana emmarca aquest treball en el marc general dels factors que condicionen la creació d'empreses fent èmfasi en els factors de l'entorn, el model de Gnyawali i Fogel se centra en ambdós tipus de factors, tant formals com informals. Finalment, el model de Krueger i Brazeal situa l'estudi en l'àmbit específic dels factors informals de l'entorn: les actituds i les percepcions cap a la creació d'empreses.

1.5. ESTRUCTURA DEL TREBALL

L'estudi s'ha dividit en cinc capítols, a més de la bibliografia i alguns annexos.

En aquest primer capítol es detallen els objectius principals del treball, comentant sucintament la metodologia utilitzada en la investigació empírica, a més de justificar la importància de l'estudi des del punt de vista acadèmic, empresarial i de política econòmica.

També s'ha destacat la importància de l'entorn institucional en la decisió de crear una empresa, tant pel que fa al paper dels organismes i les mesures de suport al nou empresari, com al paper dels factors socioculturals (hàbits, valors i actituds de la societat catalana) enfront de l'activitat empresarial. S'han plantejat breument els principis bàsics de la teoria econòmica institucional com a marc teòric de l'estudi, així com la seva aplicació a la creació d'empreses, i s'han ressaltat els aspectes més rellevants de la literatura que tracta sobre els factors de l'entorn que condicionen la creació d'empreses.

En el capítol 2 s'ofereix una panoràmica de la creació d'empreses a Catalunya durant el període 1996-2001, amb una atenció especial al paper de les noves empreses en l'economia catalana a través d'una anàlisi estructural i demogràfica d'aquestes.

En els capítols 3 i 4 es presenten els resultats de la investigació corresponents a l'anàli-

si del marc institucional formal i informal. Quant als factors formals (capítol 3), s'analitzen els organismes i mesures de suport a la creació d'empreses més rellevants a Catalunya, mentre que pel que fa als factors informals (capítol 4) s'estudien les actituds de la societat catalana cap a la creació d'empreses.

Finalment, el capítol 5 resumeix les principals conclusions del treball, així com les seves possibles implicacions en forma de recomanacions per millorar l'entorn institucional de la creació d'empreses a Catalunya.

L'autor vol agrair el recolzament i els comentaris aportats al llarg del procés de redacció per part dels professors del Departament d'Economia de l'Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona Enric Genescà, Àlex Rialp, Josep Rialp, Lluís Rodríguez, Esteve van Hemmen i Yancy Vaillant, i molt especialment a Josep Maria Veciana, director de la tesi doctoral en la que es fonamenta el present estudi.

2

ESTRUCTURA I DEMOGRAFIA EMPRESARIAL A CATALUNYA. ANÀLISI DEL PERÍODE 1996-2001

«Allò important no és néixer sinó sobreviure.»
(Anònim)

Com ja es va esmentar en el capítol anterior, és indiscutible en l'actualitat el paper fonamental que tenen les pimes en general, i les noves empreses en particular, com a fonts generadores d'ocupació i de riquesa. Concretament, a Catalunya existeixen ara com ara aproximadament mig milió d'empreses que representen gairebé un 20 % del total d'Espanya, essent Catalunya la comunitat autònoma amb més empreses.

D'altra banda, en l'última dècada el nombre d'empreses ubicades en territori català ha augmentat més d'un 10 %, fet que, al costat de les elevades taxes d'entrada i sortida d'empreses, posa de manifest la forta dinàmica empresarial experimentada a Catalunya en els darrers anys.

Malgrat la importància que reflecteixen les dades anteriorment esmentades, es troben a faltar en la literatura sobre el tema en qüestió estudis que analitzin aquesta realitat empresarial tant des d'un punt de vista estàtic com dinàmic, en l'àmbit específic de Catalunya*.

En aquest sentit, aquest capítol pretén cobrir el buit existent en la literatura sobre el tema a partir de l'anàlisi tant de l'estructura empresarial com de la dinàmica de les noves empreses a Catalunya per al període 1996-2001. S'estudien els trets principals del teixit empresarial català utilitzant dades obtingudes del DIRCE i IDESCAT, així com la demografia empresarial a partir d'una mostra d'empreses catalanes.

2.1. TRETOS PRINCIPALS DE LES EMPRESES A CATALUNYA

A continuació s'analitza l'estructura de les pimes i de les noves empreses a Catalunya durant la segona meitat de la dècada dels anys 90 (1996-2001), i es compara aquesta

* De tota manera, cal dir que a finals dels anys 70 Veciana i Llonch (1979) van realitzar un estudi capdavanter d'estructura empresarial titulat «La creación de nuevas industrias en el sector metalúrgico en Catalunya. Periodo 1967-1976». Per altra banda, també destaquen tant els estudis de les Cambres de Comerç (2001, 2002 i 2003) sobre la creació i consolidació d'empreses a Espanya, com la recerca sobre creació i supervivència de les empreses industrials espanyoles de Segarra (2002).

estructura amb la d'Espanya i, en alguns casos, amb la de la Unió Europea (UE-15) i els Estats Units. Així doncs, per a això es consideren el nombre d'empreses, la distribució sectorial, la seva grandària i forma jurídica, així com la densitat empresarial.

2.1.1. Nombre d'empreses⁷

Tal com mostra la taula 2.1, l'any 2001 el nombre d'empreses⁸ a Catalunya ascendia a 494.153, de les quals el 75,69 % estaven ubicades a Barcelona mentre que la resta d'empreses (24,30 %) es repartien entre Girona (9,80 %), Tarragona (8,81 %) i Lleida (5,69 %).

Taula 2.1. Nombre d'empreses a Catalunya i províncies, en freqüències. Comparació amb Espanya i la Unió Europea-15 (1996-2001)

	1996	% Cat.	1997	1998	1999	2000	2001	% Cat.	Diferència 2001-1996	Var. (%) 1996-2001
Catalunya	465.378		473.806	478.734	489.656	492.546	494.153		28.775	6,18
Barcelona	357.669	78,86	364.207	365.942	374.414	373.806	374.027	75,69	16.358	4,57
Girona	43.112	9,26	43.727	45.387	46.556	47.973	48.435	9,80	5.323	12,35
Lleida	26.136	5,62	26.633	27.208	27.502	28.348	28.141	5,69	2.005	7,67
Tarragona	38.461	8,26	39.239	40.197	41.184	42.419	43.550	8,81	5.089	13,23
Espanya	2.384.711		2.438.830	2.474.690	2.518.801	2.595.392	2.645.317		260.606	10,93
UE-15	18.427.443		18.802.423	19.370.000	n.d.*	20.455.000	n.d.*		2.027.557**	11,00**

* n.d.: dades no disponibles. ** Correspon als anys 1996-2000.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i d'EUROSTAT.

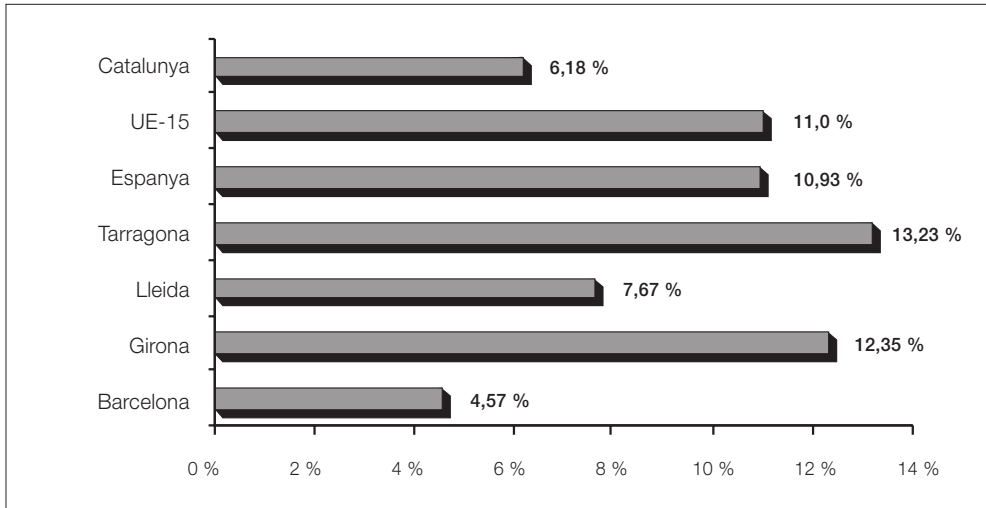
Quant a l'evolució del nombre d'empreses entre els anys 1996 i 2001, la figura 2.1 reflecteix que la variació d'aquestes, tot i ser positiva (gairebé 29.000 noves empreses), ha estat més reduïda per al conjunt de Catalunya (6,18 %) que per a Espanya i la Unió Europea, amb un augment del nombre d'empreses al voltant de l'11 %. Destaquen també Tarragona (13,23 %) i Girona (12,35 %), amb les variacions més elevades i les més reduïdes de Barcelona (4,57 %) i de Lleida (7,67 %).

De moment no es valorarà si l'augment més gran del nombre d'empreses ha de considerar-se o no positivament, sinó simplement constatar els fets que es desprenen de la informació disponible.

7. D'ara endavant totes les dades es referiran a l'1 de gener de l'any de referència.

8. En tota l'anàlisi realitzada en aquest capítol es treballa amb «empreses», no amb «establiments», tret que s'indiqui el contrari.

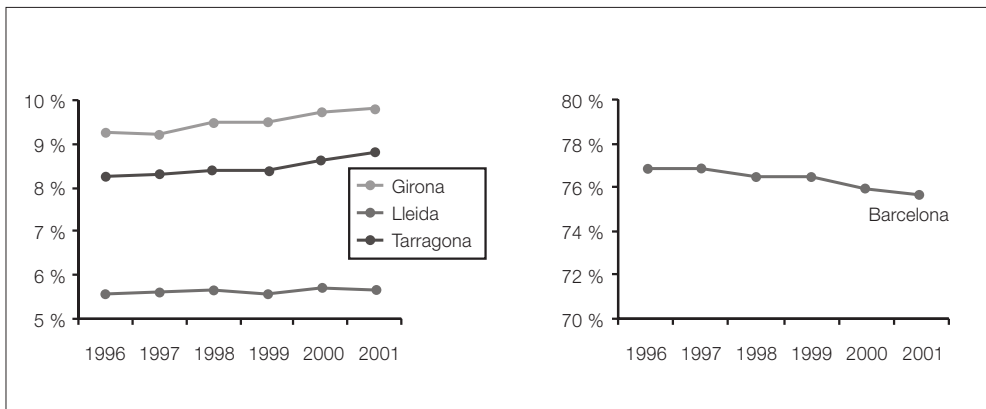
Figura 2.1. Variació, en percentatges, del nombre d'empreses per a Catalunya i províncies. Comparació amb Espanya i la UE-15 (1996-2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i d'EUROSTAT.

La figura següent posa en relleu que, encara que Barcelona continua representant per al període considerat més d'un 75 % del total d'empreses catalanes, el seu pes relatiu ha disminuït en favor de les províncies de Tarragona i Girona, que han vist augmentar el seu percentatge d'empreses respecte al total de Catalunya. Per la seva banda, a Lleida se n'ha mantingut el percentatge.

Figura 2.2. Evolució del pes del nombre d'empreses per províncies sobre el total de Catalunya, en percentatges (1996-2001)



Font: elaboració pròpia a partir de les dades del DIRCE (INE).

Si descendim a l'àmbit comarcal de Catalunya, la taula 2.2 mostra que, l'any 2001, les cinc comarques amb més importància en nombre d'empreses sobre el total de Catalunya són les següents: Barcelonès (33,76 %), Vallès Occidental (11,25 %), Baix Llobregat (9,62 %), Maresme (5,54 %) i Vallès Oriental (5,27 %). Cal destacar que la resta de comarques només acullen un 34,56 % del total d'empreses catalanes.

Taula 2.2. Nombre d'empreses per comarques catalanes més rellevants*, en freqüències (1996-2001)

	1996	% Cat.	1997	1998	1999	2000	2001	% Cat.	Diferència 2001-1996	Var. (%) 1996-2001
Baix Llobregat	35.953	9,28	35.022	38.410	39.054	40.222	40.611	9,62	4.658	12,96
Barcelonès	137.992	35,63	139.910	136.498	142.869	136.900	142.578	33,76	4.586	3,32
Maresme	20.504	5,29	20.144	21.917	22.698	23.277	23.381	5,54	2.877	14,03
Vallès Occid.	41.586	10,74	42.519	44.798	45.202	46.494	47.514	11,25	5.928	14,25
Vallès Oriental	19.087	4,93	18.498	20.660	21.083	21.783	22.277	5,27	3.190	16,71
Altres comarques	132.131	34,12	128.225	136.518	139.080	143.032	145.984	34,56	13.853	10,48
Catalunya	387.253	100,00	384.318	398.801	409.986	411.708	422.345	100,00	35.092	9,06

* Comarques catalanes amb més empreses.

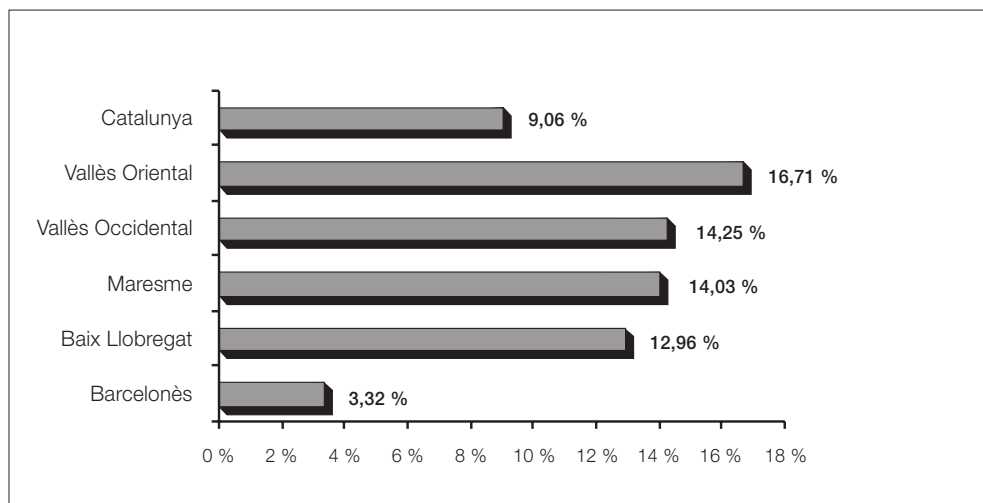
Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT.

Cal notar que les dades facilitades per IDESCAT pel que fa al nombre d'empreses catalanes no coincideixen amb les dades del DIRCE (INE). Això es deu al diferent sistema a l'hora de comptabilitzar emprat per ambdós organismes. De totes maneres, per a la informació sobre comarques catalanes s'utilitzarà la informació d'IDESCAT, ja que no es disposa de les dades d'àmbit comarcal procedents del DIRCE.

Per la seva banda, la figura 2.3 reflecteix com la variació del nombre d'empreses en les 5 comarques catalanes més rellevants varia significativament per al Barcelonès (només ha augmentat un 3,32 %), mentre que per a la resta de comarques l'augment va ser considerablement superior (entre un 10 i un 17 %), essent al Vallès Oriental on es va produir l'augment més elevat (16,71 %).

Aquestes dades, al costat de les que hem vist anteriorment, semblen indicar una tendència a la baixa del nombre d'empreses a les zones de Catalunya on, en termes absoluts, hi ha més concentració empresarial: Barcelona i, especialment, el Barcelonès.

Figura 2.3. Variació, en percentatges, del nombre d'empreses per a Catalunya i comarques (1996-2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT.

Amb referència a la comparació del nombre d'empreses a Catalunya amb altres regions espanyoles, la taula 2.3 posa de manifest la importància de les empreses catalanes en el conjunt de l'economia espanyola, ja que, encara que se n'hagi reduït el pes total i s'hagi passat d'un 19,52 % a un 18,68 % durant el període 1996-2001, Catalunya continua essent la comunitat autònoma amb més empreses. Al contrari, pel que fa a la variació del nombre d'empreses en el període considerat, Catalunya se situa entre les comunitats autònomes que, malgrat augmentar el nombre d'empreses, han experimentat menys variació d'aquestes, amb un percentatge del 6,18 %, ben lluny de la variació per a la mitjana d'Espanya (10,93 %), i de les variacions més elevades experimentades per les Canàries (22,83 %) i el País Basc (21,86 %). Cal dir que Extremadura i Navarra són les úniques comunitats en què s'ha reduït el nombre d'empreses, amb unes variacions de -4,68 % i de -1,33 %, respectivament.

Taula 2.3. Nombre d'empreses per comunitats espanyoles, en freqüències i percentatges (1996-2001)

	1996		2001		Diferència 2001-1996	Var. (%) 2001-1996
	Freq.	% Esp	Freq.	% Esp		
Andalusia	340.882	14,29	384.086	14,52	43.204	12,67
Aragó	74.110	3,11	80.586	3,05	6.476	8,74
Astúries	59.429	2,49	65.301	2,47	5.872	9,88
Balears	61.918	2,60	71.424	2,70	9.506	15,35
Canàries	88.432	3,71	108.619	4,11	20.187	22,83
Cantàbria	29.824	1,25	32.288	1,22	2.464	8,26
Castella i Lleó	138.546	5,81	147.775	5,59	9.229	6,66
Castella-la Manxa	91.956	3,86	100.804	3,81	8.848	9,62
C.Valenciana	250.250	10,49	281.932	10,66	31.682	12,66
Extremadura	50.111	2,10	47.765	1,81	-2.346	-4,68
Galícia	152.495	6,39	167.732	6,34	15.237	9,99
Madrid	335.503	14,07	377.785	14,28	42.282	12,60
Múrcia	59.629	2,50	69.865	2,64	10.236	17,17
Navarra	37.101	1,56	36.606	1,38	-495	-1,33
País Basc	125.323	5,26	152.722	5,77	27.399	21,86
Rioja	17.677	0,74	18.985	0,72	1.308	7,40
Ceuta i Melilla	6.147	0,26	6.889	0,26	742	12,07
Catalunya	465.378	19,52	494.153	18,68	28.775	6,18
Espanya	2.384.711	100,00	2.645.317	100,00	260.606	10,93

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

2.1.2. Distribució sectorial⁹

Tal com es pot observar a la taula 2.4, de les 494.153 empreses existents a Catalunya l'any 2001, la gran majoria (76,71 %) es dedicaven a la prestació de serveis (sector del comerç i altres serveis). La resta d'empreses pertanyien al sector de la construcció (12,3 %) i de la indústria (10,9 %).

9. La distribució sectorial obeeix a la classificació utilitzada pel DIRCE que divideix els grans sectors en indústria, construcció, comerç i altres serveis. No es considera el sector de la pesca i l'agricultura.

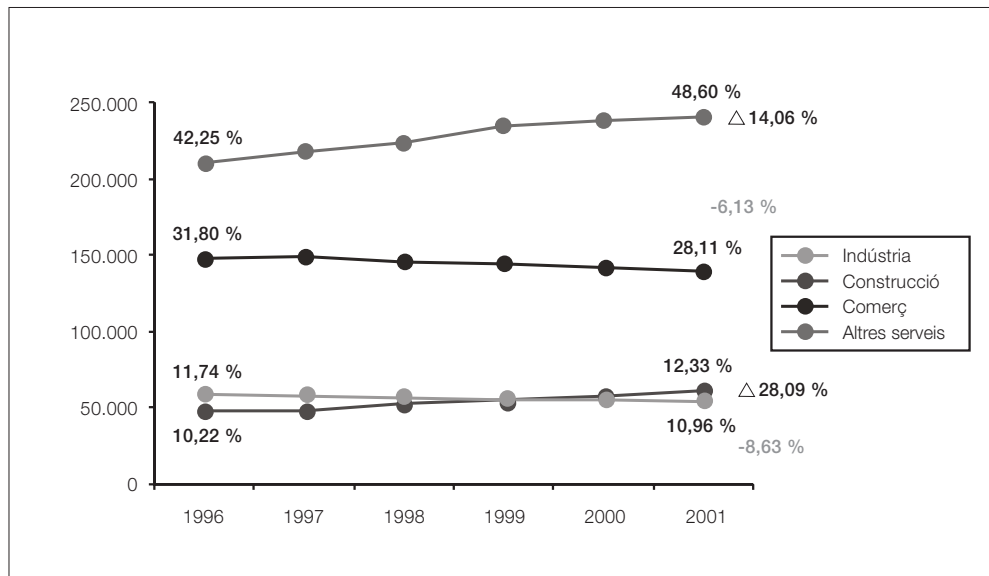
Taula 2.4. Nombre d'empreses a Catalunya per sectors, en freqüències (1996-2001)

	1996	% Total	1997	1998	1999	2000	2001	% Total	Diferència 2001-1996	Var. (%) 1996-2001
Indústria	59.278	12,74	58.273	56.306	55.563	55.036	54.164	10,96	-5.114	-8,63
Construcció	47.553	10,22	48.511	53.009	54.893	57.641	60.910	12,33	13.357	28,09
Comerç	147.981	31,80	149.033	145.444	144.269	141.590	138.906	28,11	-9.075	-6,13
Altres serveis	210.566	45,25	217.989	223.975	234.931	238.279	240.173	48,60	29.607	14,06
Total	465.378	100,00	473.806	478.734	489.656	492.546	494.153	100,00	28.775	6,18

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

Quant a l'evolució del nombre d'empreses catalanes per sectors d'activitat, d'una banda, és important destacar que, mentre que a la construcció i el sector altres serveis el nombre d'empreses per al període 1996-2001 ha augmentat (en variacions de 28,39 % i 14,06 %, respectivament), en la indústria i el comerç aquest nombre ha disminuït (en variacions de -8,63 % i -6,13 %).

Figura 2.4. Evolució del nombre d'empreses a Catalunya per sector econòmic i variació mitjana, en percentatges (1996-2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

D'altra banda, en el període considerat s'ha produït en l'economia catalana un intercanvi de pesos relatius entre la indústria i la construcció. El 1996, la indústria representava el 12,7 % i la construcció, el 10,2 %, mentre que l'any 2001 la indústria va passar a representar el 10,5 % i la construcció, el 12,5 % (vegeu figura 2.4).

La taula 2.5 reflecteix que la distribució sectorial per províncies catalanes per al 2001 és molt similar a la del conjunt de Catalunya, sobretot en el cas de Barcelona. De totes maneres cal destacar una més gran terciarització de Lleida (73,5 %) i Barcelona (74 %), així com la importància del sector de la construcció tant a Girona (19,51 %) com a Tarragona (18,27 %), acompanyat de percentatges menors a la indústria (9,61 % i 9,15 %, respectivament).

Per la seva banda, quant a l'evolució en el període 1996-2001 de la distribució sectorial per províncies catalanes, en aquestes províncies s'han produït diferències similars a les del conjunt de Catalunya, encara que cal destacar el fort augment en el sector de la indústria per a Lleida (16,18 %) i la reducció per a Barcelona (-0,25 %); l'augment de la construcció per a Tarragona (43,51 %); la disminució del comerç a Barcelona (-3,74 %), i l'augment dels altres serveis per a Girona (22,8 %) i Tarragona (21,27 %).

Taula 2.5. Distribució sectorial de les empreses a Catalunya per províncies, en percentatges (1996-2001)

	1996				2001				Variació (%) 1996-2001			
	Ind.	Cons.	Come.	Aser.	Ind.	Cons.	Come.	Aser.	Ind.	Cons.	Come.	Aser.
Barcelona	14,40	10,55	26,88	48,16	13,01	12,99	23,43	50,57	-0,25	36,02	-3,74	15,95
Girona	10,56	17,59	27,51	44,34	9,61	19,51	24,39	46,50	6,67	29,94	3,87	22,87
Lleida	10,05	14,89	25,93	49,13	10,26	16,23	23,05	50,46	16,18	23,95	1,12	16,81
Tarragona	10,15	15,05	28,75	46,04	9,15	18,27	25,37	47,21	6,63	43,51	4,35	21,27

Font: elaboració pròpia a partir de les dades d'IDESCAT.

De la mateixa manera, a la taula 2.6 es compara la distribució sectorial de Catalunya amb la d'Espanya, la Unió Europea i els Estats Units. Aquesta taula mostra que, mentre que la distribució sectorial de Catalunya és molt similar a la del conjunt de la Unió Europea (només hi ha diferències en els percentatges de serveis), existeixen grans diferències amb Espanya i els Estats Units, on la terciarització de l'economia és més elevada. Concretament el pes del comerç i els altres serveis a Espanya és del 79,73 % i als Estats Units, del 84,11 %¹⁰, mentre que a Catalunya i la Unió Europea és de 76,71 % i 76 %, respectivament.

10. Convé cridar l'atenció sobre la dificultat derivada de comparar aquests resultats amb els de l'àmbit internacional a causa fonamentalment de l'ús de fonts d'informació estadística diferents que no permeten fer una anàlisi comparativa rigorosa de dades homogènies.

Taula 2.6. Distribució sectorial de les empreses a Catalunya, en percentatges (2001). Comparació amb Espanya, la UE-15 i els Estats Units

	Indústria	Construcció	Comerç	Altres serveis
Catalunya	10,96	12,33	28,11	48,60
Espanya	10,41	9,85	33,6	46,13
UE-15*	10,58	13,42	27,82	48,18
EUA**	5,69	10,21	22,45	61,66

* Les dades corresponen a l'any 2000, en empreses (20.455.000).

** Les dades corresponen a l'any 2000, en establiments (6.977.342).

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE), d'EUROSTAT i de US Census Bureau (<http://www.census.gov>).

2.1.3. Dimensió en nombre de treballadors

A continuació es presenta la dimensió de les empreses catalanes. Així doncs, a la taula 2.7 es pot observar que la grandària de les empreses catalanes l'any 2001 és molt reduïda. El 93,17 % de les empreses són microempreses (menys de 10 treballadors), mentre que d'aquestes, el 52,6 % no tenen cap treballador.

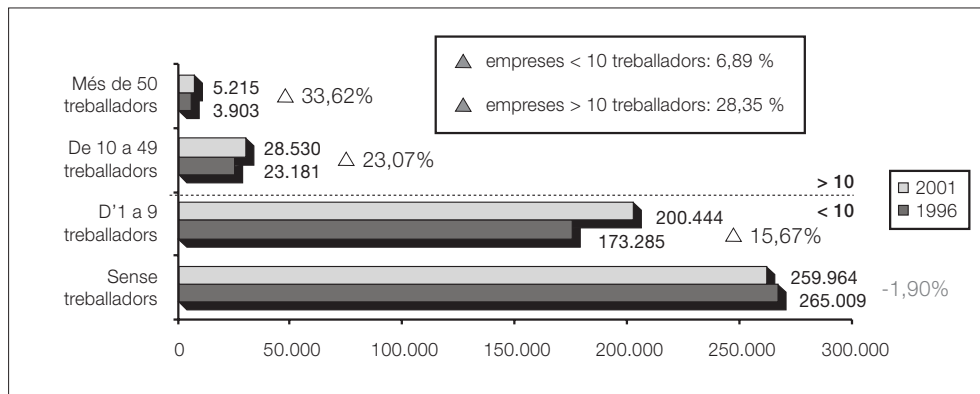
Taula 2.7. Nombre d'empreses a Catalunya per grandària (en nombre de treballadors), en freqüències (1996-2001)

	1996	% Total	1997	1998	1999	2000	2001	% Total	Diferència 2001-1996	Var. (%) 1996-2001
Sense treballadors	265.009	56,94	266.504	265.423	268.524	265.491	259.964	52,61	-5.045	-1,90
D'1 a 9 treballadors	173.285	37,24	179.144	183.354	189.422	193.092	200.444	40,56	27.159	15,67
De 10 a 49 treballadors	23.181	4,98	24.181	25.176	27.127	20.006	28.530	5,77	5.349	23,07
Més de 50 treballadors	3.903	0,84	3.977	4.241	4.583	4.957	5.215	1,06	1.312	33,62
Total	465.378	100,00	473.806	478.734	489.656	492.546	494.153	100,00	28.775	6,18

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

En el període 1996-2001, malgrat que les microempreses continuen mantenint l'hegemonia, va ser el nombre d'empreses de més de 10 treballadors (28,35 %) i en especial les de més de 50 (33,62 %), el que més va augmentar, mentre que les empreses de menys de 10 treballadors només van augmentar en un 6,89 %, i es va produir una reducció de l'1,90 % a les empreses sense treballadors.

Figura 2.5. Evolució del nombre d'empreses a Catalunya per grandària, en freqüències. Variacions en percentatges (1996 i 2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

Tal com mostra la taula 2.8, l'any 2001 es mantenen els percentatges del conjunt de Catalunya tant a les províncies catalanes com a Espanya. En aquest sentit la microempresa (93,17 % a Catalunya i 94,04 % a Espanya) i especialment les empreses sense assalariats són les que tenen més pes específic en el teixit empresarial català i espanyol (52,61 % i 53,26 %, respectivament).

Taula 2.8. Nombre d'empreses a Catalunya i províncies per grandària (en nombre de treballadors), en percentatges. Comparació amb Espanya (1996 i 2001)

	1996				2001				Variació (%) 1996-2001			
	0	1-9	10-49	Més de 50	0	1-9	10-49	Més de 50	0	1-9	10-49	Més de 50
Catalunya	56,94	37,24	4,98	0,84	52,61	40,56	5,77	1,06	-1,90	15,67	23,07	33,62
Barcelona	57,91	36,01	5,14	0,93	53,60	39,22	6,01	1,16	-3,21	13,89	22,31	30,46
Girona	51,33	43,28	4,80	0,59	48,46	45,48	5,29	0,78	6,06	18,04	23,89	48,03
Lleida	55,64	39,60	4,32	0,44	50,36	44,10	4,87	0,67	-2,55	19,89	21,54	64,35
Tarragona	55,10	40,20	4,19	0,51	50,12	44,33	4,87	0,68	3,00	24,85	31,80	50,77
Espanya	57,48	37,38	4,43	0,72	53,26	40,78	5,08	0,88	2,79	21,03	27,35	35,62

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

Les variacions del nombre d'empreses per grandària de les províncies catalanes són molt similars a les del conjunt de Catalunya, a excepció de Tarragona, que és la província que pateix un augment més elevat en tots els intervals.

Amb relació a la comparació de les variacions del nombre d'empreses per grandària entre Catalunya i Espanya, a la taula 2.8 s'observa clarament que els augments són molt superiors per a Espanya, sobretot a les empreses entre 10 i 49 assalariats (27,35 %) i de més de 50 (35,62 %).

Si comparem la grandària en nombre de treballadors de les empreses catalanes amb la de la Unió Europea i els Estats Units, la taula 2.9 mostra, d'una banda, que les empreses del conjunt de la Unió Europea tenen, amb relació a les catalanes, un 10 % menys d'empreses sense treballadors, encara que en l'interval d'entre 1 i 9 treballadors la Unió Europea té un percentatge superior (44,11 % per 40,56 %). De totes maneres, cal indicar que el percentatge de microempreses és molt similar, al voltant del 93 %.

Taula 2.9. Nombre de treballadors de les empreses a Catalunya, en percentatges (2001)

	0	1-9	10-49	Més de 50
UE-15*	48,95	44,11	5,87	1,03
EUA**	–	85,83	11,68	2,44
Catalunya	52,61	40,56	5,77	1,06

* Les dades corresponen a l'any 2000 en empreses (20.455.000).

** Les dades corresponen a l'any 2000 en establiments (7.070.048) i inclouen el sector d'agricultura i pesca. Els intervals de treballadors corresponen en aquest cas a 1-19, 20-99 i més de 100.

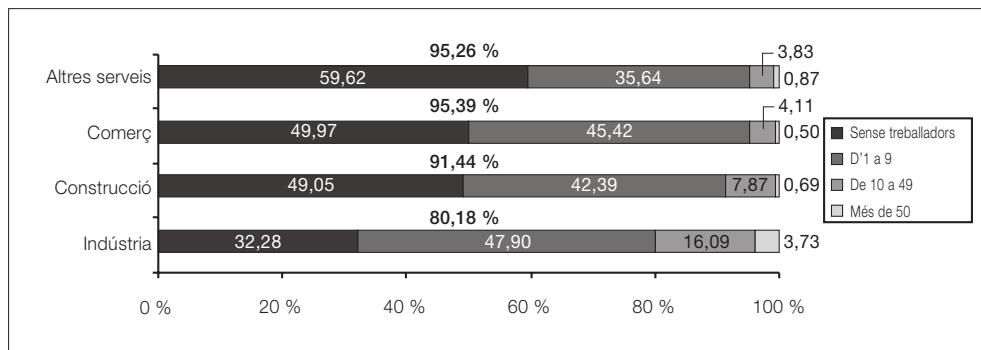
Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE), d'EUROSTAT i de US Census Bureau (<http://www.census.gov>).

La diferència important prové de la comparació amb els Estats Units, ja que malgrat les limitacions degudes a la diferent classificació dels intervals de treballadors, es pot entreveure que el percentatge de microempreses és inferior, mentre que el d'empreses mitjanes i grans és, en aquest país, superior que a Catalunya.

Si ens referim a la dimensió de les empreses catalanes per sector d'activitat per a l'any 2001, a la figura 2.6 es pot observar que mentre que per a la prestació de serveis la grandària de les empreses és més reduïda (85,26 % de les empreses són de menys de 10 treballadors), la construcció i principalment la indústria requereixen més dimensió (a la indústria prop d'un 20 % de les empreses són de més de 10 treballadors). Al contrari, en els altres serveis gairebé el 60 % no tenen treballadors (per a més informació vegeu Annexos).

Aquests resultats coincideixen amb les dades de les empreses espanyoles i europees en el sentit que les empreses industrials solen ser, en nombre de treballadors, més grans que les d'altres sectors. Igualment, les empreses de serveis acostumen a tenir pocs treballadors i, en un alt percentatge, cap.

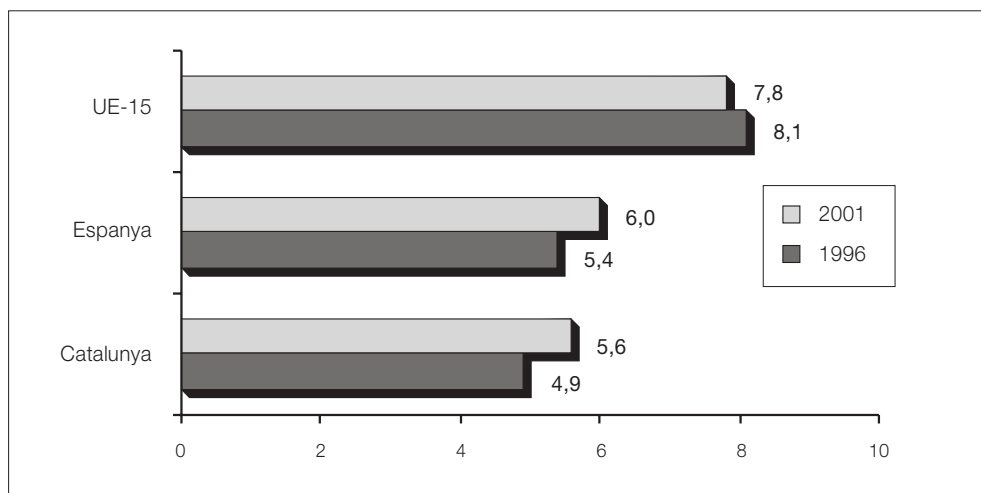
Figura 2.6. Grandària en nombre de treballadors per sector econòmic de les empreses a Catalunya, en percentatges (2001)



Font: elaboració pròpia a partir de les dades del DIRCE (INE).

D'altra banda, si es considera la dimensió mitjana en nombre d'ocupats,¹¹ de la figura 2.7 es desprèn que hi ha diferències importants entre la Unió Europea, Espanya i Catalunya. D'aquesta manera, l'any 2001, les empreses europees tenien una dimensió mitjana molt més elevada (gairebé 8 ocupats per empresa) que les espanyoles (6 ocupats) i sobretot que les catalanes (5,6). En aquest sentit cal destacar la menor dimensió de les empreses catalanes.

Figura 2.7. Dimensió mitjana en nombre d'ocupats per empresa a Catalunya (1996-2001). Comparació amb Espanya i la Unió Europea



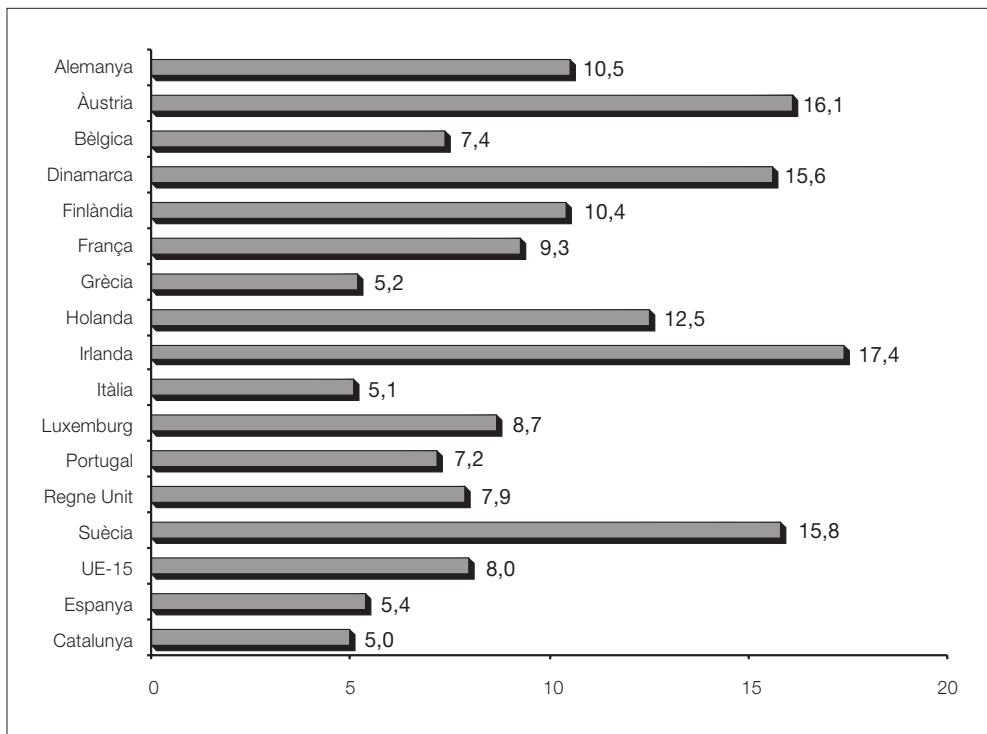
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'EPA (INE), DIRCE i d'EUROSTAT.

11. La dimensió mitjana en nombre d'ocupats per empresa correspon a DimMit = (Nre. Ocupats/Nre. Empreses).

Quant a l'evolució de la dimensió mitjana corresponent al període 1996-2001, mentre que a Catalunya i Espanya s'ha produït un augment (0,6 i 0,7, respectivament), a la Unió Europea ha experimentat una lleugera reducció (0,3), encara que aquesta dimensió continua essent molt superior per a Europa.

Així mateix, si considerem la dimensió mitjana en nombre d'ocupats l'any 1997 per a la Unió Europea segons els països membres, a la figura 2.8 s'observa que aquesta dimensió és en tots els casos més elevada que a Catalunya. Destaquen sobretot les dimensions elevades d'Àustria (16,1 empleats), Dinamarca (15,6), Irlanda (17,4) i Suècia (15,8). D'altra banda, amb dimensions molt similars es troben països del sud d'Europa com Grècia (5,2), Itàlia (5,1) i que coincideixen amb els 5,4 ocupats de mitjana per empresa espanyola.

Figura 2.8. Dimensió mitjana en nombre d'ocupats per empresa a Catalunya (1997). Comparació amb la Unió Europea i els països membres



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'EPA (INE), DIRCE i d'EUROSTAT.

D'aquesta manera, observem que la dimensió mitjana en nombre d'ocupats per empresa és més reduïda a Catalunya que a Europa.

2.1.4. Forma jurídica

L'any 2001, el 60 % de les empreses catalanes van adoptar com a forma jurídica la d'empresari individual. La següent forma jurídica més utilitzada va ser la de societat limitada, amb un 25,5 % (vegeu taula 2.10).

Taula 2.10. Nombre d'empreses a Catalunya per forma jurídica, en freqüències (1996-2001)

	1996	% Total	1997	1998	1999	2000	2001	% Total	Diferència 2001-1996	Variació (%) 1996-2001
Empresari individual	315.894	67,88	314.778	312.148	310.865	305.101	296.558	60,01	-19.336	-6,12
Societats de resp. limitada	78.503	16,87	87.616	95.901	107.237	116.038	126.233	25,55	47.730	60,80
Societats anònimes	37.288	8,01	36.683	35.451	34.769	33.747	32.696	6,62	-4.592	-12,31
Comunitats de béns	5.244	1,13	5.092	4.894	4.839	4.742	4.634	0,94	-610	-11,63
Societats cooperatives	5.061	1,09	5.515	5.834	5.999	5.879	5.706	1,15	645	12,74
Altres	23.388	5,03	24.122	24.506	25.947	27.039	28.326	5,73	4.938	21,11
Total	465.378	100,00	473.806	478.734	489.656	492.546	494.153	100,00	28.775	6,18

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

Aquests percentatges es mantenen per a les 4 províncies catalanes i per a Espanya, encara que cal destacar que la societat anònima és sensiblement més utilitzada a Catalunya (6,62 %) que a Espanya (4,9 %), mentre que succeeix el contrari amb la comunitat de béns, que és adoptada per un 2,9 % de les empreses espanyoles i només per un 0,94 % de les catalanes (vegeu taula 2.11).

Quant a l'evolució de la forma jurídica en el període 1996-2001, cal assenyalar que tant per a les províncies catalanes com per al conjunt de Catalunya i Espanya, el nombre d'empreses que van escollir la societat limitada ha augmentat al voltant del 60 %, i s'ha reduït un 10 % l'ús de la societat anònima.

Taula 2.11. Forma jurídica de les empreses a Catalunya i províncies, en percentatges. Comparació amb Espanya (1996 i 2001)*

	1996						2001						Variació (%) 1996-2001					
	E.I.	S.L.	S.A.	C.B.	Coop.	Al.	E.I.	S.L.	S.A.	C.B.	Coop.	Al.	E.I.	S.L.	S.A.	C.B.	Coop.	Al.
Catalunya	67,9	16,9	8,0	1,1	1,1	5,0	60,0	25,5	6,6	0,9	1,2	5,7	-6,1	60,8	-12,3	-11,6	12,7	20,2
Barcelona	67,7	16,8	8,7	0,7	1,0	5,1	59,6	25,8	7,3	0,6	1,0	5,7	-8,0	60,4	-12,4	-15,9	13,6	17,0
Girona	67,4	17,7	6,5	2,1	0,7	5,5	60,1	25,8	5,2	1,6	0,7	6,5	0,1	64,0	-10,4	-13,4	15,8	33,0
Lleida	69,0	15,9	4,8	3,1	2,3	5,0	62,2	23,4	3,8	2,0	2,5	6,1	-2,9	58,6	-13,9	-30,0	14,2	32,6
Tarragona	68,9	17,2	5,4	2,7	1,8	4,0	62,3	24,7	4,1	2,7	1,7	4,6	2,4	62,0	-13,4	14,7	5,9	28,4
Espanya	69,5	17,7	6,0	3,0	0,9	3,0	62,4	25,2	4,9	2,9	0,9	3,7	-0,3	58,1	-9,7	6,1	12,6	38,1

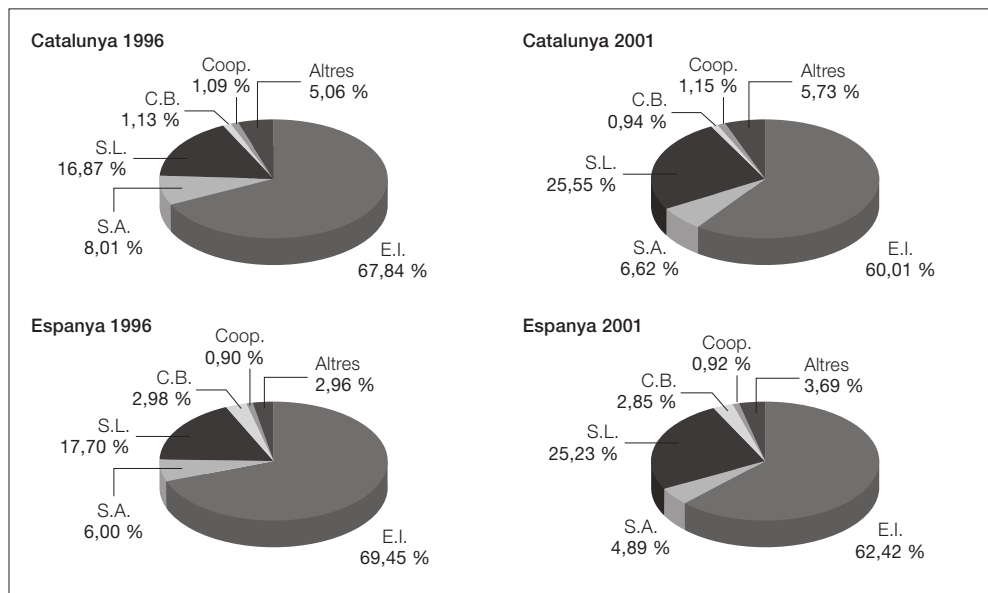
* Les freqüències es poden consultar en els Annexos.

E.I.: empresari individual; S.L.: societat limitada; S.A.: societat anònima; C.B.: comunitat de béns; Coop.: societat cooperativa; Al.: altres.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

En termes generals cal destacar també l'augment de les cooperatives, així com la reducció del nombre d'empresaris individuals, encara que sense afectar la seva gran representativitat (vegeu taula 2.11 i figura 2.9).

Figura 2.9. Evolució de la forma jurídica de les empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb Espanya (1996 i 2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i d'EUROSTAT.

D'aquesta manera es pot dir que malgrat continuar essent la forma jurídica més comunament adoptada, l'empresari individual ha disminuït en els últims anys, mentre que l'ús de la societat limitada va en augment. Segurament amb l'aparició de la «societat limitada nova empresa»,¹² aquesta tendència s'anirà reforçant, i es reduirà encara més l'adopció de la forma jurídica empresari individual en favor de la nova forma de societat limitada.

2.1.5. Densitat empresarial a Catalunya

La densitat empresarial es calcula com el nombre d'empreses d'un territori determinat per cada 1.000 habitants. Aquest indicador pot donar una idea del nivell empresarial del territori analitzat.

En aquest sentit, la taula 2.12 mostra que l'any 2001 i per al conjunt de Catalunya, el nombre d'empreses per cada 1.000 habitants va ser de 77,68. Amb referència a les províncies catalanes, mentre que Barcelona (77,85) i Lleida (77,09) van tenir una densitat similar, la de Tarragona va resultar ser una mica inferior (71,15) i la de Girona superior (83,56), de manera que va experimentar una de les densitats més elevades de tot Espanya.

Com s'aprecia en aquesta mateixa taula, la densitat empresarial d'Espanya i de la UE-15 per a l'any 2001 és molt més reduïda que la de Catalunya (64,34 i 63,26, respectivament).

Taula 2.12. Densitat empresarial per a Catalunya i províncies. Comparació amb Espanya i la Unió Europea (1996-2001)

	1996	1997*	1998	1999	2000	2001	Diferència 2001-1996
Catalunya	76,42	77,15	77,87	78,88	78,66	77,68	1,26
Barcelona	77,28	77,85	78,42	79,56	78,92	77,85	0,57
Girona	81,25	82,41	83,56	84,14	84,82	83,56	2,31
Lleida	73,32	74,67	76,02	76,53	78,40	77,09	3,77
Tarragona	66,93	68,10	69,28	69,98	70,87	71,15	4,22
Espanya	60,11	61,11	62,10	62,65	64,08	64,34	4,23
UE-15	49,47	50,34	51,74	n.d.	54,33	n.d.	4,86**

* S'ha considerat la mitjana entre la densitat de 1996 i la de 1998 per falta de dades de població a 1-1-97.

** Correspon als anys 1996-2000.

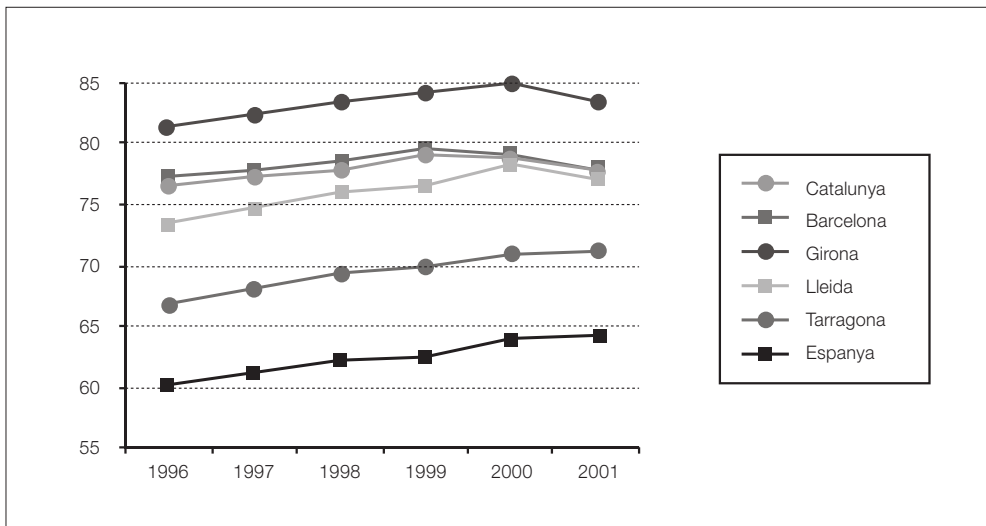
n.d.: dades no disponibles.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i censos de població.

12. Les característiques principals d'aquesta nova forma jurídica són les següents: (consulteu www.sociedadnuevaempresa.com)

Quant a l'evolució de la densitat empresarial experimentada en els anys 1996-2001, mentre que a Espanya s'ha produït un augment de més de quatre empreses per cada 1.000 habitants, per al conjunt de Catalunya i Barcelona l'augment ha estat de només 1,26 i 0,57 empreses, respectivament; la variació per a la resta de províncies catalanes va resultar ser més similar al d'Espanya. De totes maneres, és interessant remarcar que la densitat a Catalunya continua essent notablement superior a la d'Espanya i a la de la UE-15 (vegeu taula 2.12 i figura 2.10).

Figura 2.10. Evolució de la densitat empresarial per a Catalunya i províncies. Comparació amb Espanya (1996-2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i censos de població.

La distinció a nivell comarcal permet apreciar diferències notables (taula 2.13). Així, les comarques amb més densitat empresarial l'any 2001 són la Val d'Aran, amb gairebé 118 empreses per cada 1.000 habitants, la Cerdanya (amb més de 104) i l'Alta Ribagorça (amb 98). D'altra banda, les comarques de menys densitat són les Garrigues, el Baix Llobregat i el Tarragonès, amb prop de 59 empreses per cada 1.000 habitants.

Quant a l'evolució de la densitat empresarial per al període 1996-2001 en l'àmbit comarcal, d'aquesta mateixa taula es desprèn que els augments més importants van ser per part de la Val d'Aran (amb gairebé 13 empreses), la Cerdanya i el Pallars Sobirà (amb 9). El descens més pronunciat va ser protagonitzat per les Garrigues, amb una reducció de més de 2 empreses per cada 1.000 habitants.

Cal assenyalar que, en termes generals, les comarques amb el nombre més alt d'empreses són les que tenen menys densitats empresarials i, a més a més, han experimentat un aug-

ment d'aquestes per al període considerat menys pronunciat. Succeeix el contrari en el cas de les comarques amb un nombre inferior d'empreses, on les densitats són molt elevades i l'augment d'empreses en el període 1996-2001 compta amb alts percentatges.

Taula 2.13. Densitat empresarial per comarques catalanes (1996 i 2001), per ordre alfabètic.
Selecció per a l'any 2001 de les 4 comarques amb més densitat, de les 4 comarques amb menys densitat, de les 5 comarques amb més empreses i de les 4 amb menys empreses per al 2001

	1996	2001	Diferència 2001-1996
Alta Ribagorça ^{1,4}	90,58	98,07	7,50
Baix Llobregat ^{2,3}	55,61	58,61	3,00
Barcelonès ³	64,63	68,10	3,47
Cerdanya ^{1,4}	95,19	104,39	9,20
Garrigues ²	60,79	58,53	-2,26
Maresme ³	63,80	65,58	1,78
Pallars Sobirà ^{1,4}	83,18	92,16	8,98
Priorat ⁴	59,07	64,81	5,74
Ribera d'Ebre ²	52,90	57,77	4,87
Tarragonès ²	54,83	59,41	4,59
Val d'Aran ^{1,4}	105,13	117,80	12,67
Vallès Occidental ³	60,35	64,50	4,15
Vallès Oriental ³	66,27	69,31	3,03
Catalunya*	76,42	77,68	1,26

* Les dades de Catalunya són les del DIRCE (INE).

- (1) Quatre comarques amb més densitat empresarial.
 (2) Quatre comarques amb menys densitat empresarial.
 (3) Cinc comarques amb més empreses.
 (4) Quatre comarques amb menys empreses.

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT i del DIRCE.

Quant a la densitat empresarial per sectors econòmics a Catalunya, la taula 2.14 posa de manifest que l'any 2001 les principals densitats empresarials es produeixen en els sectors de serveis (21,84 per al comerç i 37,75 per als altres serveis). Cal destacar que la densitat en el període 1996-2001 augmenta en el sector altres serveis (amb més de 3 empreses per 1.000 habitants) i en la construcció (amb gairebé 2 empreses per 1.000 habitants), mentre que disminueix en el comerç (amb més de 2 empreses per 1.000 habitants) i en la indústria, encara que continua essent en el sector terciari on es concentren aproximadament 60 de les gairebé 78 empreses per 1.000 habitants del total de densitat empresarial de Catalunya.

Taula 2.14. Densitat empresarial a Catalunya per sectors (1996-2001)

	1996	1997*	1998	1999	2000	2001	Diferència 2001-1996
Indústria	9,73	9,45	9,16	8,95	8,79	8,51	-1,22
Construcció	7,81	8,22	8,62	8,84	9,20	9,57	1,77
Comerç	24,30	23,98	23,66	23,24	22,61	21,84	-2,46
Altres serveis	34,58	35,50	36,43	37,85	38,05	37,75	3,18
Total	77,28	77,58	77,87	78,88	78,66	77,68	0,40

* Com que no es disposa de dades de població de 1997, s'ha considerat la mitjana aritmètica entre les densitats de 1996 i 1998.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE i de censos de població.

Per la seva banda, si comparem la densitat empresarial de Catalunya amb la d'altres comunitats autònomes, veiem que Catalunya té, l'any 2001, una de les densitats empresarials més elevades, només superada per les Balears amb un 81,3. En el cas oposat es troba Extremadura, amb només 45,2 empreses per cada 1.000 habitants (vegeu taula 2.15).

Taula 2.15. Densitat empresarial per comunitats autònomes (1996 i 2001)

	1996	2001	Diferència 2001-1996
Andalusia	47,1	51,9	4,8
Aragó	62,4	67,2	4,8
Astúries	54,6	60,7	6,1
Balears	81,4	81,3	-0,1
Canàries	55,0	61,0	6,0
Cantàbria	56,5	60,1	3,6
Castella i Lleó	55,2	59,6	4,4
Castella-la Manxa	53,7	57,4	3,7
C.Valenciana	62,4	67,1	4,7
Extremadura	46,8	44,5	-2,3
Galícia	55,6	61,4	5,8
Madrid	66,8	70,3	3,5
Múrcia	54,3	58,7	4,4
Navarra	71,3	65,8	-5,5
País Basc	59,7	72,7	13,0
Rioja	66,7	70,2	3,5
Ceuta i Melilla	47,9	47,7	-0,2
Catalunya	76,4	77,7	1,3
Espanya	60,1	64,3	4,2

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE i de censos de població.

Pel que fa a l'evolució de la densitat empresarial per al període 1996-2001, el País Basc és la regió amb l'increment més alt (amb 13 empreses per cada 1.000 habitants), seguida de les Canàries, Galícia i Astúries (amb prop de 6 empreses per cada 1.000 habitants d'augment).

D'altra banda, amb reducció de densitat empresarial destaquen Navarra (amb un descens de més de 5 empreses) i Extremadura (amb més de 2). Com ja es va comentar anteriorment, la densitat per a Catalunya va augmentar només en 1,3 empreses per cada 1.000 habitants, variació molt inferior a la d'Espanya, que va ser de més de 4.

2.1.6. Resum dels trets principals de les empreses a Catalunya

A les taules 2.16 i 2.17 es presenta una síntesi dels aspectes més rellevants quant als trets principals de les empreses a Catalunya en els anys 1996 i 2001.

Taula 2.16. Nombre d'empreses i densitat empresarial (1996-2001). Resum per a Catalunya, províncies i comarques catalanes, Espanya, selecció de comunitats autònomes i UE-15

	Nre. empreses 1996	% Cat.	Nre. empreses 2001	% Cat. 1996-2001	Variació nre. empreses	Densitat 1996	Densitat 2001	Variació densitat 1996-2001
Catalunya	465.378		494.153		6,18	76,42	77,68	1,26
Barcelona	357.669	78,86	374.027	75,09	4,57	77,28	77,85	0,57
Girona	43.112	9,26	48.435	9,80	12,35	81,25	83,56	2,31
Lleida	26.136	5,62	28.141	5,69	7,67	73,32	77,09	3,77
Tarragona	38.461	8,26	43.550	8,81	13,23	66,93	71,15	4,22
Barcelonès	137.992	35,63	142.578	33,76	3,32	64,63	68,10	3,47
Baix Llobregat	35.953	9,28	40.611	9,62	12,96	55,61	58,61	3,0
Vallès Occidental	41.586	10,74	47.514	11,25	14,25	60,35	64,5	4,15
Maresme	20.504	5,29	23.381	5,54	14,03	63,80	65,58	1,78
Vallès Oriental	19.087	4,93	22.277	5,27	16,71	66,25	69,31	3,06
		% Esp.		% Esp.				
Espanya	2.384.711		2.645.317		10,93	60,4	64,3	4,2
Andalusia	340.882	14,29	384.086	14,52	12,67	47,1	51,9	4,8
Madrid	335.503	14,07	377.785	14,28	12,60	66,8	70,3	3,5
C. Valenciana	250.250	10,49	281.932	10,66	12,66	62,4	67,1	4,7
Galícia	152.495	6,39	167.732	6,34	9,99	55,6	61,4	5,8
País Basc	125.323	5,26	152.722	5,77	21,86	59,7	72,7	13,0
UE-15	18.427.443		20.455.000*		11,0**	49,47	54,33*	4,86**

* Dades corresponents a l'any 2000. ** Correspon als anys 1996-2000.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE), IDESCAT i EUROSTAT.

Taula 2.17. Nombre d'empreses (1996-2001). Resum comparatiu entre Catalunya i Espanya

	Catalunya					Espanya				
	Nre. empreses 1996	% Cat.	Nre. empreses 2001	% Cat.	Variació 1996-2001	Nre. empreses 1996	% Esp.	Nre. empreses 2001	% Esp.	Variació 1996-2001
Sector econòmic										
Ind.	59.278	12,74	54.164	10,96	-8,63	248.211	10,41	244.262	9,23	-1,59
Cons.	47.553	10,22	60.910	12,33	28,09	235.001	9,85	314.705	11,90	33,92
Come.	147.981	31,80	138.906	28,11	-6,13	801.368	33,60	796.690	30,12	-0,58
Aser.	210.566	45,25	240.173	48,60	14,06	1.100.131	46,13	1.289.660	48,75	17,23
Grandària en nombre d'empreses										
0	265.009	56,94	259.964	52,61	-1,90	1.370.618	57,48	1.408.792	53,26	2,79
1-9	173.285	37,24	200.444	40,56	15,67	891.336	37,38	1.078.778	40,78	21,03
10-49	23.181	4,98	28.530	5,77	23,07	105.625	4,43	134.513	5,08	27,35
> 50	3.903	0,84	5.215	1,06	33,62	17.132	0,72	23.234	0,88	35,62
Forma jurídica										
E.I.	315.894	67,88	296.558	60,01	-6,12	1.656.216	69,5	1.651.265	62,4	-0,3
S.L.	78.503	16,87	126.233	25,55	60,80	422.051	17,7	667.441	25,2	58,1
S.A.	37.288	8,01	32.696	6,62	-12,31	143.175	6,0	129.349	4,9	-9,7
C.B.	5.244	1,13	4.634	0,94	-11,63	71.149	3,0	75.503	2,9	6,1
Coop.	5.061	1,09	5.706	1,15	12,74	21.503	0,9	24.210	0,9	12,6
Altres	23.388	5,03	28.326	5,73	21,11	70.617	3,0	97.549	3,7	38,1

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i IDESCAT.

2.2. CREIXEMENT DEL NOMBRE D'EMPRESES A CATALUNYA

Després que s'hagin ressaltat els trets principals de les empreses catalanes, en aquest apartat es determinarà, per al període 1996-2001, el creixement anual net del nombre d'empreses a Catalunya, considerant tant el creixement sectorial del nombre d'empreses com el creixement per dimensió i per forma jurídica. Els resultats obtinguts també es compararan amb els d'Espanya i amb els d'altres àmbits internacionals.

2.2.1. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses¹³

Segons la taula 2.18, en el període 1996-2001 es va produir un increment net de 28.775 empreses a Catalunya, que es tradueix en una taxa mitjana de creixement anual del nombre d'empreses de l'1,21 %. Es va passar de 465.378 empreses l'any 1996 a 494.153 el 2001.

Per a les províncies catalanes aquesta taxa va ser diversa. Mentre que Tarragona va experimentar la més elevada (2,52 %), Barcelona va tenir la més reduïda (0,91 %). Per la seva banda, la taxa mitjana de creixement anual d'empreses per a Espanya és gairebé un punt percentual més elevada que per a Catalunya, on se situa en el 2,10 %.

Taula 2.18. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses per a Catalunya i províncies, en percentatges. Comparació amb Espanya (1996-2001)

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Taxa mitjana de creixement anual 1996-2001
Catalunya	1,81	1,04	2,28	0,59	0,33	1,21
Barcelona	1,83	0,48	2,32	-0,16	0,06	0,91
Girona	1,43	3,80	2,58	3,04	0,96	2,36
Lleida	1,90	2,16	1,08	3,08	-0,73	1,50
Tarragona	2,02	2,44	2,46	3,00	2,67	2,52
Espanya	2,27	1,47	1,78	3,04	1,92	2,10

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

Cal destacar que, per al període considerat, el creixement del nombre d'empreses tant per a Catalunya com per a Espanya ha experimentat algunes oscil·lacions, encara que no gaire importants. D'una banda, la taxa mitjana d'augment d'empreses sempre ha estat, a excepció dels anys 1998-1999, més elevada per a Espanya, sobretot el 1999-2000 (3,04 % i 0,59 %, respectivament) i 2000-2001 (1,92 % i 0,33 %, respectivament).

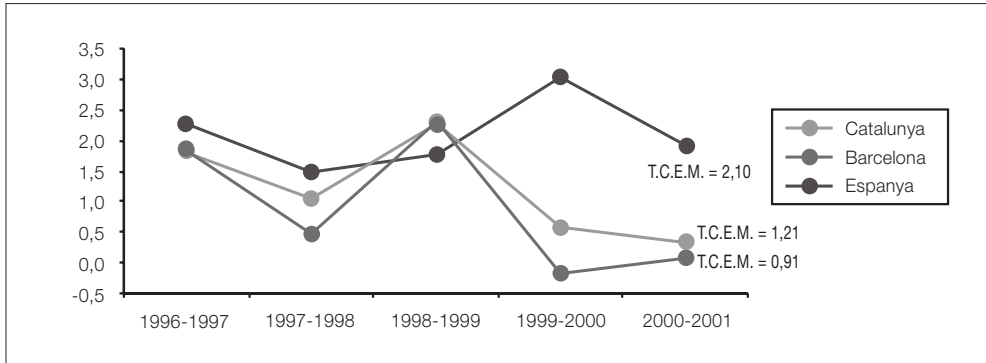
Per altra part, les caigudes del ritme d'augment d'empreses per a Catalunya en els diferents anys considerats solen ser percentualment superiors a les caigudes d'aquest ritme per a Espanya, així com l'acceleració del ritme de creixement del nombre d'empreses per a Espanya sol ser superior al de Catalunya.

Finalment, i pel que fa a Barcelona, es pot afirmar que l'augment del nombre d'empreses en el període considerat segueix l'evolució de Catalunya, però amb unes taxes de creixement anual inferiors (vegeu taula 2.18 i figura 2.11).

13. La taxa de creixement anual del nombre d'empreses s'expressa amb la fórmula següent:

$$TCE = (\text{nre. d'empreses any } t - \text{nre. d'empreses any } t-1) \cdot 100 / \text{nre. d'empreses any } t-1$$

Figura 2.11. Evolució de la taxa de creixement anual del nombre d'empreses per a Catalunya i províncies, en percentatges. Comparació amb Espanya (1996-2001)

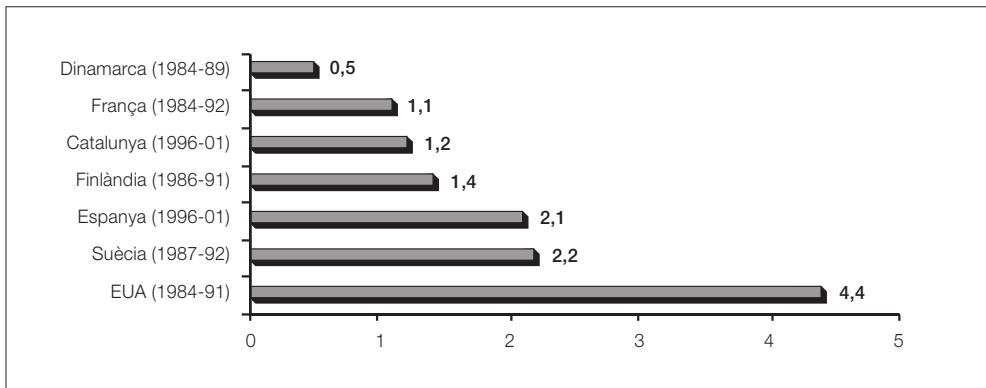


* T.C.E.M.: taxa mitjana (1996-2001).

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

Si es comparen les taxes mitjanes de Catalunya i Espanya amb les d'altres països (vegeu figura 2.12), es comprova que aquestes es troben a la zona intermèdia, entre el 4,4 % dels Estats Units per la zona alta i el 0,5 % de Dinamarca corresponent a la zona baixa. D'aquesta manera, l'augment anual d'empreses a Espanya és mitjà-alt, mentre que el de Catalunya és mitjà-baix amb relació a les dades anteriors. De totes maneres, tal com ja es va comentar anteriorment i que també s'adverteix en l'estudi *La creació d'empreses* de Cambres de Comerç (2001), és necessari interpretar amb cautela aquests resultats, ja que es refereixen a diferents èpoques, amb la qual cosa pot haver-hi influït el cicle econòmic, i a més a més segurament s'han utilitzat metodologies varies en la recopilació de les dades.

Figura 2.12. Taxa mitjana de creixement anual del nombre d'empreses per a Catalunya (1996-2001), en percentatges. Comparació amb Espanya i amb l'àmbit internacional (diferents períodes)



Font: elaboració pròpia a partir del DIRCE (INE) i de Cambres de Comerç (2001).

D'altra banda, la taula 2.19 mostra les comarques catalanes amb la taxa mitjana anual de creixement més alta i més baixa per al període 1996-2001. La taxa més elevada va correspondre al Baix Penedès (5,54 %), mentre que la més reduïda va ser la de les Garrigues (-0,84 %). Cal dir que la taxa de creixement del Baix Penedès és molt superior a la de les províncies catalanes (taula 21), així com a la del conjunt de Catalunya.

En aquesta taula es comprova que ni les comarques que tenen una taxa mitjana anual de creixement més elevada (el Baix Penedès 5,54 %; el Garraf, 4,78 %; la Cerdanya, 3,75 % i la Val d'Aran, 3,61 %), ni les de menys taxa (el Pallars Jussà, -1,15 %, les Garrigues, -0,89 %, la Noguera, -0,46 % i la Segarra, 0,12 %) coincideixen amb les que tenen més pes (en nombre d'empreses) en el teixit empresarial català (el Barcelonès, el Baix Llobregat, etc.), encara que cal destacar que, a excepció del Barcelonès (0,72 %), aquestes últimes comarques compten amb unes taxes que se situen molt a prop de les comarques amb més creixement.

Taula 2.19. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses per comarques catalanes (1996-2001), en percentatges. Selecció de les 4 comarques amb la taxa mitjana de creixement més elevada i de les 4 comarques amb la taxa mitjana més baixa. Comparació amb Catalunya i comarques amb més gran empreses

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Taxa mitjana 1996-2001
Baix Penedès	1,33	10,27	5,24	4,6	6,28	5,54
Garraf	-1,85	14,32	2,43	5,85	3,14	4,78
Cerdanya	2,03	5,02	5,69	2,15	3,87	3,75
Val d'Aran	-3,81	8,87	3,26	5,7	4,02	3,61
Segarra	-9,66	2,25	4,4	2,9	0,68	0,12
Noguera	-7,97	3,97	-0,91	2,5	0,13	-0,46
Garrigues	-10,7	3,74	0,55	1,47	0,72	-0,84
Pallars Jussà	-7,95	1,23	0,61	1,21	-0,84	-1,15
Vallès Oriental*	-3,09	11,69	2,05	3,32	2,27	3,25
Maresme*	-1,76	8,80	3,56	2,55	0,45	2,72
Baix Llobregat*	-2,59	9,67	1,68	2,99	0,97	2,54
Vallès Occidental*	2,24	5,36	0,90	2,86	2,19	2,71
Barcelonès*	1,39	-2,44	4,67	-4,18	4,15	0,72
Catalunya	1,81	1,04	2,28	0,59	0,33	1,21

* Comarques amb més empreses.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i d'IDESCAT.

Segons la taula 2.20, en comparació amb les altres regions espanyoles, Catalunya se situa en el grup de taxes mitjanes de creixement més reduïdes, per sota també de la mitjana per a Espanya (2,1 %). Són les Canàries (4,51 %), la regió amb la taxa més elevada, i Extremadura, la que té la taxa més reduïda (-0,1 %).

Taula 2.20. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses per regions espanyoles (1996-2001), en percentatges. Selecció de les 4 regions amb les taxes mitjanes de creixement més elevades i de les 4 amb la taxa més baixa

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Taxa mitjana 1996-2001
Canàries	3,79	4,56	4,22	5,22	3,22	4,20
País Basc	6,69	-0,60	10,55	2,20	1,70	4,11
Astúries	3,66	-2,22	-22,63	35,44	3,43	3,54
Múrcia	1,95	4,39	3,26	3,98	2,55	3,23
Rioja	0,17	3,49	0,40	1,73	1,44	1,45
Castella i Lleó	0,72	2,03	1,10	3,12	-0,45	1,30
Navarra	1,37	-0,10	1,92	-14,30	11,54	0,09
Extremadura	3,35	-0,59	-9,67	3,88	-1,12	-0,83
Catalunya	1,81	1,04	2,28	0,59	0,33	1,21
Espanya	2,27	1,47	1,78	3,04	1,92	2,10

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

2.2.2. Creixement sectorial del nombre d'empreses¹⁴

En l'àmbit sectorial, l'augment de 28.775 empreses entre 1996 i 2001 per al conjunt de Catalunya ha estat liderat per les empreses del sector «altres serveis», que han registrat una taxa mitjana de creixement anual del nombre d'empreses del 2,68 %, de manera que les empreses d'aquest sector han augmentat en 29.607 (vegeu taula 2.21).

14. La taxa de creixement anual del nombre d'empreses per sector econòmic ve expressada per la fórmula següent: $TCE_s = (\text{nre. d'empreses any } t_s - \text{nre. d'empreses any } t-1_s) * 100 / \text{nre. d'empreses any } t-1_s$; (s = sector)

Taula 2.21. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya per sectors econòmics (1996-2001), en percentatges

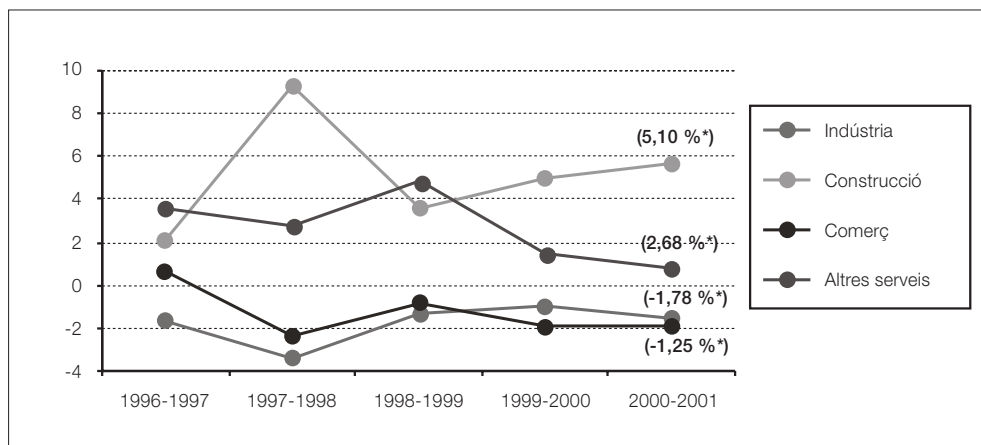
	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Taxa mitjana 1996-2001	Variació* 1996-2001
Indústria	-1,70	-3,38	-1,32	-0,95	-1,58	-1,78	-5.114
Construcció	2,01	9,27	3,55	5,01	5,67	5,10	13.357
Comerç	0,71	-2,41	-0,81	-1,86	-1,90	-1,25	-9.075
Altres serveis	3,53	2,75	4,89	1,43	0,79	2,68	29.607
Total	1,81	1,04	2,28	0,59	0,33	1,21	28.775

* Variació en nombre d'empreses.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

De totes maneres, segons la figura 2.13, és el sector de la construcció el que ha tingut, per al període considerat, unes taxes de creixement anuals més elevades, així com també la taxa mitjana superior (5,10 %).

Figura 2.13. Evolució de la taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya, en percentatges, per sectors econòmics (1996-2001)



* Els percentatges entre parèntesis indiquen la taxa mitjana de creixement anual del nombre d'empreses en percentatge per al període 1996-2001.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i d'IDESCAT.

2.2.3. Creixement per grandària del nombre d'empreses¹⁵

Quant al creixement per grandària (en nombre de treballadors) per al període 1996-2001, són les empreses catalanes d'entre 1 i 9 empleats les que absorbeixen un augment més gran del nombre d'empreses amb 27.159, a una taxa mitjana anual de creixement del 2,96 %, encara que en aquest cas les taxes mitjanes més elevades són les que corresponen a les empreses de 10 a 49 empleats (6,51 %) i a les de 50 o més empleats (6,00 %) (vegeu taula 2.22).

Taula 2.22. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya, per grandària, en nombre de treballadors (1996-2001), en percentatges

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Taxa mitjana 1996-2001	Variació* 1996-2001
Sense treballadors	0,56	-0,41	1,17	-1,13	-2,08	-0,38	-5.045
D'1 a 9 treballadors 27.159		3,38	2,35	3,31	1,94	3,81	2,96
De 10 a 49 treballadors	4,31	4,11	7,75	-26,25	42,61	6,51	5.349
De 50 o més treballadors	1,90	6,64	8,06	8,16	5,20	6,00	1.312
Total	1,81	1,04	2,28	0,59	0,33	1,21	28.775

* Variació en nombre d'empreses.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

2.2.4. Creixement per forma jurídica del nombre d'empreses¹⁶

Segons la taula 2.23 i pel que fa al creixement del nombre d'empreses per forma jurídica, són les societats de responsabilitat limitada les que experimenten, en el període considerat, un augment més remarcable en nombre (47.730), i registren també la taxa mitjana anual més elevada (9,98 %). Per la seva banda, els empresaris individuals són els que pateixen una reducció més acusada (amb 19.336), així com els que tenen una taxa mitjana més reduïda (-1,25 %).

15. La taxa de creixement anual del nombre d'empreses per grandària en nombre de treballadors s'expressa amb la fórmula següent:

$$TCE_{te} = (\text{nre. d'empreses any } t_{te} - \text{nre. d'empreses any } t-1_{te}) * 100 / \text{nre. d'empreses any } t-1_{te}; (\text{te} = \text{grandària en nombre de treballadors})$$

16. La taxa de creixement anual del nombre d'empreses per forma jurídica s'expressa amb la fórmula següent:

$$TCE_f = (\text{nre. d'empreses any } t_f - \text{nre. d'empreses any } t-1_f) * 100 / \text{nre. d'empreses any } t-1_f; (f = \text{forma jurídica})$$

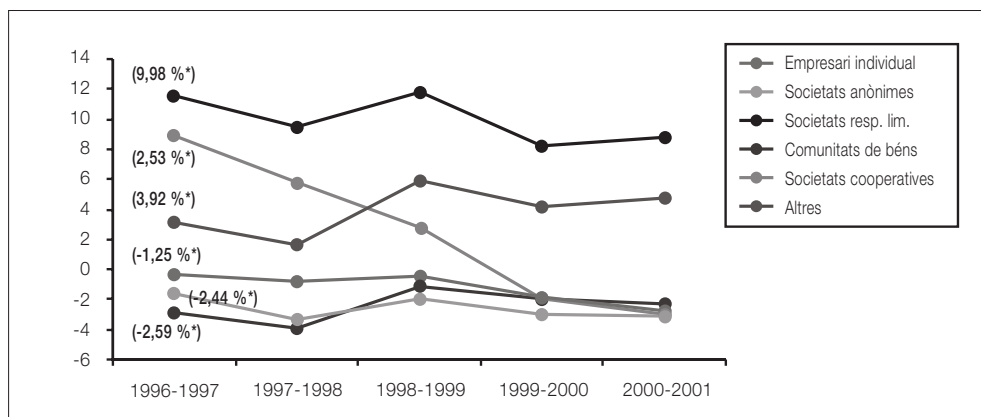
Taula 2.23. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya, per forma jurídica (1996-2001), en percentatges

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Taxa mitjana 1996-2001	Variació 1996-2001
Empresari individual	-0,35	-0,84	-0,41	-1,85	-2,80	-1,25	-19.336
Societats resp. lim.	11,61	9,46	11,82	8,21	8,79	9,98	47.730
Societats anònimes	-1,62	-3,36	-1,92	-2,94	-3,11	-2,59	-4.592
Comunitats de béns	-2,90	-3,89	-1,12	-2,00	-2,28	-2,44	-610
Societats cooperatives	8,97	5,78	2,83	-2,00	-2,94	2,53	645
Altres	3,14	1,59	5,88	4,21	4,76	3,92	4.938
Total	1,81	1,04	2,28	0,59	0,33	1,21	28.775

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

La figura 2.14 posa clarament de manifest el lideratge de les societats de responsabilitat limitada en el creixement del nombre d'empreses catalanes per al període 1996-2001. En aquesta figura, entre d'altres qüestions, també es reflecteix la caiguda força pronunciada de les taxes de creixement anual de les societats cooperatives.

Figura 2.14. Evolució de la taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya, en percentatges per forma jurídica (1996-2001)



* Els percentatges entre parèntesis indiquen la taxa mitjana de creixement anual del nombre d'empreses per al període 1996-2001.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

2.2.5. Resum del creixement del nombre d'empreses a Catalunya

A les taules 2.24 i 2.25 es presenta una síntesi dels aspectes més rellevants que fan referència al creixement del nombre d'empreses a Catalunya per al període 1996-2001.

Taula 2.24. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses, en percentatges. Resum per a Catalunya, províncies i selecció de comarques catalanes. Comparació amb Espanya i selecció de regions espanyoles

	Taxa de creixement 1996-1997	Taxa de creixement 2000-2001	Taxa mitjana 1996-2001
Catalunya	1,81	0,33	1,21
Barcelona	1,83	0,06	0,91
Girona	1,43	0,96	2,36
Lleida	1,90	-0,73	1,50
Tarragona	2,02	2,67	2,52
Barcelonès	1,39	4,15	0,72
Baix Llobregat	-2,59	0,97	2,54
Vallès Occidental	2,24	2,19	2,71
Maresme	-1,76	0,45	2,72
Vallès Oriental	-3,09	2,27	3,25
Garraf	-1,85	3,14	4,78
Pallars Jussà	-7,95	-0,84	-1,15
Andalusia	1,95	1,98	2,42
Madrid	2,47	3,48	2,41
C. Valenciana	2,43	2,14	2,41
Galícia	1,68	1,00	1,95
Canàries	3,79	3,22	4,20
País Basc	6,69	1,70	4,11
Navarra	1,37	11,54	0,09
Extremadura	3,35	-1,12	-0,83
Espanya	2,27	1,92	2,10

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i d'IDESCAT.

Taula 2.25. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses (1996-2001), en percentatges. Resum per a Catalunya per sectors econòmics, grandària i forma jurídica

	Creixement 1996-1997	Creixement 2000-2001	Taxa mitjana 1996-2001
Sector econòmic			
Indústria	-1,70	-1,58	-1,78
Construcció	2,01	5,67	5,10
Comerç	0,71	-1,90	-1,25
Altres serveis	3,53	0,79	2,68
Grandària en nombre d'empreses			
Sense empleats	0,56	-2,08	-0,38
1 a 9 empleats	3,38	3,81	2,96
10 a 49 empleats	4,31	42,61	6,51
> 50 empleats	1,90	5,20	6,00
Forma jurídica			
Empresari individual	-0,35	-2,8	-1,25
Societat limitada	11,61	8,79	9,98
Societat anònima	-1,62	-3,11	-2,59
Comunitat de béns	-2,9	-2,28	-2,44
Cooperatives	8,97	-2,94	2,53
Altres	3,14	4,76	3,92
Catalunya	1,81	0,33	1,21

Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE).

2.2.6. Creixement del nombre d'empreses i densitat empresarial a Catalunya

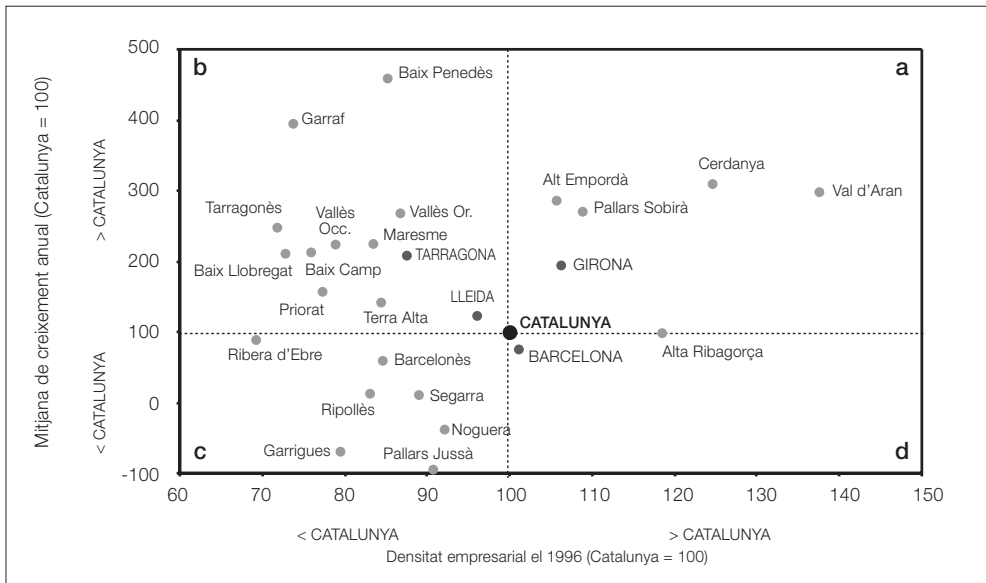
El creixement del nombre d'empreses, referit a l'augment net del nombre d'empreses en un període determinat, pot ser, malgrat incloure tant la creació com la desaparició d'empreses, un bon indicador de la creació d'empreses d'un territori, regió o país. Si, a més a més, es considera el nombre d'empreses, així com la seva densitat en un període de temps determinat, com ja es va comentar anteriorment, s'obindrà no solament una possible mesura de la resultant de la dinàmica empresarial. D'aquesta manera, la figura 2.15 relaciona el creixement mitjà anual del nombre d'empreses amb la densitat empresarial en el període 1996-2001 amb la finalitat de detectar aquelles províncies i comarques catalanes més dinàmiques, així com les més estroncades amb relació al conjunt de Catalunya. En aquest sentit, s'ha considerat el creixe-

ment mitjà anual del nombre d'empreses entre 1996 i 2001 per a Catalunya com a base 100 i la densitat empresarial de l'any 1996 per a Catalunya també com a base 100.

Per tant, les comarques i/o províncies que se situen a la dreta de la línia vertical corresponents al valor 100 són les que tenen una densitat superior a la mitjana de Catalunya, mentre que les comarques i/o províncies situades a l'esquerra són les que tenen una densitat inferior a dita mitjana. De la mateixa manera, les comarques i/o províncies situades per damunt o per sota de la línia horitzontal de valor 100 representaran les zones amb un creixement mitjà del nombre d'empreses superior i inferior a la mitjana catalana, respectivament.

Així doncs, a la figura 2.15 les comarques i regions es divideixen en quatre grups corresponents als diferents quadrants d'aquesta:

Figura 2.15. Relació entre el creixement del nombre d'empreses i la densitat empresarial a Catalunya, per províncies i comarques catalanes (1996-2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades del DIRCE (INE) i d'IDESCAT.

a) Províncies i comarques amb densitat empresarial i taxa de creixement del nombre d'empreses superior a la mitjana de Catalunya: Girona, l'Alt Empordà, el Pallars Sobirà, la Cerdanya i la Val d'Aran.

b) Províncies i comarques amb densitat inferior a la mitjana i taxa de creixement superior a la mitjana de Catalunya: Tarragona, Lleida, la Terra Alta, el Priorat, el Baix Camp, el Baix Llobregat, el Vallès Occidental, el Tarragonès, el Maresme, el Vallès Oriental, el Garraf i el Baix Penedès.

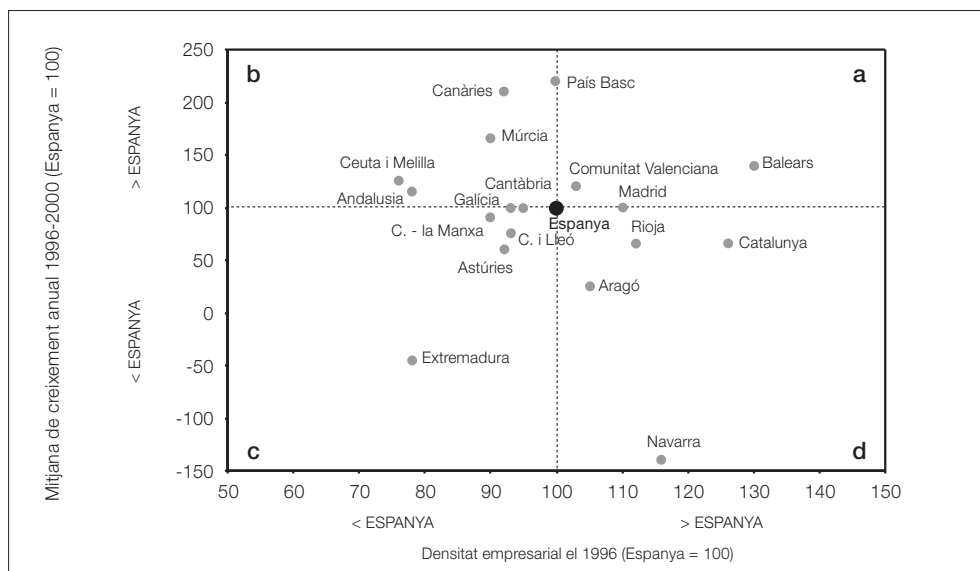
c) Províncies i comarques amb densitat i taxa de creixement inferior a la mitjana de Catalunya: el Barcelonès, la Ribera d'Ebre, el Ripollès, la Segarra, la Noguera, les Garrigues i el Pallars Jussà.

d) Províncies i comarques amb densitat superior a la mitjana i taxa de creixement inferior a la mateixa: Barcelona i Alta Ribagorça.

Consegüentment, i segons la informació recollida a la figura 2.15, es pot afirmar que bona part de les comarques catalanes es troben ubicades als quadrants b i c.

A la figura 2.16 s'observa la situació de Catalunya si es compara amb la d'altres regions espanyoles. En aquest cas, i seguint la mateixa classificació anterior, Catalunya se situa al quadrant corresponent a les regions denominades de baix creixement.

Figura 2.16. Relació entre el creixement del nombre d'empreses i la densitat empresarial a Espanya per províncies espanyoles. Comparació amb Catalunya (1996-2000)



Font: elaboració pròpia a partir de Cambres de Comerç (2001).

2.3. CREACIÓ I DESAPARICIÓ D'EMPRESES A CATALUNYA

Anualment, un nombre molt elevat d'empreses entren i surten del teixit empresarial, amb la qual cosa es produeix una rotació empresarial intensa, ja que mentre apareixen noves empreses n'hi ha d'altres que cessen la seva activitat.

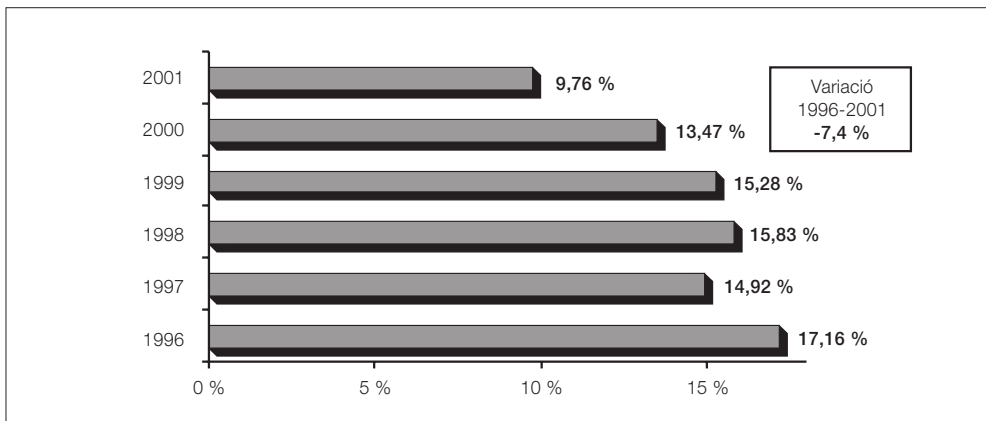
Així doncs, en aquest apartat s'estudiarà la creació i desaparició de les noves empreses a Catalunya per al període 1996-2001 a partir d'una mostra d'empreses del municipi barce-

l'any de Terrassa.¹⁷ Amb tal finalitat s'analitzarà la rotació empresarial a través de les taxes d'entrada (taxa de creació d'empreses o de natalitat empresarial) i de sortida d'empreses (desaparició d'empreses). Els resultats obtinguts per a la mostra catalana es compararan amb els obtinguts per a Espanya¹⁸ i els de l'Arc Mediterrani.¹⁹ També es procedirà a comparar, en la mesura que sigui possible, alguns resultats obtinguts amb els de la Unió Europea i de l'OCDE.

2.3.1. Taxa d'entrada de noves empreses

La taxa d'entrada bruta²⁰ per a les noves empreses catalanes s'ha calculat a partir de la seva alta en l'impost d'activitats econòmiques (IAE). Aquesta taxa assoleix per als anys 1996-2001 uns valors anuals mitjans del 14 %, essent el valor màxim l'any 1996, amb un 17,2 %, i el mínim el 2001, amb un 9,7 %; es produeix, d'aquesta manera, en el període considerat una reducció de més de 7 punts percentuals (vegeu figura 2.17).

Figura 2.17. Taxa d'entrada d'empreses a Catalunya, en percentatges (1996-2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002).

17. Tal com es va comentar en el capítol 1, la mostra d'empreses catalanes correspon a 1.609 empreses creades l'any 1996 al municipi de Terrassa (Barcelona). Segons la informació obtinguda en el DIRCE, la mostra de conveniència manté els mateixos pesos que el total d'empreses catalanes respecte al sector d'activitat, la dimensió i la forma jurídica, la qual cosa ens permet suposar que en termes generals el comportament relatiu a la demografia de les empreses de Terrassa pot ser similar al de les empreses catalanes. En aquest sentit, d'ara endavant es parlarà exclusivament d'empreses a Catalunya.

18. Informació obtinguda a partir del DIRCE de l'INE.

19. Estudi elaborat per les Cambres de Comerç (2001) sobre la creació d'empreses a Espanya, la informació de la qual procedeix fonamentalment del DIRCE (INE). L'Arc Mediterrani inclou Catalunya, la Comunitat Valenciana, Múrcia i les Illes Balears.

20. La taxa d'entrada (bruta) d'empreses de l'any t correspon al percentatge d'empreses creades en aquell any t amb relació a les empreses ja existents l'any $t-1$. $TE_t = (e_t / Emp_{t-1}) * 100$; (e_t = empreses creades l'any t)

Quant a la comparació de la taxa d'entrada bruta corresponent a la mostra d'empreses catalanes amb les empreses de l'Arc Mediterrani i d'Espanya, en aquest cas per al període 1997-2000 s'observa que mentre que en la mostra catalana per cada 100 empreses en neixen cada any aproximadament 15, tant a l'Arc Mediterrani com a Espanya en neixen 13, percentatge una mica més reduït (vegeu taula 2.26).

Taula 2.26. Taxa d'entrada d'empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-2001)

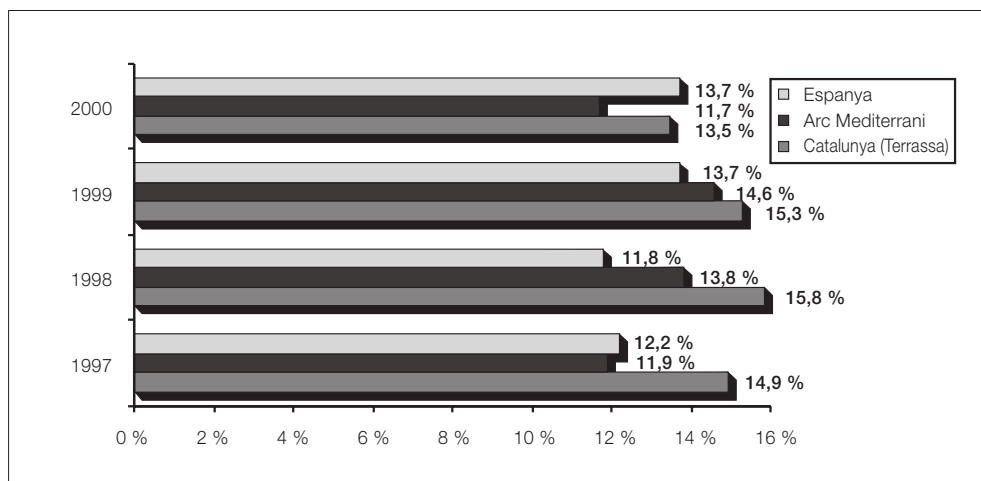
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Mitjana (%) 1996-2001	Mitjana (%) 1997-2000
Catalunya	17,2	14,9	15,8	15,3	13,5	9,7	14	14,9
Arc Mediterrani	n.d.	11,9	13,8	14,6	11,7	n.d.	n.d.	13,0
Espanya	15,9	12,2	11,8	13,7	13,7	13,3	13,4	12,8

n.d.: No es disposa de les dades corresponents a l'Arc Mediterrani per als anys 1996 i 2001.

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE (INE) (2002).

A la figura 2.18 es pot observar que les taxes més elevades d'entrada bruta d'empreses corresponen, en tots els anys, a la mostra catalana, a excepció del 2000, en el qual Espanya té una taxa sensiblement més alta.

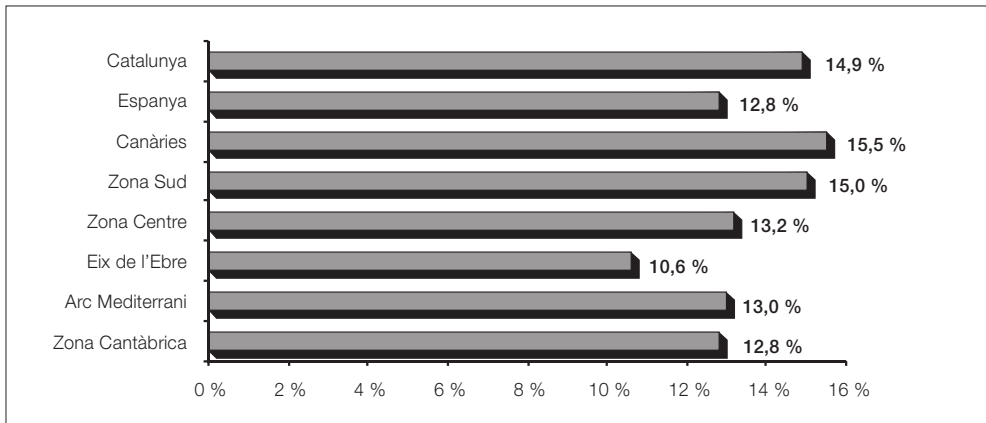
Figura 2.18. Evolució de la taxa d'entrada d'empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1997-2000)



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

D'altra banda, si es comparen les taxes d'entrada d'empreses en diferents zones del territori espanyol,²¹ la figura 2.19 reflecteix que Catalunya (14,90 %) té una de les taxes més elevades, després de les Canàries (15,50 %) i de la Zona Sud (15,00 %).

Figura 2.19. Evolució de la taxa d'entrada d'empresa mitjana a Catalunya, en percentatges. Comparació amb Espanya (1997-2000)



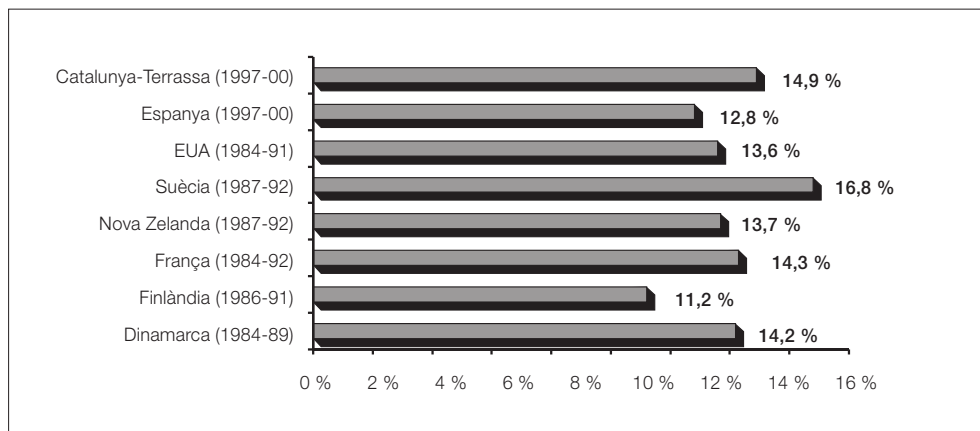
Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

Referent a la comparació amb altres països, la figura 2.20 reflecteix que la taxa d'entrada mitjana de la mostra considerada d'empreses catalanes es troba entre les més elevades, una mica allunyada, això sí, de la de Suècia (16,8 %). No obstant això, és necessari interpretar amb precaució les dades anteriors, ja que les taxes d'entrada corresponen a períodes de temps diferents.

En tot cas, si ens basem en les dades que es desprenen de la mostra d'empreses catalanes, es pot afirmar el gran potencial creador d'empreses que té aquesta economia.

21. L'estudi elaborat per les Cambres de Comerç (2001) inclou una classificació que divideix Espanya en 6 zones de la manera següent: Zona Cantàbrica (Galícia, Astúries, Cantàbria i País Basc), Arc Mediterrani (Catalunya, Comunitat Valenciana, Múrcia i illes Balears), Eix de l'Ebre (Aragó, Navarra i Rioja), Zona Centre (Madrid i les dues Castelles), Zona Sud (Andalusia i Extremadura) i les Canàries (inclou Ceuta i Melilla).

Figura 2.20. Evolució de la taxa d'entrada d'empresa mitjana a Catalunya, en percentatges. Comparació amb altres països de l'OCDE (diferents períodes)



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

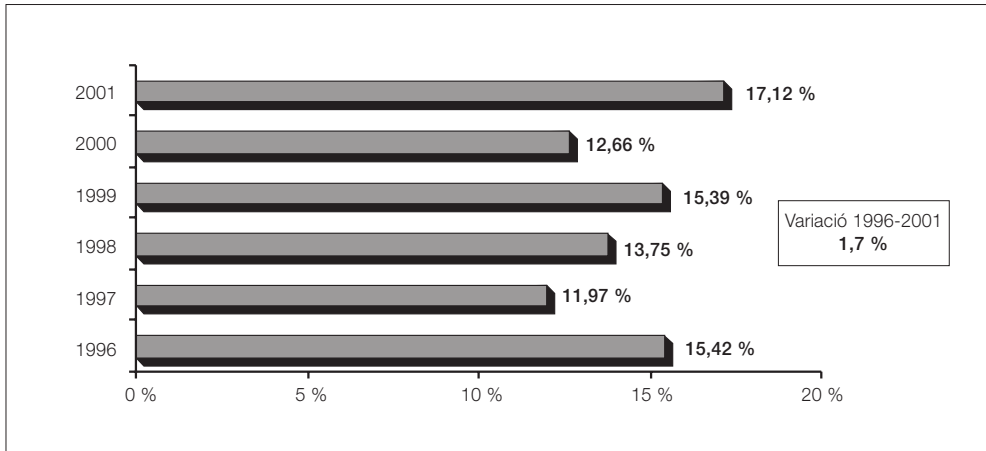
2.3.2. Taxa de sortida d'empreses

La taxa de sortida bruta²² per a les noves empreses a Catalunya s'ha calculat a partir de la seva baixa en l'impost d'activitats econòmiques (IAE), o dit d'una altra manera, a partir del moment en què les empreses han deixat de pagar l'IAE.

Així doncs, per al període 1996-2001 la taxa bruta de sortida d'empreses assoleix per a la mostra de Catalunya uns valors anuals de mitjana del 13,4 %, i es registra el màxim valor l'any 2001, amb un 17,12 %, i el mínim el 1997, amb un 11,97 %. En els anys considerats s'ha produït un augment de la taxa de menys de 2 punts percentuals (1,7 %) (vegeu figura 2.21).

22. La taxa de sortida (bruta) d'empreses de l'any t correspon al percentatge d'empreses que tanquen en el dit any t amb relació a les empreses ja existents l'any $t-1$. $TS_t = (s_t / Emp_{t-1}) * 100$; (s_t = empreses que van tancar l'any t)

Figura 2.21. Taxa de sortida d'empreses a Catalunya, en percentatges (1996-2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

Si comparem la taxa bruta de sortida d'empreses corresponent a la mostra de Catalunya amb la de l'Arc Mediterrani i d'Espanya per al període 1997-2000, es pot observar que Catalunya registra la mitjana anual més elevada amb el 13,4 % i, a més a més, també té les taxes més altes per a cadascun dels anys considerats (vegeu taula 2.27 i figura 2.22).

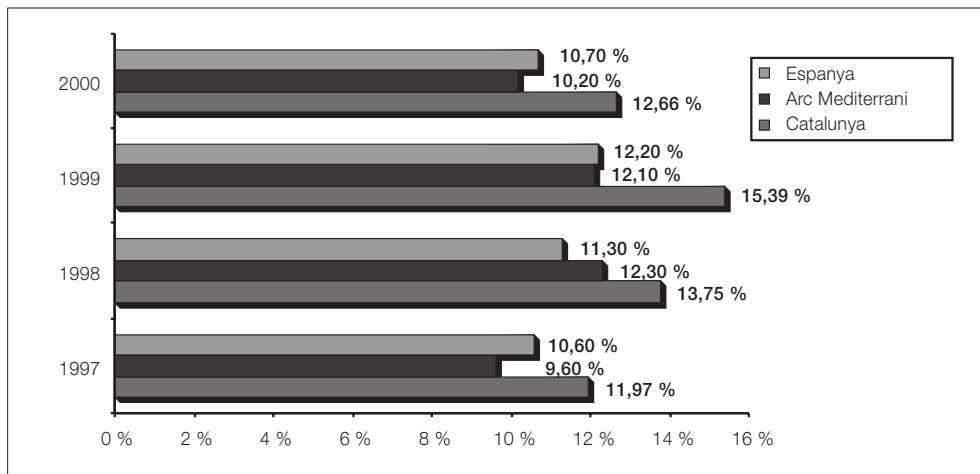
Taula 2.27. Taxa de sortida d'empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-2001)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Mitjana (%) 1996-2001	Mitjana (%) 1997-2000
Catalunya	15,4	12	13,7	15,4	12,7	17,1	14,4	13,4
Arc Mediterrani	n.d.	9,6	12,3	12,1	10,2	n.d.	n.d.	11,1
Espanya	12,4	10,6	11,3	12,2	10,7	10,8	11,3	11,2

n.d.: no es disposa de les dades corresponents a l'Arc Mediterrani per als anys 1996 i 2001.

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

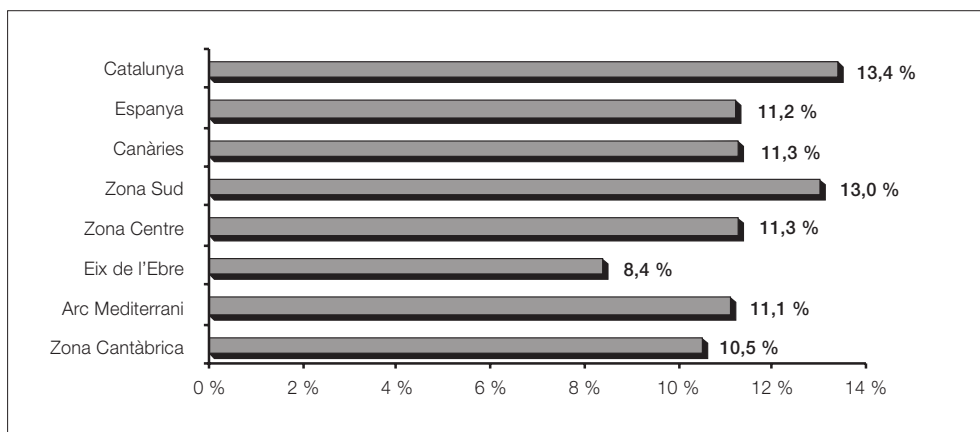
Figura 2.22. Evolució de la taxa de sortida d'empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1997-2000)



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

Pel que fa a les taxes de sortida d'empreses experimentades en diferents zones del territori espanyol, la figura 2.23 mostra que la Zona Sud, juntament amb la mostra d'empreses de Catalunya, són les àrees amb més taxes de sortida, mentre que l'Eix de l'Ebre és la zona amb menys taxa de destrucció d'empreses, amb només un 8,4 %.

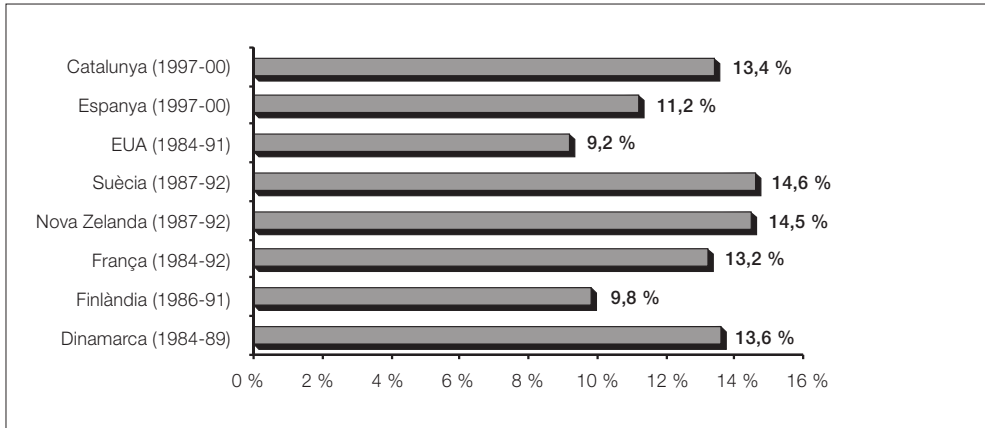
Figura 2.23. Evolució de la taxa de sortida d'empresa mitjana a Catalunya, en percentatges. Comparació amb altres regions d'Espanya (1997-2000)



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

La figura 2.24 reflecteix que si es compara la taxa de sortida d'empreses catalanes amb la d'altres països de l'OCDE per al període 1997-2001, Catalunya també se situa dins el grup de territoris amb taxes de destrucció d'empreses més elevades, només superada per Suècia, amb un 14,6 %, Nova Zelanda, amb un, 14,5 %, i Dinamarca, amb el 13,6 %.

Figura 2.24. Evolució de la taxa de sortida d'empresa mitjana a Catalunya, en percentatges. Comparació amb altres països de l'OCDE



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

2.3.3. Rotació empresarial: comparació entre les taxes d'entrada i les taxes de sortida d'empreses

La rotació empresarial²³ engloba l'estudi de la creació i el tancament d'empreses, o sigui, l'anàlisi conjunta de la taxa d'entrada i de sortida d'empreses.

La taula 2.28 resumeix els resultats principals obtinguts per al període 1997-2000 quant a les taxes d'entrada i de sortida d'empreses en la mostra catalana, Arc Mediterrani i Espanya, i en distingeix també els grans sectors econòmics. Aquestes dades indiquen una relació estreta entre les taxes d'entrada i de sortida d'empreses, ja que tot sembla indicar que les taxes d'entrada elevades (reduïdes) van acompanyades de taxes de sortida elevades (reduïdes).

23. Segons la literatura sobre el tema en qüestió, la rotació empresarial és la suma de la taxa d'entrada i de sortida d'empreses per a un període de temps determinat i en un territori concret. $RE = TE + TS$
De totes maneres, per a efectes d'aquesta investigació s'ha cregut també interessant considerar la diferència entre la taxa d'entrada i la taxa de sortida d'empreses.

Taula 2.28. Taula resum de les taxes mitjanes d'entrada i de sortida d'empreses per a Catalunya, per sectors econòmics, en percentatges. Arc Mediterrani i Espanya (1997-2000)

	Total				Indústria				Construcció				Serveis			
	T.E.*	T.S.**	R.E.***	Dif.****	T.E.	T.S.	R.E.	Dif.	T.E.	T.S.	R.E.	Dif.	T.E.	T.S.	R.E.	Dif.
Catalunya	14,9	13,4	28,3	1,5	9,7	10,6	20,3	-0,9	20,2	16,7	36,9	3,5	15,9	13,8	28,7	2,1
Arc Mediterrani	13,0	11,1	24,1	1,9	9,5	9,7	19,2	0,2	18,0	13,0	31,0	5,0	12,9	11,0	23,9	1,9
Espanya	12,8	11,2	24,0	1,6	9,5	9,3	18,8	0,2	17,7	12,6	30,3	5,1	13,2	11,2	24,4	2,0

* T.E.: taxa d'entrada d'empreses; ** T.S.: taxa de sortida d'empreses; *** R.E. = T.E. + T.S.; **** Dif = T.E. - T.S.

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

D'una banda, la figura 2.25 mostra que tant a Catalunya com a l'Arc Mediterrani i a Espanya les taxes d'entrada d'empreses són superiors a les de sortida en 1,5, 1,9 i 1,6 punts percentuals, respectivament. D'aquesta manera, en els tres territoris considerats la creació d'empreses és superior a la seva destrucció per al període 1997-2000. Cal destacar, encara que ja es va comentar anteriorment, que tant la taxa d'entrada com la de sortida són superiors per a la mostra d'empreses de Catalunya (14,9 % i 13,4 %, respectivament).

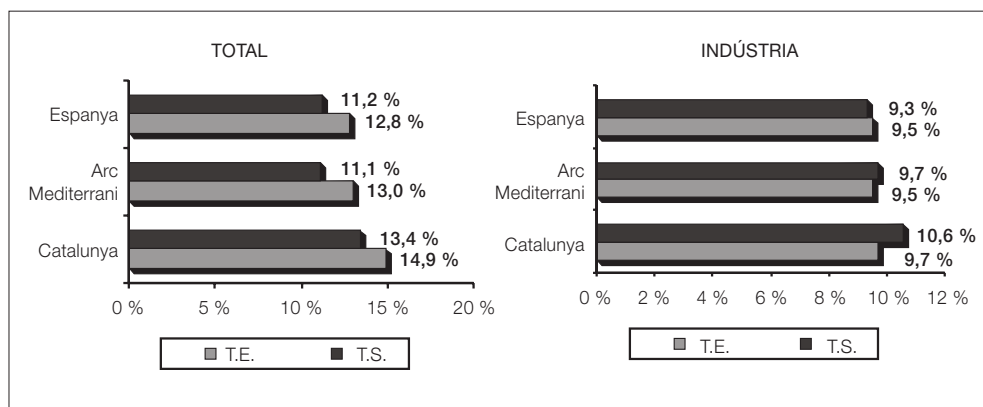
De l'altra, l'elevada rotació empresarial experimentada per part dels tres territoris considerats (Catalunya, 28,3; Arc Mediterrani, 24,1 i Espanya, 24,0) per als anys 1997-2000 expressa la intensa turbulència que caracteritza els mercats en què competeixen les noves empreses, tant des del punt de vista de creació com de desaparició d'empreses.

Quant a les taxes d'entrada i de sortida d'empreses per sectors, la figura 2.25 reflecteix diferències significatives per a les zones considerades. D'una banda, s'observa que per a les empreses industrials, contràriament a la tendència trobada en l'àmbit general, les taxes de sortida són superiors a les taxes d'entrada d'empreses tant per a la mostra catalana com per a l'Arc Mediterrani, essent també novament la mostra d'empreses catalanes a les quals corresponen les taxes més elevades, així com el balanç en aquest cas negatiu més alt entre les mateixes (0,9 %). D'altra banda, d'aquesta figura es desprèn també que les taxes d'entrada d'empreses dels sectors de la construcció i de serveis són molt superiors a les taxes de sortida, sobretot per al sector de la construcció, i que compensa d'aquesta manera les taxes més altes de sortida d'empreses de la indústria. En aquest cas, les diferències en el sector de la construcció entre les taxes d'entrada i de sortida d'empreses són superiors per a Espanya (5,1 %) i l'Arc Mediterrani (5,0 %) que per a la mostra catalana (3,5 %). A l'últim, quant a la diferència entre les taxes d'entrada i de sortida de les empreses del sector serveis es registra una diferència a favor de les entrades d'aproximadament 2 punts percentuals per a les 3 zones analitzades.

Cal destacar que pel que fa a la rotació empresarial és el sector de la construcció el que compta amb taxes més elevades (mostra catalana, 36,9 %; Arc Mediterrani, 31,0 %, i

Espanya, 30,3), essent la mostra catalana novament la que té una rotació més alta.²⁴ De la comparació d'aquests resultats amb l'estudi de Segarra (2002), s'observa que tant la diferència entre la taxa d'entrada i de sortida d'empreses manufactureres com la rotació empresarial és molt més reduïda (0,7 % i 12,48 %, respectivament).

Figura 2.25. Evolució de les taxes d'entrada i de sortida d'empresa mitjana de forma agregada i per sectors a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1997-2000)



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

D'aquesta manera i com a conclusió, els resultats obtinguts en aquest apartat indiquen que la rotació empresarial tant per a la mostra d'empreses catalanes com per a l'Arc Mediterrani i Espanya es caracteritza en el seu conjunt per als anys 1997-2000 per ser molt elevada, a causa de les altes taxes d'entrada i de sortida d'empreses, a més de comptar amb una diferència a favor de les entrades entre ambdues taxes.

2.4. MORTALITAT I SUPERVIVÈNCIA EMPRESARIAL A CATALUNYA

Segons la literatura sobre demografia empresarial, les empreses experimenten les taxes de mortalitat més altes en els primers anys posteriors a la seva creació, de manera que les noves empreses són les que s'enfronten amb més dificultats en la lluita per la supervivència.

24. Segurament això es deu al fet que a la construcció és habitual crear una empresa per a cada projecte (edifici o obra) i dissoldre la societat quan el projecte ha finalitzat.

Després d'haver estudiat en l'apartat anterior la relació entre taxes d'entrada i de sortida d'empreses, a continuació s'analitzarà la mortalitat i la supervivència empresarial a Catalunya a través de la funció de risc i la funció de supervivència durant el període 1996-2001 per a la mateixa mostra de noves empreses catalanes, i es distingirà també per grans sectors econòmics. Així doncs, la trajectòria de les noves empreses catalanes des del seu naixement fins a la seva desaparició es compararà amb els resultats corresponents a l'Arc Mediterrani i Espanya.²⁵

2.4.1. Funció de risc empresarial

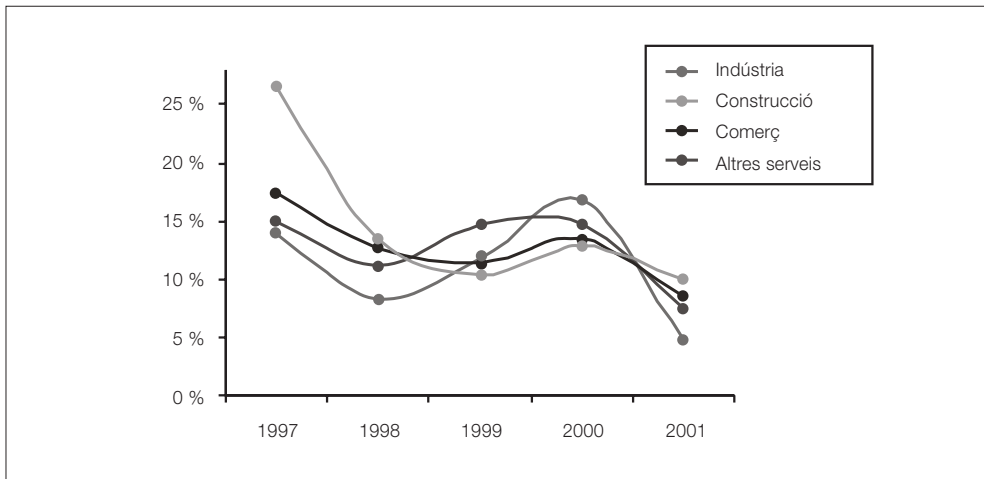
La mortalitat empresarial s'expressarà mitjançant la funció de risc, que mostra la taxa de mortalitat de les noves empreses en cada any posterior al de la seva creació. D'aquesta manera, cadascun dels punts de la funció de risc (1997, 1998...) reflecteix la taxa de mortalitat de les noves empreses creades durant l'any 1996. A la figura 2.26 es pot observar que el 17,8 % de les empreses de la mostra catalana va cessar la seva activitat l'any 1997. En els anys posteriors, la taxa de mortalitat de les empreses de la mostra creades durant l'any 1996 es va situar en l'11,5 % per al 1998, el 12,4 % per al 1999, el 14,4 % per al 2000, i el 7,7 % per a les empreses creades 5 anys abans.

Cal destacar que l'elevat risc de desaparició de les empreses d'aquesta mostra en el primer any de vida (1997) també es produeix en l'àmbit sectorial. Si es compara la funció de risc any per any en els diferents sectors, s'observa que a excepció de la indústria, les taxes més elevades de mortalitat corresponen al primer any. A més a més, el sector que experimenta una taxa de mortalitat més elevada és el de la construcció i en el primer any de vida (26,5 %). D'aquesta figura també es desprèn que la dita taxa de mortalitat es redueix de forma important en el cinquè any d'activitat per a tots els sectors considerats; sobretot per al sector de la indústria (amb un 4,8 %).

25. En aquest cas, tant la informació de l'Arc Mediterrani com la d'Espanya es va obtenir de l'estudi elaborat per les Cambres de Comerç (2001) sobre la creació d'empreses a Espanya.

Figura 2.26. Taxa de mortalitat²⁶ i funció de risc de les empreses a Catalunya, total i per sectors econòmics, en percentatges (1996-2001)

	1997	1998	1999	2000	2001
Catalunya	17,8	11,5	12,4	14,4	7,7
Indústria	13,8	8,4	11,8	16,8	4,8
Construcció	26,5	13,5	10,4	12,8	10,0
Comerç	17,5	12,6	11,5	13,6	8,5
Altres serveis	15,0	11,1	14,7	14,7	7,5



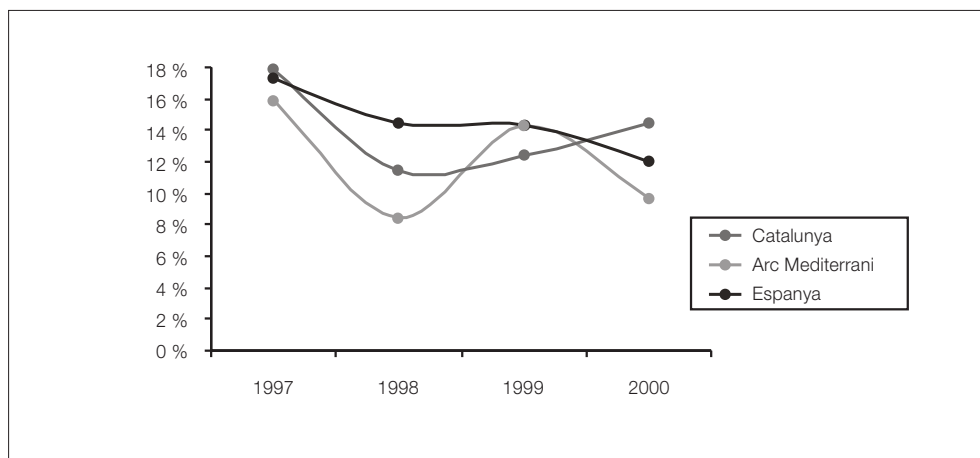
Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002), Cambres de Comerç (2001) i DIRCE de l'INE (2002).

Quant a la comparació de la funció de risc corresponent a la mostra d'empreses catalanes amb les empreses de l'Arc Mediterrani i d'Espanya, en aquest cas per al període 1996-2000, a la figura 2.27 es pot observar que les taxes de mortalitat per a Catalunya i Espanya són molt similars en els diferents anys considerats, mentre que per a l'Arc Mediterrani les taxes es diferencien significativament, sobretot en el segon (1998) i el quart any de la seva creació (2000), en què són molt més reduïdes.

26. D'ara endavant la taxa de mortalitat correspon a l'1 de gener de cada any de referència.

Figura 2.27. Taxes de mortalitat i funció de risc de les empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-1999)

	1997	1998	1999	2000
Catalunya	17,8	11,5	12,4	14,4
Arc Mediterrani	15,9	8,5	14,3	9,7
Espanya	17,3	14,5	14,3	12,0



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002) i de Cambres de Comerç (2001).

Pel que fa referència a la comparació per als anys 1996-2000, entre les funcions de risc per sectors econòmics de les empreses de la mostra de Catalunya amb les de l'Arc Mediterrani i Espanya, a la taula 2.29 i la figura 2.28 s'observa, d'una banda, que a la indústria les taxes de mortalitat més elevades corresponen a la mostra d'empreses catalanes (amb un 13,8 % el primer any i un 16,8 % en el quart); així com les més reduïdes (un 8,4 % en el segon any i un 11,8 % en el tercer).

D'altra banda, per a la construcció també passa alguna cosa semblant, ja que Catalunya té les taxes més elevades en el primer i el quart any (26,5 % i 12,8 %, respectivament) i les més reduïdes (13,5 % en el segon any, encara que compartit amb Espanya, 13,2 % i 10,4 % en el tercer).

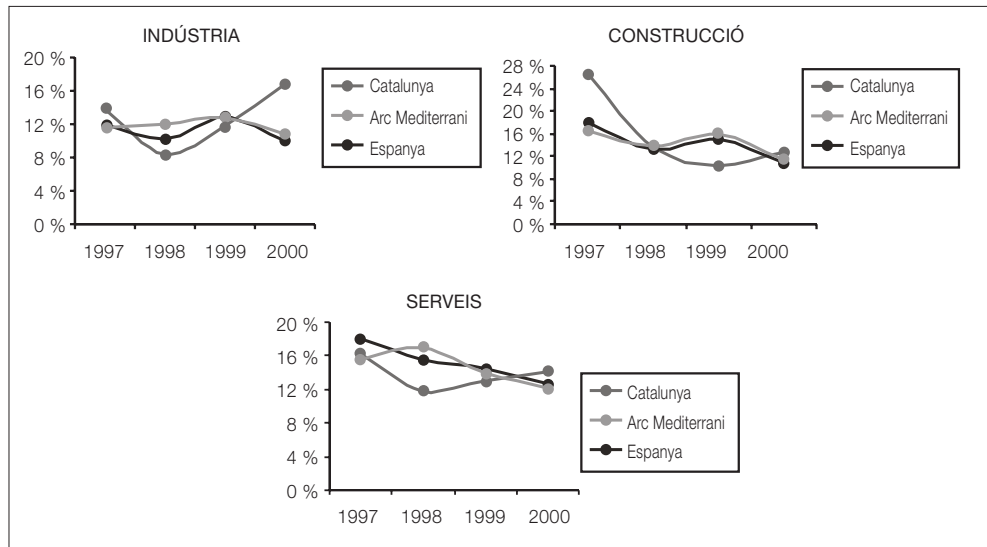
Finalment, en el sector serveis és Espanya la que presenta una taxa de mortalitat més elevada en el primer any i en el tercer (18 % i 14,5 %, respectivament), així com l'Arc Mediterrani en el segon (16,9 %) i Catalunya en el quart (14,2 %). Com a comentari general es pot dir que, a excepció del sector serveis, en què les empreses de les tres àrees considerades difereixen bastant, l'Arc Mediterrani i Espanya segueixen un patró semblant quant a les taxes de mortalitat per sectors.

Taula 2.29. Dades de la funció de risc de les empreses a Catalunya, Arc Mediterrani i Espanya, per sectors econòmics, en percentatges (1996-2000)

	1997	1998	1999	2000
Catalunya				
Indústria	13,8	8,4	11,8	16,8
Construcció	26,5	13,5	10,4	12,8
Serveis	16,3	11,9	13,1	14,2
Arc Mediterrani				
Indústria	11,6	12,0	12,9	10,9
Construcció	16,5	14,0	15,8	11,5
Serveis	15,5	16,9	14,0	12,2
Espanya				
Indústria	12,0	10,2	12,9	10,0
Construcció	18,0	13,2	15,0	11,0
Serveis	18,0	15,5	14,5	12,7

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002) i de Cambres de Comerç (2001).

Figura 2.28. Taxes de mortalitat i funció de risc empresarial a Catalunya per sectors econòmics, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-2001)



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002) i de Cambres de Comerç (2001).

2.4.2. Funció de supervivència empresarial

La supervivència de les noves empreses s'expressarà a través de la funció de supervivència que reflecteix el percentatge de noves empreses que continuen desenvolupant la seva activitat en cada any posterior al seu naixement. Cadascun dels punts de la funció de supervivència (1997, 1998...) mostra el percentatge d'empreses creades l'any 1996 que encara mantenen la seva activitat en cadascun dels anys següents.

La figura 2.29 reflecteix el seguiment de la trajectòria vital de la mostra noves empreses catalanes creades l'any 1996. Segons aquestes dades, en el primer any de vida mantenen la seva activitat un 82,2 % d'aquestes; en el segon, un 72,8 %; en el tercer, un 63,8 %; en el quart, un 54,6 %, i, després de 5 anys, només el 50,2 % de les noves empreses continuen en actiu.

Quant a la distinció a nivell sectorial a Catalunya, en la mateixa figura s'observa que no hi ha diferències significatives amb relació a les taxes de supervivència relatives al total de la mostra catalana, a excepció de la taxa reduïda (73,5 %) obtinguda per al primer any en el cas del sector de la construcció, que concorda òbviament amb la funció de risc per al mateix any presentada a la taula 2.29.

Si es compara la supervivència de les empreses de la mostra de Catalunya amb la del viver d'empreses de Terrassa (Ajuntament de Terrassa, Foment de Terrassa, SA),²⁷ i la del de Sabadell (Ajuntament de Sabadell),²⁸ a les taules 2.30 i 2.31 es comprova que les taxes de supervivència intraanual són molt més elevades per als vivers d'empreses. En el cas concret del viver de Terrassa, la supervivència de les empreses que van néixer l'any 1996 després de cinc anys de vida és del 100 %. A més a més, cap de les 75 empreses creades des d'aquest any ha desaparegut en anys posteriors.

Aquests resultats confirmen els supòsits de la literatura sobre el tema que afirma que els vivers i, en general, els mecanismes de suport afavoreixen l'èxit inicial de les noves empreses, així com la seva supervivència. No obstant això, hem d'interpretar novament amb cautela aquestes dades ja que es tracta d'una mostra de dos vivers dels 26 que hi ha a Catalunya.²⁹

Les taules recullen també les característiques més rellevants de les noves empreses ubicades als vivers de Terrassa i Sabadell, respectivament.

D'una banda, de les 75 empreses ubicades al viver de Terrassa, el 66,7 % pertanyen al sector serveis i la resta, a la indústria, i han generat 257 llocs de treball amb una mitjana de més de tres empleats per empresa. Per l'altra, el nombre d'empreses vinculades al viver de Sabadell és més reduït, amb 18 empreses en el període 1996-2001, on el total d'empreses són del sector terciari. Aquest viver ha generat 50 llocs de treball amb una mitjana de 2,6 empleats per empresa.

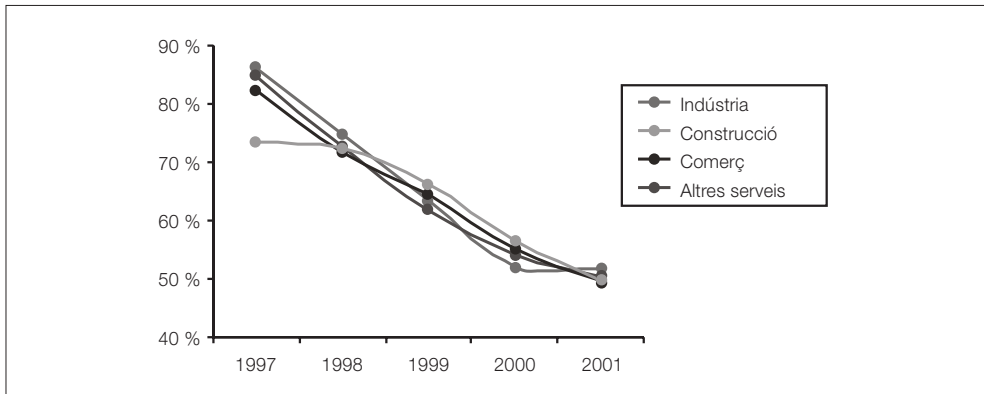
27. Aquest viver d'empreses està ubicat a Terrassa (Barcelona). Cal recordar que la mostra d'empreses de Catalunya es va obtenir d'aquest municipi del Vallès Occidental.

28. Sabadell és un altre municipi del Vallès Occidental de característiques molt similars a les de Terrassa.

29. Informació obtinguda del document *Vivers d'empresa a Catalunya*, del CIDEM (2003).

Figura 2.29. Taxes de supervivència i funció de supervivència de les empreses a Catalunya per sectors econòmics, en percentatges (1996-2001)

	1997	1998	1999	2000	2001
Catalunya	82,2	72,8	63,8	54,6	50,2
Indústria	86,2	75,0	63,5	52,0	51,7
Construcció	73,5	72,3	66,1	56,5	49,5
Comerç	82,5	71,9	64,5	55,1	49,8
Altres serveis	85,0	72,8	61,7	54,3	50,3



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002)

Taula 2.30. Creació i desaparició de les noves empreses al viver d'empreses de Terrassa (Foment de Terrassa, S.A.) per al període 1996-2001. Característiques més rellevants de les noves empreses

Any de creació	Altes	Baixes	T.S. _p * (%)	Sector (%)			Total de treballadors	Treballadors (mitjana)
				Ser.**	Ind.**	Al.		
1996	7	0	100	14,3	85,7	-	23	3,3
1997	12	0	100	66,7	25,0	8,3	66	5,5
1998	16	0	100	62,5	37,5	-	55	3,4
1999	5	0	100	80,0	20,0	-	25	5
2000	9	0	100	77,8	22,2	-	24	2,7
2001	26	0	100	77,0	23,0	-	64	2,5
Total	75	0	100	66,7	32,0	1,3	257	3,4

* T.S._p.: taxa de supervivència intraanual; ** Ser: serveis; Ind.: indústria.

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel viver d'empreses de l'Ajuntament de Terrassa i M. Borràs (Foment de Terrassa, S.A.) (2002).

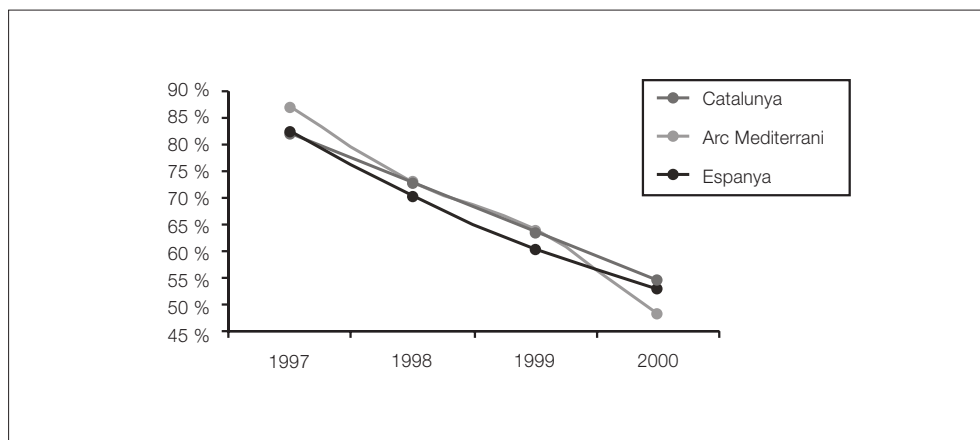
Taula 2.31. Creació i desaparició de les noves empreses al viver d'empreses de Sabadell (Ajuntament de Sabadell) per al període 1996-2001. Característiques més rellevants de les noves empreses

Any de creació	Altes	Baixes	T.S. _p (%)	Sector (%)	Total de treballadors	Treballadors (mitjana)
				Ser.		
1996	6	2	66,6	100	10	1,7
1997	2	2	0	100	7	3,5
1998	2	0	100	100	5	2,5
1999	1	0	100	100	4	4
2000	2	0	100	100	10	2,5
2001	3	0	100	100	14	4,7
Total	18	4	77,8	100	50	2,6

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel viver d'empreses de l'Ajuntament de Sabadell i C. Torreguitart, 2002.

Figura 2.30. Taxes de supervivència i funció de supervivència empresarial a Catalunya, en percentatges (1996-2001). Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya

	1997	1998	1999	2000
Catalunya	82,2	72,8	63,8	54,6
Arc Mediterrani	87,0	73,0	64,0	48,5
Espanya	82,7	70,6	60,3	53,0



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002) i Cambres de Comerç (2001).

Quant a la comparació de la funció de supervivència de les empreses de la mostra de Catalunya amb la de l'Arc Mediterrani i d'Espanya, de la figura 2.30 es desprèn que les taxes de supervivència en el període 1996-2000 són similars per a Catalunya i Espanya, mentre que les empreses de l'Arc Mediterrani experimenten una taxa de supervivència més elevada per al primer any (87,0 %) i més reduïda per al quart (48,5 %).

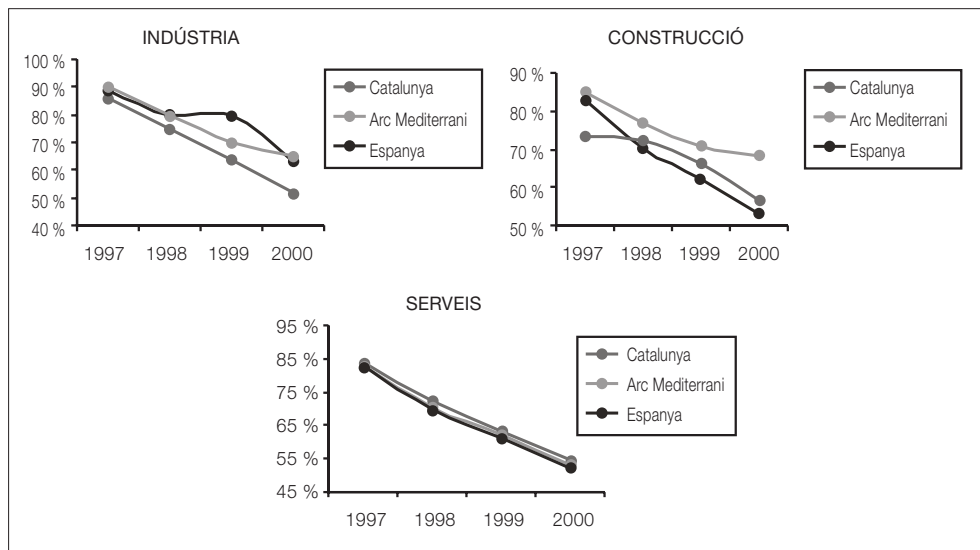
Pel que fa a la distinció per sectors econòmics, la taula 2.32 i la figura 2.31 posen de manifest que les taxes de supervivència per al període 1996-2000 són molt similars per a les tres àrees considerades en el cas dels serveis; que són sensiblement superiors per a l'Arc Mediterrani i inferiors per a Espanya per al sector de la construcció, i bastant dispars per al sector indústria l'any 1999, on la taxa de supervivència és superior per a Espanya (79,9 %) i inferior per a Catalunya (63,5 %), així com a l'any 2000, amb una taxa inferior per part de la mostra catalana (52 %).

Taula 2.32. Taxes de supervivència de les empreses a Catalunya per sectors econòmics, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-2000)

	1997	1998	1999	2000
Catalunya				
Indústria	86,2	75,0	63,5	52,0
Construcció	73,5	72,3	66,1	56,5
Serveis	83,7	72,3	63,1	54,7
Arc Mediterrani				
Indústria	90,0	80,0	70,0	65,0
Construcció	84,9	77,0	71,0	68,0
Serveis	85,0	75,0	65,0	58,0
Espanya				
Indústria	89,0	79,5	79,9	63,0
Construcció	83,0	70,1	62,0	53,0
Serveis	83,0	70,0	61,0	52,0

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l'Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002) i de Cambres de Comerç (2001).

Figura 2.31. Taxes de supervivència i funció de supervivència empresarial a Catalunya, per sectors econòmics, en percentatges. Comparació amb l’Arc Mediterrani i Espanya



Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l’Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002) i Cambres de Comerç (2001).

2.4.3. Resum de les taxes de mortalitat i de supervivència empresarial a Catalunya

A la taula 2.33 es presenta el resum de les taxes de mortalitat i de supervivència empresarial per al període 1996-2001 en la mostra catalana.

Taula 2.33. Resum de les taxes de mortalitat i de supervivència a Catalunya, en percentatges (1996-2001)

	1997		1998		1999		2000		2001	
	T.M. _p *	T.S. _g **	T.M.	T.S.	T.M.	T.S.	T.M.	T.S.	T.M.	T.S.
Catalunya	17,8	82,2	11,5	72,8	12,4	63,8	14,4	54,6	7,7	50,2
Indústria	13,8	86,2	8,4	75,0	11,8	63,5	16,8	52,0	4,8	51,7
Construcció	26,5	73,5	13,5	72,3	10,4	66,1	12,8	56,5	10,0	49,5
Comerç	17,5	82,5	12,6	71,9	11,5	64,5	13,6	55,1	8,5	49,8
Altres serveis	15,0	85,0	11,1	72,8	14,7	61,7	14,7	54,3	7,7	50,3
Arc Mediterrani	13,0	87,0	14,3	73,0	8,5	64,0	15,9	48,5	n.d.***	n.d.
Espanya	17,3	82,7	14,5	70,6	14,3	60,3	12,0	53,0	n.d.	n.d.

* T.M.: taxa de mortalitat; ** T.S.: taxa de supervivència; *** n.d.: informació no disponible.

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per l’Ajuntament de Terrassa i J. Escofet (2002) i Cambres de Comerç (2001).

D'aquesta taula es dedueix que només el 50,2 % de les empreses catalanes creades l'any 1996 mantenen la seva activitat cinc anys després de la seva fundació. Aquest percentatge es manté en l'àmbit sectorial, encara que cal dir que la taxa de supervivència és encara inferior en els sectors de la construcció (49,5 %) i el comerç (49,8 %), i superior a la indústria (51,7 %), mentre que en els altres serveis és molt similar (50,3 %) al conjunt de la mostra catalana.

Si comparem les taxes de supervivència de les empreses catalanes amb les de l'Arc Mediterrani i d'Espanya, en aquest cas per al període 1996-2000 observem que la mostra d'empreses catalanes té una taxa superior de supervivència ja que, mentre que el 54,6 % d'aquestes romanien en actiu quatre anys després de la seva creació, només el 48,5 % i el 53 % ho feien per a l'Arc Mediterrani i Espanya, respectivament.

D'altra banda, en la mateixa taula 2.34 es pot observar que, per a la mostra d'empreses catalanes, les taxes més elevades de mortalitat es produeixen l'any següent del naixement de l'empresa (17,8 %), de manera que la probabilitat de tancament de les noves empreses disminueix en augmentar la seva antiguitat, essent generalment la funció de risc decreixent. Aquests resultats coincideixen per a Espanya, on la taxa de mortalitat per al primer any és del 17,3 %, però es distancien dels de l'Arc Mediterrani, on la taxa és del 13,0 %.

Pel que fa a l'àmbit sectorial de Catalunya, la taxa de mortalitat l'any següent del naixement de l'empresa per al sector terciari (comerç i altres serveis) és similar a la del conjunt de la mostra catalana, mentre que la taxa és molt superior per a la construcció (26,5 %) i inferior per a la indústria (13,8 %).

En aquest capítol s'ha fet una radiografia del teixit empresarial a Catalunya per als anys 1996-2001, tant des d'un punt de vista estàtic com dinàmic.

D'una banda, a partir de la informació obtinguda del DIRCE i d'IDESCAT s'han descrit els trets bàsics de les empreses catalanes en el període 1996-2001, i s'ha donat resposta a preguntes com les següents: «quantes empreses existeixen en l'actualitat a Catalunya?; quina ha estat la taxa d'augment en els últims anys?; com han evolucionat la seva distribució per sectors i la seva grandària?, i quins aspectes distingeixen l'empresa catalana de l'espanyola i l'europea?».

D'altra banda, s'ha analitzat la rotació empresarial en aquest període a partir de les taxes d'entrada i de sortida de la mostra considerada d'empreses catalanes, i s'ha detallat la relació entre les taxes. També s'ha realitzat un seguiment durant els primers cinc anys de vida de la trajectòria de les empreses de la mostra, amb la finalitat d'analitzar la seva taxa de supervivència, responent entre d'altres, a les preguntes següents: «quantes empreses de les creades l'any 1996 mantenen la seva activitat el 2001?; les taxes de mortalitat empresarial, són més elevades en els primers anys de vida?; quins sectors són els que pateixen més baixes?; són diferents les característiques demogràfiques de les empreses catalanes amb relació a les empreses espanyoles i europees?».

3

ORGANISMES I MESURES DE SUPORT A LA CREACIÓ D'EMPRESES A CATALUNYA

*«Hi ha coses que han de fer-nos perdre la raó,
o llavors és que no tenim cap raó a perdre.»
(Lessing)*

En el present capítol s'analitza l'entorn institucional formal de la creació d'empreses a Catalunya, quant a organismes i mesures de suport, tant des del punt de vista de l'oferta (organismes i programes de suport a la creació d'empreses) com sobretot des del punt de vista de la demanda (coneixement, utilització i valoració dels serveis d'assistència per part dels nous empresaris). També s'examina la relació de dependència entre les variables tipològiques dels individus de la mostra d'*empresaris potencials* («sexe», «edat», «nivell d'estudis» i «antecedents d'empresaris a la família») i el «coneixement», la «utilització» i la «valoració» dels programes de suport.³⁰

Segons es va assenyalar en el Capítol 1, en aquesta fase de la investigació per a l'anàlisi dels organismes i programes de suport es va utilitzar bàsicament informació secundària. A més a més, es van realitzar entrevistes personals als responsables dels organismes de foment a la creació d'empreses (per a l'estudi de l'oferta de suport) i entrevistes personals i telefòniques als empresaris actuals i potencials, respectivament (per a l'estudi de la demanda d'assistència) (consulteu en l'Annex 2 els qüestionaris emprats).

Així doncs, en aquest capítol es parteix de la base que els factors institucionals formals tenen un paper fonamental en la creació d'una empresa pròpia. D'aquesta manera, l'existència de programes de suport adequats a les necessitats dels nous empresaris, així com la millora en el coneixement, la utilització i la valoració d'aquests serveis d'assistència, poden influir de manera positiva en la creació de noves empreses a Catalunya.

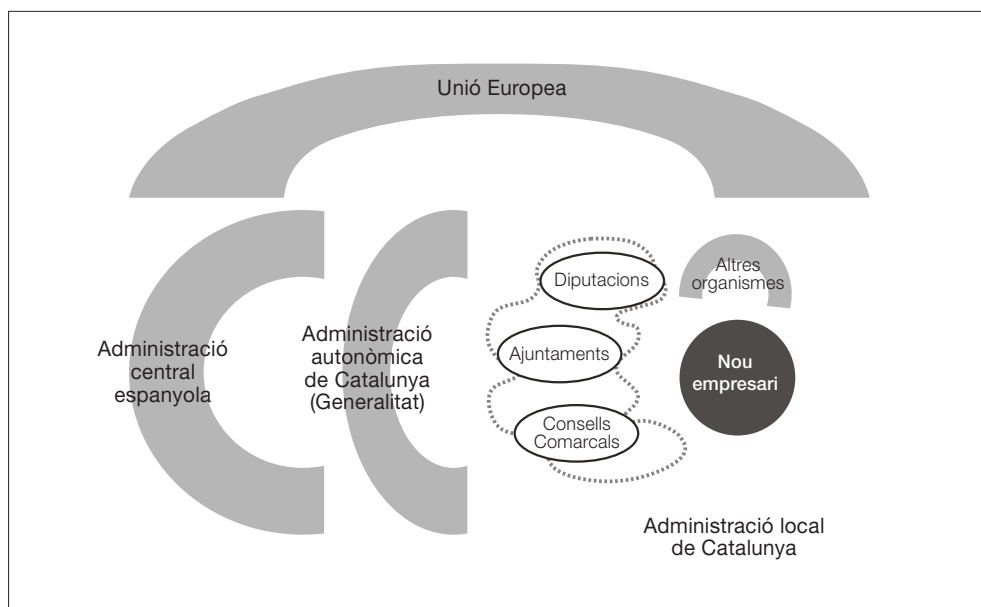
30. Per mesurar les relacions de dependència i comprovar-ne la significació estadística, es va aplicar el test de la chi-quadrat (χ^2). A més a més, a banda de l'anàlisi de freqüències i percentatges per a la descripció de variables específiques d'interès, també es va utilitzar el test estadístic de la «t» per contrastar mitjanes corresponents a ítems relatius a l'opinió global de les mesures de suport per part de les dues mostres de nous empresaris considerades.

3.1. MARC INSTITUCIONAL FORMAL DE LA CREACIÓ D'EMPRESES A CATALUNYA

El marc institucional formal de suport a la creació d'empreses a Catalunya es caracteritza per la seva amplitud i complexitat, tant pel que fa al nombre d'organismes implicats i les relacions existents entre aquests com per la varietat de serveis i programes d'assistència oferts per aquests organismes.

A la figura 3.1 es poden observar els diferents nivells en què s'insereixen els organismes de suport als nous empresaris catalans.

Figura 3.1. Marc institucional global de la creació d'empreses



Font: elaboració pròpia.

Segons aquesta figura, la Unió Europea funciona com un gran paraigua que distribueix fons públics a l'Administració central espanyola i a les administracions autonòmica i local catalanes, així com a un altre tipus d'organismes. Finalment, el nou empresari rebrà els serveis de suport a la creació de la seva empresa, procedents, en la majoria dels casos, de la Generalitat i de les administracions locals.

3.1.1. Tipus d'organismes de suport a la creació d'empreses*

Concretament, en el marc dels organismes de suport es distingirà entre aquells organismes que promociónen i financen els serveis d'assistència a les noves empreses i aquells organismes que gestionen i ofereixen aquests serveis.

D'una banda, l'Administració pública (europea, espanyola i catalana) promou i finança els serveis de suport als nous empresaris, mentre que organismes públics, privats i mixtos³¹ gestionen els fons públics procedents de l'Administració i ofereixen gratuïtament els serveis d'assistència a les noves empreses.

De l'altra, hi ha organismes privats, com és el cas de les gestories i les consultories, que, de forma independent a les administracions públiques, s'encarreguen de promoure i oferir els seus serveis a canvi d'una contraprestació econòmica per part del nou empresari. També es tindran en compte organismes de caràcter privat com els bancs i caixes d'estalvis que tenen convenis amb les administracions públiques per facilitar el finançament de les noves empreses (línies de crèdit, subvencions del tipus d'interès, etc.).

Finalment, els denominats altres agents socioeconòmics, com és el cas de les cambres de comerç, les patronals, els sindicats i un altre tipus d'associacions, disposen de serveis gratuïts específics per a la creació de noves empreses finançats en part per fons procedents de l'Administració pública.

D'aquesta manera, el marc institucional formal a Catalunya es dividirà en tres segments als quals pot accedir el nou empresari a la recerca de suport per a la creació de la seva empresa (figura 3.2):

a) Organismes públics, privats i mixtos que ofereixen serveis promoguts i finançats totalment o parcialment per l'Administració pública.

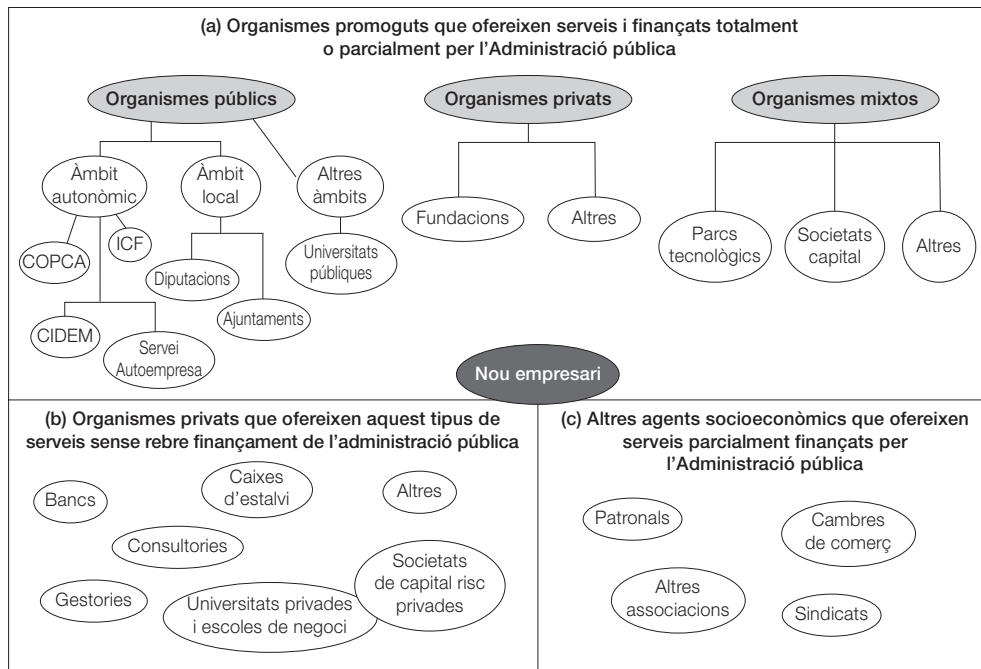
b) Organismes privats que ofereixen aquest tipus de serveis sense rebre finançament de l'Administració pública.

c) Altres agents socioeconòmics que ofereixen serveis parcialment finançats per l'Administració pública.

* Per a informació més detallada sobre els organismes i programes de suport a la creació d'empreses consultar: «Marco institucional formal de la creació de empresas en Catalunya: Oferta y demanda de servicios de apoyo» (Urbano, 2003a).

31. Classificació elaborada a partir de la propietat del capital per part de les institucions. En el cas de les institucions públiques, el capital està a les mans de l'Administració pública. En el cas de les institucions privades, el capital és propietat d'empreses privades o particulars. Finalment, per a les institucions mixtes la propietat del capital és compartida per l'Administració pública i empreses privades.

Figura 3.2. Marc institucional formal de la creació d'empreses a Catalunya: organismes que ofereixen serveis i programes de suport



Font: elaboració pròpia.

3.1.2. Tipus de mesures de suport a la creació d'empreses: mesures generals i específiques

Quant al tipus de mecanismes d'assistència a la creació de noves empreses ofertes pels organismes anteriors, es distingiran les mesures generals de les mesures específiques de suport.

Les mesures de caràcter general es refereixen fonamentalment a les normes i regulacions governamentals que afecten la creació d'empreses i que van destinades a millorar l'entorn en què neixen i es desenvolupen les noves iniciatives empresarials. Cal dir que aquest tipus de mesures no seran tractades explícitament en aquest treball. De totes maneres, a la taula 3.1 es presenten les mesures generals més destacades.

Taula 3.1. Mesures generals de suport a la creació d'empreses

Mesures generals
Adequació dels reglaments, la legislació i els tràmits administratius a les necessitats de l'empresari (p.e.: constitució i registre d'empreses)
Reducció i acceleració dels tràmits administratius necessaris per crear una empresa (p.e.: finestreta única per a la realització dels tràmits necessaris per a la creació d'empreses)
Beneficis fiscals per a les empreses de nova creació (p.e.: exempció de l'impost sobre societats, bonificació en la quota de l'impost sobre societats, etc.)
Incentivació i potenciació de l'esperit empresarial en l'àmbit global de la societat. Sensibilització de la importància de crear empreses entre la població en general
Creació de xarxes eficients entre els empresaris que contribueixin a afavorir les condicions d'èxit en la creació d'empreses

Font: elaboració pròpia a partir del document de la Direcció General de la PIME (2000): «Mesures de suport a la pime» i de la web (<http://www.ipyme.org>).

Amb referència a les mesures específiques de suport, segons es reflecteix a les taules 3.2 i 3.3, es consideren les de caràcter econòmic («dures») i les de caràcter no econòmic («toves»). El primer tipus de mesures es divideix en préstecs financers, subvencions i capital risc. Per la seva banda, les mesures no econòmiques comprenen informació-orientació, assessorament-acompanyament, seguiment, formació i els vivers d'empresa.

Taula 3.2. Mesures econòmiques

Mesures econòmiques	
Préstecs	– Línies de crèdit per als nous empresaris, a partir de convenis signats per les administracions públiques i les entitats financeres que es concreten en préstecs en condicions preferents
Subvencions	– Subvenció de tipus d'interès – Subvencions dels costos de cursos en formació de creació d'empreses i assessorament del pla d'empresa, etc.
Capital risc	– Activitat financera consistent en la presa de participacions, amb caràcter temporalment i generalment minoritari, en el capital d'empreses no cotitzades en borsa per part d'una societat de capital risc
Altres mesures econòmiques	– Capitalització de la prestació per desocupació – Garanties i avals de préstecs

Font: elaboració pròpia.

Taula 3.3. Mesures no econòmiques

Mesures no econòmiques	
Informació i orientació	<ul style="list-style-type: none">– Sobre mesures econòmiques i no econòmiques per a la creació d'una empresa– Sobre la forma jurídica de la nova empresa
Assessorament i acompanyament	<ul style="list-style-type: none">– En els tràmits que s'han de realitzar per crear una empresa– En l'elaboració del pla d'empresa
Seguiment	<ul style="list-style-type: none">– De l'evolució de les empreses que han rebut algun tipus d'assistència durant la seva creació
Formació	<ul style="list-style-type: none">– Cursos i seminaris de creació d'empreses– Cursos sobre el desenvolupament del producte/servei i el seu llançament i cursos de formació contínua
Vivers d'empresa	<ul style="list-style-type: none">– Zones industrials: polígons industrials, polígons industrials d'alt nivell i parcs industrials– Parcs tecnològics o d'investigació: parcs industrials i parcs científics o d'investigació– Espais empresarials compartits: viviers d'empreses, centres d'empreses i oficines de suport
Altres mesures no econòmiques³²	<ul style="list-style-type: none">– Premis i concursos per fomentar la creació d'empreses

Font: elaboració pròpia.

3.2. DEMANDA DE SERVEIS DE SUPORT A LA CREACIÓ D'EMPRESES A CATALUNYA

Un cop detallat el marc institucional formal de la creació d'empreses a Catalunya des del punt de vista de l'oferta (organismes i programes de suport), en aquest apartat es presenten els principals resultats de l'entrevista personal realitzada als *empresaris actuals*, així com de l'enquesta telefònica realitzada als *empresaris potencials*³³ quant als serveis d'assistència existents. D'aquesta manera, l'anàlisi de l'oferta es completarà amb l'estudi de la demanda de mesures de suport, i es plantejarà també l'adequació entre aquests.

32. Cal destacar que cada dia són més els concursos i premis existents a Catalunya sobre idees empresarials i plans d'empresa que intenten incentivar la creació de noves empreses.

33. Com ja es va comentar anteriorment, en aquest estudi s'han considerat empresaris potencials com aquelles persones que es troben immerses en el procés de creació de la seva pròpia empresa i empresaris actuals a aquells que han creat la seva empresa recentment.

3.2.1. Característiques de la mostra d'*empresaris actuals* i de la mostra d'*empresaris potencials**

Segons la taula 3.4, les dades aportades per l'entrevista personal realitzada a 60 empresaris caracteritzen l'*empresari actual* com un home (93,7 %) d'entre 40 i 45 anys (43,5 de mitjana d'edat), nascut a la província de Barcelona (51,7 %), amb estudis secundaris (38,3 %), amb antecedents d'empresaris a la família (68,3 %) i amb experiència en la creació d'empreses (75 %).

D'altra banda, segons la mateixa taula, les dades corresponents a les 307 enquestes telefòniques mostren un perfil de l'*empresari potencial* caracteritzat per ser un home (57,7 %), d'entre 30 i 35 anys (33,8 de mitjana d'edat), nascut a la província de Barcelona (67,1 %), amb estudis secundaris (25,1 %) o universitaris (42,7 %), sense antecedents d'empresaris a la família (58,0 %) i sense experiència en la creació d'empreses (87,6 %).

D'aquesta manera, les dues mostres reflecteixen una representativitat notable dels homes davant del col·lectiu de les dones, a més de tractar-se en la majoria dels casos d'empresaris nascuts a la província de Barcelona, encara que l'*empresari potencial* és més jove i té millor formació acadèmica que l'*empresari actual* representat en la mostra.

Cal destacar, amb relació a la variable sexe, que en la mostra d'*empresaris actuals* el percentatge de dones representades (6,7 %) és molt inferior a la taxa d'activitat de les dones (41,9 %) a Catalunya (dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya-IDESCAT). En canvi, en la mostra d'*empresaris potencials* el percentatge de dones representades (42,3 %) és molt similar a la dita taxa d'activitat.

En el cas dels homes succeeix quelcom semblant al de les dones, però en sentit contrari. En la mostra d'*empresaris actuals* el percentatge d'homes representats (93,7 %) és molt superior a la seva taxa d'activitat (65,3 %) a Catalunya, mentre que en la mostra d'*empresaris potencials* el percentatge d'homes representats (57,7 %) és lleugerament inferior a la dita taxa d'activitat. Atenent a les dades de les mostres corresponents als antecedents d'empresaris a la família i a les empreses creades amb anterioritat, mentre que l'*empresari actual* denota gran experiència en la creació d'empreses (el 75 % ja havia creat una, dues o tres empreses), i a més a més s'ha socialitzat en un entorn familiar d'empresaris, l'*empresari potencial* no havia creat cap empresa en el passat ni tampoc havia crescut envoltat d'empresaris a la família.

* Com ja s'ha comentat anteriorment, a efectes operatius per aquest estudi, els empresaris potencials són persones que es troben en procés de crear una empresa, mentres que els empresaris actuals són persones que recentment l'han creada.

Taula 3.4. Característiques de la mostra d'empresaris actuals i de la mostra d'empresaris potencials, en percentatges

	Empresaris actuals (%) n = 60	Empresaris potencials (%) n = 307
Sexe		
Masculí	93,7	57,7
Femení	6,3	42,3
Edat		
Menys de 25 anys	–	5,2
Entre 25 i 34 anys	20,0	41,4
Entre 35 i 44 anys	26,7	30,3
Entre 45 i 55 anys	38,3	18,2
Més de 55	15,0	4,9
Lloc de naixement		
Barcelona	51,7	67,1
Tarragona	5,0	4,6
Lleida	10,0	7,2
Girona	3,3	4,9
Altres regions d'Espanya	30,0	10,7
Altres	–	5,5
Nivell d'estudis		
Sense estudis	5,0	1,0
Estudis primaris	20,0	14,0
Formació professional	16,7	12,7
Estudis secundaris	38,3	25,1
Estudis universitaris	18,3	42,7
Tercer cicle (màster/doctorat)	1,7	4,5
Antecedents empresaris a la família		
Sí	68,3	42,0
No	31,7	58,0
Creació d'alguna empresa amb anterioritat		
Sí	75	12,4
No	25	87,6
Nombre d'empreses creades amb anterioritat		
Una	35,6	81,6
Dues	23,8	7,9
Tres	14,3	7,9
Quatre	4,8	–
Cinc	11,9	–
Sis	4,8	–
Més de sis	4,8	–

3.2.2. Característiques de les noves empreses de la mostra d'empresaris actuals i de la mostra d'empresaris potencials

A la taula 3.5 es resumeixen les principals característiques descriptives que defineixen les noves empreses, atenent a la localització geogràfica, la propietat, el sector d'activitat, el nombre de treballadors, la forma jurídica i l'any de creació de l'empresa.

Segons la taula 3.5 les característiques de les noves empreses són molt diferents per a ambdues mostres. Per a la mostra d'*empresaris actuals* les noves empreses creades es caracteritzen per ser de propietat compartida (41,7 %), de forma jurídica societat limitada (66,1 %) i amb una grandària d'entre 1 i 9 treballadors (63,9 %). En canvi, les empreses que finalment van ser creades per la mostra d'*empresaris potencials* són de propietat única per part de la persona que les va fundar (91,8 %), de forma jurídica *empresari individual* (42,9 %) o societat de responsabilitat limitada (39 %) i sense assalariats (42,9 %) o amb grandària d'entre 1 i 9 treballadors (60,3 %).

La major part d'*empresaris actuals* es van dedicar a activitats del sector de fabricació (33,3 %) o comerç majorista (26,7 %), mentre que les noves empreses de la mostra d'*empresaris potencials* pertanyen al sector comerç detallista (29,9 %) o de serveis (37,4 %).

Taula 3.5. Característiques de les noves empreses de la mostra d'empresaris actuals i de la mostra d'empresaris potencials, en percentatges

	Empresaris actuals (%)	Empresaris potencials (%)
Localització geogràfica de l'empresa		
Barcelona	80,0	84,7
Tarragona	10,0	7,2
Lleida	5,0	3,9
Girona	5,0	4,2
Propietat de l'empresa		
Només vostè	26,7	91,8
Vostè i altres familiars	26,7	2,7
Vostè i altres persones no familiars	41,7	3,7
Altres	5,0	1,8
Sector d'activitat de l'empresa*		
Construcció i contractes (15-17)	5,0	4,7
Fabricants (20-39)	33,3 ⁽¹⁾	9,3
Transports i comunicacions (40-49)	11,7	4,7
Majoristes (50-51)	26,7 ⁽²⁾	9,3
Detallistes (52-59)	6,6	29,9 ⁽³⁾
Finances, assegurances i béns seents (60-67)	5,0	4,7
Serveis (70-89)	11,7	37,4 ⁽⁴⁾
Nombre d'assalariats en el moment de creació de l'empresa		
Sense assalariats**	13,9	36,8
Entre 1 i 9 assalariats	63,9	60,3
Entre 10 i 24 assalariats	15,4	2,8
Entre 25 i 49 assalariats	6,8	-
Forma jurídica en el moment de la creació de l'empresa:		
Autònom (empresari individual)	1,7	42,9
Societat responsabilitat limitada	66,1	39,0
Societat cooperativa	5,1	10,5
Societat anònima	20,3	1,0
Altres	6,8	6,6

* Sector econòmic al qual pertany l'empresa classificat segons el codi SIC. Entre parèntesis el codi específic del subsector.

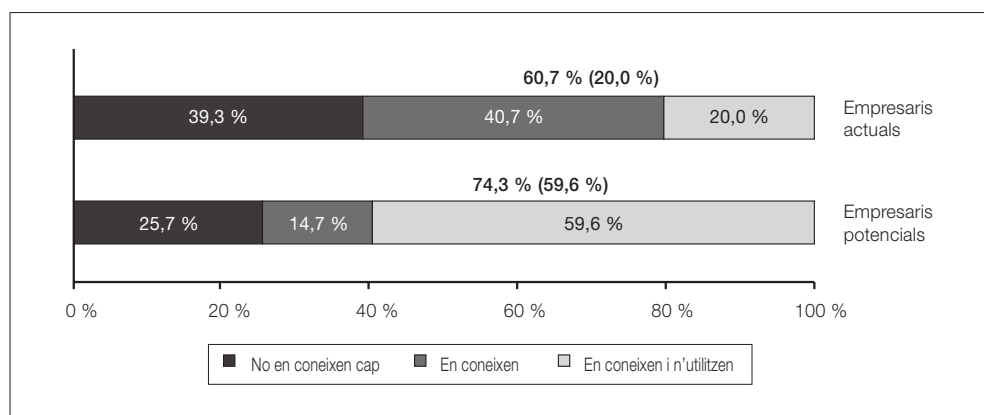
- (1) La majoria d'empreses *Fabricants* es distribueixen en el subsector de *Metal·lúrgia, maquinària i electrònica* (33, 34, 35 i 36) i en el subsector de *Paper i arts gràfiques* (26 i 27).
- (2) Les empreses *Majoristes* es distribueixen en percentatges similars entre el subsector *Majoristes de mercaderies no peribles* (50) i el subsector *Majoristes de mercaderies peribles* (51).
- (3) La majoria d'empreses *Detallistes* es distribueixen en els subsectors *Detallistes d'articles diversos* (59), *Detallistes de peces de roba* (56) i *Detallistes d'alimentació* (54).
- (4) La majoria d'empreses de *Serveis* es divideixen en els subsectors *Serveis comercials* (73), *Serveis per a l'entreteniment i oci* (79) i *Serveis diversos* (89).

3.2.3. Comparació entre la mostra d'empresaris actuals i la mostra d'empresaris potencials amb relació al coneixement, la utilització i la valoració dels serveis i programes de suport a la creació d'empreses

A continuació, es comparen la mostra d'*empresaris actuals* i la mostra d'*empresaris potencials* amb relació al coneixement, la utilització i la valoració dels serveis i programes de suport a la creació d'empreses.

La figura 3.3 reflecteix el percentatge d'empresaris d'ambdues mostres que coneix algun programa de suport a la creació d'empreses, així com el percentatge d'empresaris que han utilitzat algun d'aquests programes.

Figura 3.3. Comparació dels programes i serveis coneguts i utilitzats per part de les dues mostres d'empresaris, en percentatges



Font: elaboració pròpia.

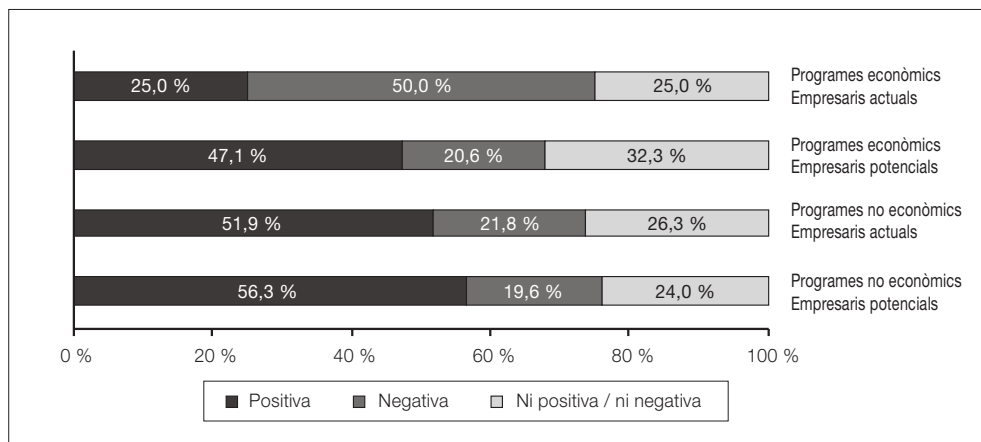
D'aquesta figura es desprenen diferències importants. D'una banda, el percentatge d'*empresaris potencials* que coneix algun programa (74,3 %) és superior al percentatge corresponent als *empresaris actuals* (60,7 %). D'altra, el percentatge d'*empresaris potencials* que ha utilitzat algun programa de suport és clarament superior al percentatge d'*empresaris actuals* que ho ha fet (59,6 % per 20 %).

Aquests resultats difereixen significativament dels obtinguts en l'enquesta ENSR realitzada per al *Sisè informe de l'Observatori Europeu de la Petita i Mitjana Empresa* (2000) sobre el coneixement i la utilització de programes de suport per part dels nous empresaris. Als països de la Unió Europea només el 20 % coneixia algun programa de suport i encara era inferior el percentatge que en va utilitzar algun (10 %).

Quant a la valoració dels programes utilitzats, la figura 3.4 mostra que els programes no econòmics són més ben valorats, tant per la mostra d'*empresaris actuals* com per la mostra

d'*empresaris potencials* (51,9 % i 56,3 %, respectivament). També es pot apreciar que els programes més mal valorats són els de tipus econòmic per part dels *empresaris actuals* (un 50 % d'aquesta mostra els valora negativament).

Figura 3.4. Comparació de la valoració dels programes i serveis utilitzats per part de les dues mostres d'empresaris, en percentatges



Font: elaboració pròpia.

A la taula 3.6 s'observa també que les característiques que corresponen als programes no econòmics són més ben valorades tant per part de la mostra d'*empresaris actuals* com per part de la mostra d'*empresaris potencials* (5,6 i 6,3 de mitjana, respectivament).

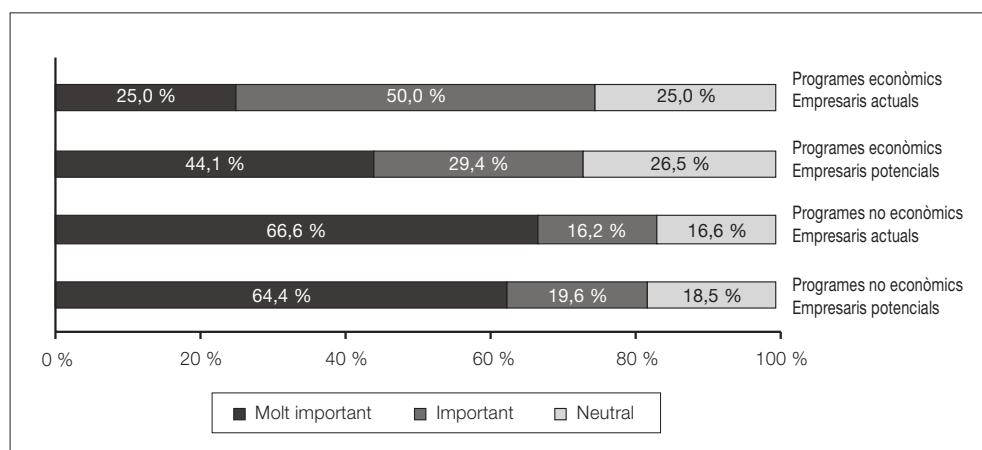
La característica més valorada correspon a l'ítem «facilitat d'accés a la informació necessària» dels programes no econòmics per part dels *empresaris potencials*. En canvi, la característica menys valorada és «la rapidesa en el procés de tramitació de les ajudes econòmiques» per part dels *empresaris actuals*.

Taula 3.6. Valoració de les característiques dels programes i serveis utilitzats (valoració sobre 10)

Característiques dels programes utilitzats	Empresaris actuals	Empresaris potencials
Programes econòmics		
Facilitat en el procés de sol·licitud de l'ajuda econòmica	3,8	5,5
Rapidesa en el procés de tramitació de l'ajuda econòmica	3,0	4,2
Satisfacció de l'ajuda econòmica rebuda	3,5	4,7
Mitjana	3,4	4,8
Programes no econòmics		
Facilitat d'accés a la informació necessària sobre el programa	5,6	6,6
Adequació de la informació sobre el programa per a la seva correcta comprensió	5,3	6,3
Satisfacció del servei rebut	5,8	6,1
Mitjana	5,6	6,3

Amb relació a la importància atribuïda als programes utilitzats, la figura 3.5 reflecteix que tant per a la mostra d'*empresaris actuals* com per a la d'*empresaris potencials*, els programes que han tingut més importància en el procés de creació d'empreses són els de tipus no econòmic (66,6 % i 64,4 %, respectivament).

Figura 3.5. Comparació de la importància dels programes i serveis utilitzats en el procés de creació de l'empresa segons les dues mostres d'empresaris, en percentatges



Font: elaboració pròpia.

3.2.4. Anàlisi de l'existència de relació de dependència entre les variables «utilització d'algun programa» i «valoració del programa utilitzat» amb les variables tipològiques de l'empresari potencial de la mostra de Catalunya

A continuació, a les taules 3.7 i 3.8 s'han realitzat els encreuaments corresponents a les variables «utilització d'algun programa» i «valoració del programa utilitzat» amb les variables tipològiques de «sexe», «edat», «nivell d'estudis» i «antecedents d'empresaris a la família» de l'*empresari potencial* català, amb la finalitat d'analitzar les relacions de dependència³⁴ entre les variables.

Els nivells de significació del test estadístic de la chi-quadrat³⁵ de la taula 3.7 posen de manifest que la utilització d'algun programa de suport a la creació de l'empresa, en el cas de l'*empresari potencial*, dependrà del nivell d'estudis i dels antecedents d'empresaris a la família, a un nivell de significació estadística del 95 %.

Per a l'encreuament de la variable «nivell d'estudis» amb la variable «utilització d'algun programa», s'observa que el percentatge d'*empresaris potencials* amb un nivell d'estudis secundaris (66,2 %) és superior al percentatge d'*empresaris potencials* amb qualsevol altre nivell d'estudis (33,3 %, 39,5 %, etc.) i a més és més alt que el percentatge total de la mostra que havia utilitzat algun programa en la creació de la seva empresa (59,6 %).

Amb relació a l'encreuament de la variable «antecedents d'empresaris a la família» amb la variable «utilització d'algun programa», es pot comprovar que el percentatge d'*empresaris potencials* sense antecedents d'empresaris a la família que han utilitzat algun programa (66,1 %) és més alt que el percentatge d'*empresaris potencials* amb antecedents que van utilitzar algun programa (52,5 %) i, d'altra banda, és més alt que el percentatge total de la mostra que n'havia utilitzat algun (59,6 %).

34. Amb la intenció de contrastar si les dues variables considerades actuen independentment o, al contrari, estan associades entre si, s'ha procedit a contrastar la hipòtesi nul·la H_0 : «Hi ha independència entre ambdues variables», davant de la hipòtesi alternativa H_a : «No hi ha independència entre ambdues variables», a partir del test estadístic de la chi-quadrat. Com ja es va comentar al principi d'aquest capítol, l'anàlisi de dependència no s'ha realitzat per a les mostres d'empresaris actuals a causa de la grandària reduïda de la mostra (60 empresaris).

35. Per poder utilitzar la chi-quadrat s'han de complir les dues condicions següents:

a) No pot haver-hi més d'un 20 % de caselles amb un valor esperat inferior a 5 i b) no pot haver-hi cap valor esperat inferior a 1.

Taula 3.7. Taula de contingència de l'encreuament entre la utilització d'algun programa i les variables tipològiques de la mostra de l'empresari potencial, en percentatges

Variables tipològiques		Utilització d'algun programa (%)		Test estadístic
		Sí	No	Valor de chi-quadrat
Sexe				
	Masculí	61,0	39,0	$\chi^2 = 0,344$
	Femení	57,7	41,3	
Edat (interval·ls d'anys)				
	Menys 25	62,5	37,5	$\chi^2 = 10,916$
	Entre 25 i 34	59,8	40,2	
	Entre 35 i 44	69,9	30,1	
	Entre 45 i 55	42,9	57,1	
	Més de 55	53,3	46,7	
Nivell d'estudis				
	Sense estudis	33,3	66,7	$\chi^2 = 10,924^{**}$
	Est. primaris	39,5	60,5	
	Est. secundaris	66,2	33,8	
	Est. universitaris	59,6	40,4	
	Est. tercer cicle	51,4	48,6	
	Est. form. profes.	56,4	43,6	
Empresaris a la família				
	Amb antecedents	52,5	47,5	$\chi^2 = 5,669^{**}$
	Sense antecedents	66,1	33,9	
Total utilització d'algun programa		59,6	40,4	

* Sig < 0,01

** Sig < 0,05

Quant a la valoració dels programes utilitzats, els nivells de significació del test estadístic de la chi-quadrat de la taula 3.8 indiquen que aquesta variable dependrà exclusivament del sexe de l'empresari potencial, a un nivell de significació estadística del 95 %.

A l'encreuament de les variable «sexe» i «valoració del programa utilitzat» s'observa que el percentatge de dones que valoren positivament el programa utilitzat (56,3 %) és més alt que el percentatge d'homes que valoren positivament la utilització del programa (48,2 %) i que, a més a més, és superior al percentatge total de la mostra que havia valorat positivament la utilització del programa (47,4 %).

Taula 3.8. Taula de contingència de l'encreuament entre la valoració dels programes utilitzats i les variables tipològiques de la mostra de l'empresari potencial, en percentatges

Variables tipològiques		Valoració programa utilitzat (%)			Test estadístic
		Posi.	Nega.	Ni +/-	Valor de chi-quadrat
Sexe					
	Masculí	48,2	21,9	29,8	$\chi^2 = 3,434^{**}$
	Femení	56,3	13,4	30,2	
Edat (intervalls d'anys)					
	Menys de 25	54,5	9,1	36,4	$\chi^2 = 1,917$
	Entre 25 i 34	45,0	20,0	35,0	
	Entre 35 i 44	49,3	18,8	31,9	
	Entre 45 i 55	46,4	14,3	39,3	
	Més de 55	50,0	25,0	25,0	
Nivell d'estudis					
	Sense estudis	100,0	–	–	$\chi^2 = 10,748$
	Est. primaris	31,8	31,8	36,4	
	Est. secundaris	47,1	11,8	41,2	
	Est. universitaris	53,4	15,9	30,7	
	Est. tercer cicle	54,5	27,3	18,2	
	Est. form. profes.	34,8	26,1	39,1	
Empresaris a la família					
	Amb antecedents	51,6	19,4	29,0	$\chi^2 = 2,114$
	Sense antecedents	43,7	17,5	38,8	
Total valoració programa utilitzat		47,4	18,4	34,2	

* Sig < 0,01

** Sig < 0,05

D'aquesta manera, la taula 3.9 resumeix les relacions de dependència entre les variables considerades anteriorment. Segons aquesta taula, la utilització d'algun programa de suport vindrà explicada pel nivell d'estudis i els antecedents d'empresaris a la família. Per la seva banda, la valoració del programa utilitzat es pot explicar només a partir del sexe de l'empresari potencial.

Taula 3.9. Resum de l'existència de relacions de dependència entre les variables considerades

Variables	Utilització d'algun programa	Valoració del programa utilitzat
Sexe	–	Sí**
Edat	–	–
Nivell d'estudis	Sí**	–
Empresaris a la família	Sí**	–

* Sig < 0,01

** Sig < 0,05

3.2.5. Anàlisi de l'existència de relació de dependència entre la variable «creació d'una empresa» i la variable «utilització d'algun programa» per part de l'empresari potencial de la mostra de Catalunya

A continuació, la taula 3.10 reflecteix, mitjançant una taula de contingència, que per a la mostra d'*empresaris potencials* considerada hi ha una relació de dependència entre la creació d'una empresa pròpia i la utilització d'algun programa de suport en el procés de creació de l'empresa, en un contrast de la chi-quadrat a un nivell de significació estadística del 95 %.

A l'encreuament de la variable «creació d'una empresa» amb la variable «utilització d'algun programa», s'observa que el percentatge d'empresaris que en la creació de la seva empresa van utilitzar algun programa de suport (40,4 %) és més gran que el percentatge d'empresaris que van crear l'empresa sense utilitzar serveis d'assistència (26,6 %) i a més a més és més alt que el percentatge total de la mostra que va crear una empresa (34,9 %).

Taula 3.10. Taula de contingència de l'encreuament entre la creació d'una empresa i la utilització d'algun programa per part de la mostra de l'empresari potencial, en percentatges

		Creació de l'empresa (%)	
		Sí	No
Utilització d'algun programa	Sí	40,4	59,6
	No	26,6	73,4
	Total creació empresa	34,9	65,1
Test estadístic Chi-quadrat		$\chi^2 = 6,221^{**}$	

* Sig < 0,01

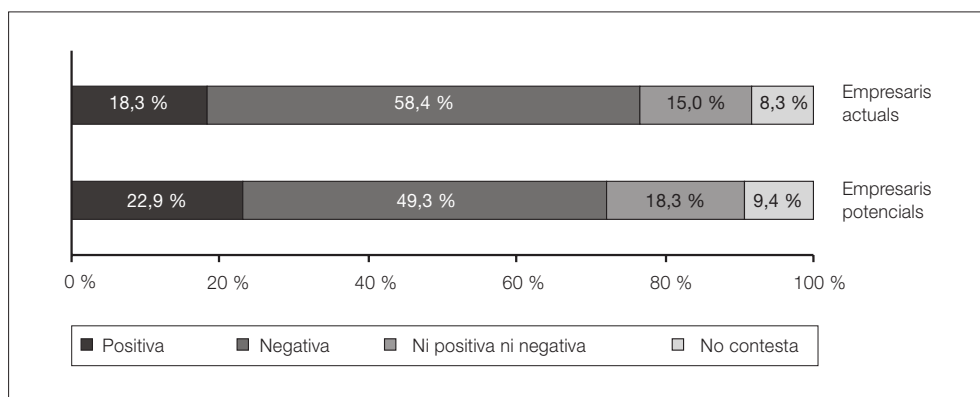
** Sig < 0,05

En conseqüència, aquests resultats, encara que amb la deguda precaució, confirmen la hipòtesi plantejada en la literatura sobre el tema que la utilització de mecanismes de suport en els primers passos de constitució d'una nova empresa incideixen positivament en la seva creació.

3.2.6. Anàlisi de l'opinió global sobre les mesures de suport a la creació d'empreses a Catalunya per part de les dues mostres d'empresaris

Pel que fa a l'opinió global sobre les mesures de suport, la figura 3.6 reflecteix que aquesta opinió és negativa per part de les dues mostres d'empresaris (58,4 % en el cas de la mostra d'*empresaris actuals* i 49,3 % en el cas de la mostra d'*empresaris potencials*).

Figura 3.6. Comparació de l'opinió global de les mesures de suport a la creació d'empreses a Catalunya per part de les dues mostres d'empresaris, en percentatges



Si es comparen els resultats obtinguts per les mostres de nous empresaris amb l'opinió global quant a les mesures de suport per part de la mostra de responsables entrevistats dels organismes que ofereixen algun tipus de suport,³⁶ es pot comprovar que aquesta opinió coincideix en gran manera, ja que un 60 % dels responsables van manifestar tenir-ne una opinió negativa. Així doncs, aquestes dades corroboren la visió desfavorable que tant els responsables dels organismes (oferents) com els nous empresaris (demandants) de serveis de suport en tenen.

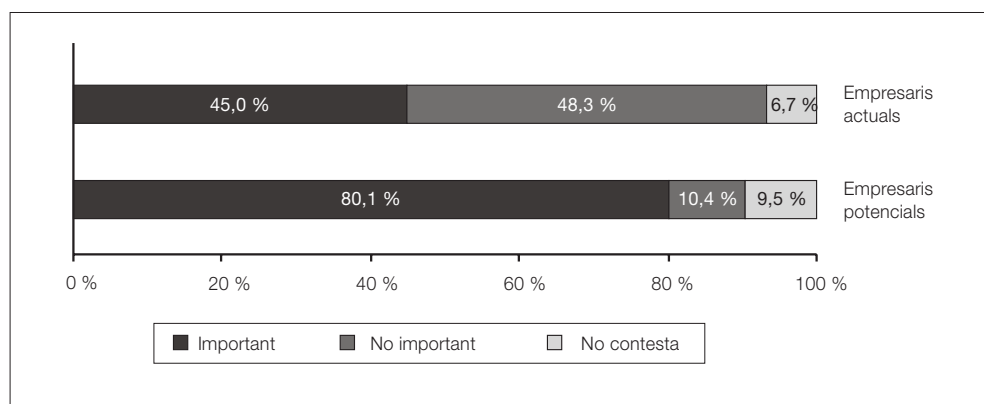
36. La persona responsable de l'àrea de creació d'empreses dels organismes considerats es caracteritza per ser un home (65 %), d'entre 35 i 44 anys d'edat (40 anys de mitjana), nascut a la província de Barcelona (80 %) i amb estudis universitaris en Ciències econòmiques i empresarials (70 %) o en Dret (25 %). Amb relació a l'experiència laboral, porta més de 3 anys exercint aquest càrrec (70 %) i ja havia treballat en llocs similars durant un període d'entre 1 i 3 anys (50 %).

3.3. ADEQUACIÓ ENTRE L'OFERTA I LA DEMANDA DELS SERVEIS DE SUPORT A CATALUNYA

Els resultats de l'anàlisi per determinar el grau d'adequació de les mesures de suport existents per a la creació de noves empreses es presenten en tres fases. En primer lloc, es comenten les opinions dels nous empresaris enquestats quant a la utilització dels fons públics dedicats a programes de suport a la iniciativa empresarial. En segon lloc, s'analitza la seva opinió general pel que fa als programes de suport existents, a partir de la valoració d'uns ítems respecte d'això. Finalment, es farà referència a les recomanacions que aquestes mostres d'empresaris han fet sobre aspectes que, segons el seu criteri, fa falta canviar per poder millorar els serveis d'assistència a la creació d'empreses.

A la figura 3.7 s'observa que mentre que el 80,1 % dels *empresaris potencials* creu que és important que les administracions inverteixin fons públics en serveis de suport, el 48,3 % dels *empresaris actuals* pensa el contrari.

Figura 3.7. Importància atribuïda segons les dues mostres d'empresaris perquè les administracions inverteixin fons públics en mesures de suport a la creació d'empreses, en percentatges



A la taula 3.11 es pot observar que les raons principals que la mostra d'*empresaris potencials* addueix per justificar la importància d'inversió de fons públics en la creació d'empreses són la col·laboració en el creixement econòmic (43,5 %) i l'augment de l'ocupació (28,1 %) que pot suposar el fet de crear noves empreses.

Taula 3.11. Raons que justifiquen la importància d'invertir fons públics en mesures de suport a la creació d'empreses, per part d'ambdues mostres d'empresaris, en percentatges

Raons de la importància	Empresaris actuals (%)	Empresaris potencials (%)
Per col·laborar en el creixement econòmic (augmentar competitivitat, incrementar el teixit empresarial)	39,3	43,5
Per disminuir l'atur (augmentar l'ocupació)	31,5	28,1
Per incentivar la creació d'empreses	12,8	82,0
Per equilibrar les zones menys privilegiades	4,9	10,2
Altres	11,5	9,9
Total	100,0	100,0

D'altra banda, la taula 3.12 mostra que les raons més rellevants plantejades pels *empresaris actuals* perquè les administracions no inverteixin fons públics en la creació d'empreses són el fet que aquestes inversions poden afavorir la competència deslleial (29,4 %), així com frenar la iniciativa individual (25 %).

Taula 3.12. Raons més rellevants perquè les administracions no inverteixin fons públics en les mesures de suport a la creació d'empreses, per part d'ambdues mostres d'empresaris, en percentatges

Raons de la no-importància	Empresaris actuals (%)	Empresaris potencials (%)
Afavoreixen la competència deslleial	29,4	14,5
Frenen la iniciativa individual	25,0	6,4
No es donen a qui més les necessita	13,8	27,4
No es gestionen bé	12,8	37,2
Altres	19,0	14,5
Total	100,0	100,0

La taula 3.13 reflecteix l'opinió global negativa ja analitzada anteriorment. S'hi mostra la valoració que els *empresaris actuals* i *potencials* assignen als ítems que representen algunes de les característiques específiques més importants de les mesures de suport. També s'analitzen les diferències estadísticament significatives³⁷ entre les puntuacions mitjanes assignades a aquests ítems per ambdues mostres d'empresaris.

37. Amb el propòsit de contrastar si hi ha diferències estadísticament significatives entre els dos grups considerats, s'ha contrastat la hipòtesi nul·la H_0 : «les mitjanes dels dos grups considerats són iguals» davant la hipòtesi alternativa, H_a : «les mitjanes són diferents», a partir del test estadístic de la t .

Taula 3.13. Opinió general sobre els programes i serveis de suport a la creació d'empreses
(valoració de cada ítem de l'1 al 4, on 4 és la màxima puntuació i 1, la mínima)

	Empresaris actuals		Empresaris potencials		Test estadístic
	Mitjana	D.T. ⁽¹⁾	Mitjana	D.T.	Valor de t
Les considero poc encertades i poc útils	2,8	1,02	2,7	0,87	20,370
Són inadequades per a les necessitats de l'empresari	2,5	0,73	2,2	0,83	15,553
No col·laboren a tenir èxit en el procés de creació d'una empresa	2,6	0,95	1,8	1,09	18,363**
Les considero insuficients	3,6	0,75	3,3	0,93	-1,447
Considero que hi ha massa traves burocràtiques per obtenir-les	3,1	0,62	2,9	0,92	-5,751
Seria millor menys ajudes oficials i deixar més llibertat a l'empresari	2,8	1,08	1,9	1,16	-13,535*
No són prou conegudes	3,5	0,78	3,4	0,88	5,121
No es promocionen de manera eficient	2,9	0,83	3,0	0,94	4,889
No s'utilitzen gaire	3,1	1,07	2,7	0,82	7,774
Només les coneixen uns quants privilegiats	3,3	0,79	3,0	1,22	-8,085

* Sig < 0,01; ** Sig < 0,05

(1) D.T.: Desviació típica.

Segons la taula 3.13, tant la mostra d'*empresaris actuals* com la mostra d'*empresaris potencials* coincideixen en els ítems valorats amb millor puntuació: «les mesures de suport són insuficients» (3,6 i 3,3 sobre 4, respectivament) i «les mesures de suport no són prou conegudes» (3,5 i 3,4 sobre 4, respectivament). Per consegüent, ambdues mostres d'empresaris estarien d'acord a assenyalar que els serveis i programes d'assistència a la creació d'empreses existents a Catalunya són insuficients per donar suport de manera eficient a les noves empreses, a més de no ser prou coneguts per les persones que podrien utilitzar-los.

Els nivells de significació del test estadístic de la «t» de la taula 3.14 indiquen que hi ha diferències de mitjanes estadísticament significatives en només dos dels deu ítems considerats.

D'una banda, la valoració mitjana que la mostra d'*empresaris potencials* assigna a l'ítem «seria millor menys ajudes oficials i deixar més llibertat a l'empresari» és estadísticament diferent i superior (2,6 sobre 4) a la valoració mitjana que la mostra d'*empresaris actuals* assigna a aquest ítem (1,7 sobre 4), a un nivell de significació del 95 %. De l'altra, la valoració mitjana que la mostra d'*empresaris actuals* assigna a l'ítem «els programes de suport no col·laboren a tenir èxit en el procés de creació d'una empresa» és estadísticament diferent i superior (2,8 sobre 4) a la valoració mitjana que la mostra d'*empresaris potencials* assigna a aquest ítem (1,9 sobre 4), a un nivell de significació del 99 %.

Malgrat que no es disposa de prou informació, es pot intuir si l'opinió negativa anteriorment comentada considera que les mesures de suport són poc valorades, com es desprèn de la taula 3.13. De totes maneres, cal tenir en compte que la mostra d'*empresaris actuals* pensa que seria millor que hi hagués menys ajudes oficials i que l'empresari tingués més llibertat en el procés de creació de la seva empresa.

D'aquesta manera, i com a síntesi dels aspectes relacionats amb l'adequació entre l'oferta i la demanda de programes de suport, es pot afirmar, d'una banda, que a Catalunya hi ha una excessiva diversificació tant d'organismes com de serveis d'assistència a la creació d'empreses, que condueix, al costat de la falta de coordinació entre aquests organismes, a duplicacions i coincidències en l'oferta dels programes de suport a les noves empreses. A més a més, els organismes públics implicats depenen massa del cicle polític en el qual estan immersos, i són més importants en l'oferta de serveis els interessos polítics que els criteris purament d'eficiència.

D'altra banda, mentre que les mostres considerades de nous empresaris assenyalen que les ajudes no són prou conegudes, no s'adapten a les seves necessitats i que calen massa tràmits per obtenir-les, la major part de la mostra de responsables dels organismes (90 %) pensa que s'hauria de canviar la manera com els seus organismes estan oferint els programes i serveis, i més de la meitat (65 %) pensa que la resta d'institucions també haurien de canviar la manera com ofereixen els serveis d'assistència. En aquest sentit, les qüestions principals que cal tenir en compte es refereixen a la millora en la gestió dels programes de suport (33,3 %), la millora en la seva coordinació (27,4 %), fer-ne més promoció (15,7 %) i eliminar tanta burocràcia (7,9 %).

En conseqüència, es dedueix que hi ha poca adequació entre l'oferta de serveis oferts pels organismes i la demanda d'assistència requerida pels nous empresaris catalans.

De totes maneres, malgrat les dades anteriors, cal destacar que a Catalunya s'està realitzant un gran esforç per part dels agents implicats en la creació d'empreses amb la finalitat de construir un entorn més favorable per a les noves iniciatives empresarials.

Segons s'ha desenvolupat en aquest capítol, els mecanismes de suport constitueixen factors formals determinants en la creació de les noves empreses. Així mateix, també és molt important el paper dels organismes que ofereixen aquestes mesures d'assistència. D'altra banda, la gran quantitat de tràmits requerits en la constitució d'una empresa, així com el seu cost, poden entrebancar igualment el seu procés de fundació. En aquest sentit, són diverses les accions que des de les diferents administracions s'estan duent a terme, amb la finalitat de reduir aquest tipus de barreres administratives que afecten l'activitat empresarial. Un exemple d'això és la *Finestreta única empresarial*, com a centre integrat de tramitació i d'assessorament al nou empresari.

Referent a l'oferta de mesures de suport, en aquest capítol s'ha contextualitzat el marc institucional formal de Catalunya en l'àmbit de l'Administració central espanyola i de la Unió Europea, i s'ha detallat el gran nombre d'organismes i serveis d'assistència a la creació d'empreses existents actualment a Catalunya. Així doncs, s'han distingit els organismes públics, privats i mixtos que ofereixen serveis promoguts i finançats totalment o parcialment

per l'Administració pública; els organismes privats que ofereixen aquest tipus de serveis sense rebre finançament de l'Administració pública; i els altres agents socioeconòmics que ofereixen serveis parcialment finançats per l'Administració pública. Així mateix s'han considerat tant les mesures de suport econòmic (préstecs financers, subvencions i capital risc) com les de caràcter no econòmic (informació-orientació, assessorament-acompanyament, seguiment, formació i vivers d'empresa).

La demanda de mesures de suport s'ha estudiat des del punt de vista de dues mostres de nous empresaris, a través del coneixement, la utilització i la valoració que aquests col·lectius tenen dels serveis d'assistència. A grans trets, aquesta anàlisi ha revelat que malgrat que un elevat percentatge de les mostres considerades tenia coneixement dels programes, el percentatge que els havia utilitzat era molt inferior, i que els programes de tipus no econòmic són els més ben valorats.

Pel que fa a l'opinió global de les mesures de suport existents a Catalunya, les mostres d'*empresaris actuals i potencials* van mostrar una opinió relativament negativa, contràriament a l'opinió de la mostra dels empresaris de la zona rural de la Garrotxa, més de la meitat dels quals va revelar tenir-ne una opinió positiva. Segurament l'opinió més positiva corresponent als nous empresaris de l'àrea rural pot obeir a la relació més estreta que els nous empresaris rurals tenen amb els responsables dels organismes de suport. Aquesta relació implica en certs casos que s'avaluï la persona que representa l'organisme en comptes de la qualitat del servei ofert.

D'altra banda, si es comparen els resultats anteriors amb els de la mostra de responsables dels organismes que ofereixen algun tipus de suport, es pot comprovar que l'opinió d'aquesta mostra coincideix en gran manera amb la dels nous empresaris, ja que un 60 % d'aquests responsables van respondre tenir-ne una opinió global negativa.

Finalment, en aquest capítol s'ha assenyalat la falta d'adequació entre l'oferta de serveis oferts pels organismes i la demanda d'assistència requerida pels nous empresaris catalans. Principalment, aquesta situació es deu, d'una banda, a la falta de coordinació entre els organismes implicats, fet que comporta duplicacions i coincidències en l'oferta dels programes de suport, i de l'altra, a l'opinió global negativa de les mostres de nous empresaris sobre les mesures de suport existents a Catalunya, manifestada anteriorment. De totes maneres, és just indicar l'àmplia oferta de serveis d'assistència existent a Catalunya, així com el paper actiu en la millora de l'entorn de la creació d'empreses per part de totes les administracions implicades. En aquest sentit, un elevat percentatge de la mostra de responsables d'organismes de suport coincideix amb les mostres d'*empresaris actuals i potencials* a indicar la importància que s'inverteixin fons públics en ajudes a la creació d'empreses. Aquesta inversió ve justificada principalment per la incidència positiva que pot tenir la creació de noves empreses en el creixement econòmic i en la generació d'ocupació.

4

ACTITUDS CAP A LA CREACIÓ D'EMPRESES A CATALUNYA

«Les persones som emprenedores fins
que arribem al sistema educatiu.»
(Anònim)

En aquest capítol s'analitzen els factors institucionals informals que condicionen la creació d'empreses a Catalunya. S'hi estudien les percepcions i les actituds de la societat catalana amb relació al procés de creació d'empreses a partir de l'anàlisi del desig, la viabilitat i la intenció de fundar una empresa. També es detallen els factors que afavoreixen i els factors que dificulten la creació d'una empresa pròpia, així com els motius i frens més importants en el seu procés de creació, des del punt de vista dels individus enquestats. Finalment, s'analitza la imatge de l'empresari en la societat catalana quant al prestigi i als atributs relatius a aquesta imatge.

En aquesta fase de la investigació es replica l'estudi realitzat a Espanya per Genescà i Veciana (1984), i s'hi utilitza el mateix qüestionari complementat amb algunes preguntes referents a la viabilitat i a la imatge de l'empresari. A més a més, com ja es va assenyalar en el capítol 1 s'han considerat diverses mostres representatives de la societat catalana corresponents a tres col·lectius potencialment susceptibles d'arribar a ser empresaris: la *població general*, els *estudiants universitaris* i els *directius d'empresa*. També s'han inclòs en l'anàlisi de les actituds cap a la creació d'empreses dues mostres de nous empresaris catalans³⁸ amb la finalitat de contrastar la seva opinió amb la de la resta de col·lectius considerats. En aquest cas, no es va formular la qüestió sobre desig ja que òbviament els empresaris ja han demostrat que al seu dia van creure desitjable crear una empresa, encara que sí que es van tenir en compte els factors que l'afavoreixen i els factors que el dificulten, així com les motivacions i els frens en la creació de la dita empresa. D'altra banda, es van examinar la intenció i la viabilitat de crear «una altra» nova empresa en l'actualitat, analitzant la imatge de l'empresari des del punt de vista del col·lectiu d'empresaris.

Així, en aquest capítol es parteix de la base que els factors institucionals informals tenen un paper decisiu en la creació d'una empresa pròpia. S'entén, doncs, que percepcions i actituds positives de desig, viabilitat i intenció a l'hora de crear una empresa, així com una

38. Aquestes dues mostres de nous empresaris catalans (empresaris actuals i empresaris potencials) són les que ja s'han utilitzat en el capítol 3 per a l'estudi dels factors formals de l'entorn, pel que fa a l'anàlisi de la demanda de mesures de suport a la creació d'empreses.

imatge favorable de la funció empresarial i de la figura de l'empresari, influiran positivament en la creació de noves empreses a Catalunya.

De la mateixa manera, s'examinarà la relació de dependència entre les variables tipològiques dels individus de la mostra de la *població general* («sexe», «edat», «nivell d'estudis» i «antecedents d'empresaris a la família») i la percepció de «desig» i de «viabilitat», així com la «intenció» de crear una empresa pròpia.³⁹

4.1. CARACTERÍSTIQUES DE LES MOSTRES

A continuació es presenten mitjançant taules les característiques tipològiques més rellevants de les mostres considerades en l'anàlisi de l'entorn institucional informal de la creació d'empreses a Catalunya.

4.1.1. Mostra de la població general

A la taula 4.1 s'observa que de les 608 persones enquestades de la mostra de la *població general* catalana, el percentatge de dones (51,6 %) és lleugerament superior al d'homes (48,4 %), gairebé el 70 % es troba en edats compreses entre 36 anys o més de 36 (amb una edat mitjana de 47,3) i que la majoria han nascut a Catalunya (64,3 %), concretament el 48 % a Barcelona. Quant al nivell d'estudis, la major part de la mostra ha cursat estudis primaris (43,2 %) o secundaris (24,7 %). Les professions dels enquestats amb percentatges més elevats són la d'obrer (20,6 %), empleat del sector públic (17,9 %) o mestressa de casa (14,3 %). A més a més, el percentatge de persones sense antecedents d'empresaris a la família és superior al d'aquells altres que compten amb aquests antecedents (42,6 per 57,6 %).

39. Per mesurar les relacions de dependència i comprovar-ne la significació estadística, es va aplicar el test de la chi-quadrat (χ^2).

Taula 4.1. Característiques de la mostra de la població general catalana, en percentatges

		Població general (%) n = 608
Sexe	Masculí	48,4
	Femení	51,6
Edat	De 21 a 28 anys	16,9
	De 29 a 35 anys	14,1
	De 36 a 45 anys	18,4
	De 46 a 60 anys	23,2
	Més de 60 anys	27,3
Lloc de naixement	Barcelona	48,0
	Tarragona	5,9
	Lleida	4,4
	Girona	5,9
	Altres regions d'Espanya	33,9
	Un altre	1,8
Nivell d'estudis	Sense estudis	12,0
	Estudis primaris	43,2
	Formació professional*	9,2
	Estudis secundaris	24,7
	Estudis universitaris	9,7
	Terçer cicle universitari (màster/doctorat)	1,2
Antecedents empresaris a la família	Sí	42,6
	No	57,4
Professió	Professió liberal (<i>free-lance</i>)	2,3
	Empresari	8,9
	Executiu de gran empresa	9,5
	Cap intermedi d'empresa	5,7
	Obrer	20,6
	Empleat administratiu	11,7
	Empleat del sector públic	17,9
	Mestressa de casa	14,3
	Una altra	9,1

* Inclou també els cicles formatius.

4.1.2. Mostres d'estudiants universitaris

Les mostres d'estudiants de Catalunya es van dividir en *estudiants procreació d'empreses* (aquells que procedien d'estudis universitaris com ara Economia, Administració d'empreses

i Enginyeria), *estudiants no-procreació d'empreses* (procedents de la resta d'estudis universitaris) i *estudiants de l'assignatura de creació d'empreses* (alumnes que cursaven aquesta assignatura).

Segons es reflecteix a la taula 4.2, tant la mostra d'*estudiants procreació d'empreses* (formada per 837 individus) com la d'*estudiants de l'assignatura de creació d'empreses* (de 591 individus) reflecteixen una representació notable dels homes davant del col·lectiu femení (59,4 % i 52,7 %, respectivament), mentre que per a la mostra d'*estudiants universitaris no-procreació d'empreses* (composta per 435 individus) són les dones les qui tenen un percentatge més elevat (54,9 %). Les tres mostres coincideixen que la majoria dels estudiants enquestats es troben entre els 20 i els 25 anys (el 80 %, aproximadament), que han nascut a Barcelona (52,3 % per als *estudiants procreació d'empreses* i sobre el 80 % per a les altres dues mostres) i són al 4t curs dels estudis que realitzen (sobre el 60 %).

Quant als antecedents d'empresaris a la família, les mostres d'*estudiants procreació i no-procreació d'empreses* coincideixen que més de la meitat no tenen empresaris a la família (51,5 % i 52,2 %, respectivament), mentre que ocorre el contrari per a la mostra d'*estudiants de l'assignatura de creació d'empreses*, on el 51,3 % sí que tenen familiars pròxims que són empresaris. Resulta molt interessant comprovar que el percentatge més elevat amb empresaris a la família correspon a la mostra d'*estudiants de l'assignatura de creació d'empreses*, que confirma la hipòtesi plantejada per la literatura sobre el tema, la qual exposa que bona part dels empresaris sorgeixen de famílies d'empresaris. No obstant això, sorprèn que no hi hagi diferències importants en aquest sentit entre les mostres d'*estudiants procreació i no-procreació d'empreses*.

Amb referència a les professions del pare i de la mare dels enquestats, en la mateixa taula es pot apreciar que per a les tres mostres d'estudiants catalans el percentatge més elevat amb relació a la professió del pare correspon a la d'«obrer» (amb un percentatge proper al 20 %), encara que és important assenyalar que per als *estudiants procreació d'empreses* i els de *l'assignatura de creació d'empreses*, la segona professió amb més percentatge va resultar ser la d'«empresari» (amb un 15,8 % i un 22,8 %, respectivament), mentre que per a la mostra d'*estudiants no-procreació d'empreses* va ser la «professió liberal o *free-lance*» (amb un 23,0 %). Pel que fa a la professió de la mare, segons la mostra d'*estudiants procreació d'empreses*, és la «professió liberal o *free-lance*» la que assoleix un percentatge més alt (11,7 %). Per la seva banda, les altres dues mostres d'estudiants assenyalen que la professió amb percentatges més elevats és la d'«administrativa», amb un 19,9 % (*estudiants no-procreació d'empreses*) i un 15,9 % (*estudiants de l'assignatura de creació d'empreses*). Cal destacar que en les tres mostres considerades, el percentatge de mares empresàries és molt reduït en comparació amb el de pares, i que només per als *estudiants de l'assignatura de creació d'empreses* supera el 10 %.

D'aquesta manera, és interessant comprovar que a excepció de la variable sexe i la d'empresaris a la família, les característiques de les diverses mostres d'*estudiants* considerades coincideixen en termes generals.

Taula 4.2. Característiques de les mostres d'estudiants universitaris de Catalunya, en percentatges

	Estudiants No-pro CE* (%) n = 535	Estudiants Assignatura CE (%) n = 491	Estudiants pro CE (%) n = 837
Sexe			
Masculí	45,1	52,7	59,4
Femení	54,9	47,3	40,6
Edat			
Menys de 20 anys	4,3	3,9	2,7
Entre 20 i 25 anys	79,5	85,7	82,7
Entre 26 i 35 anys	8,3	9,2	12,5
Més de 35 anys	7,9	1,2	2,0
Lloc de naixement			
Barcelona	84,6	79,0	52,3
Tarragona	1,8	1,4	5,5
Lleida	2,4	1,6	17,8
Girona	4,7	2,6	13,9
Altres regions d'Espanya	4,1	8,0	7,4
Un altre	2,4	7,4	3,1
Any acadèmic			
Tercer	26,4	26,1	25,6
Quart	55,5	58,9	64,0
Un altre	18,1	15,1	9,9
No respon	–	–	0,5
Professió del pare			
Professió liberal	23,0	13,6	14,1
Empresari	9,8	22,8	15,8
Executiu de gran empresa	1,2	10,2	14,3
Obrer	24,4	23,8	18,3
Empleat administratiu	17,1	8,4	5,9
Empleat del sector públic	11,6	6,5	8,2
Un altre	12,8	14,7	22,6
No respon	–	–	0,8

Continua →

Professió de la mare			
Professió liberal	18,7	10,4	11,7
Empresària	4,5	10,6	8,2
Executiva de gran empresa	0,4	3,5	3,5
Obrera	17,5	14,3	8,9
Empleada administrativa	19,9	15,9	8,1
Empleada del sector públic	10,2	8,4	9,2
Mestressa de casa	9,3	8,1	8,2
Un altre	17,3	26,6	41,1
No respon	2,2	1,7	1,1
Antecedents d'empresaris a la família			
Sí	47,8	51,3	48,3
No	52,2	48,7	51,5
No respon	–	–	0,2

* CE: creació d'empreses.

4.1.3. Mostra de directius d'empresa

Segons s'observa a la taula 4.3, de les 92 persones enquestades de la mostra de *directius d'empresa* de Catalunya, el percentatge d'homes (76,1 %) és molt superior al de dones (23,9 %), gairebé el 80 % té una edat compresa en el segment de més de 35 anys, i majoritàriament el lloc de naixement és Catalunya (71,7 %), en particular Barcelona, amb un 60,9 %. Bona part dels directius han cursat estudis universitaris (78,2 %), essent les llicenciatures de Psicologia (26,1 %), Ciències empresarials (17,4 %) i Dret (15,2 %) les que obtenen els percentatges més elevats.

La professió del pare dels enquestats amb més percentatge és la de «professió liberal o *free-lance*» (20,7 %), encara que cal destacar que la següent és la d'«empresari», amb un 17,4 %. Referent a la professió de la mare, és la de «mestressa de casa» la que té un percentatge més elevat (26,1 %). És interessant ressaltar també l'elevat percentatge de directius que tenen antecedents d'empresaris a la família (64,1 %).

Amb referència a la grandària de l'empresa (en nombre de treballadors), en la qual els directius de la mostra exerceixen la seva professió, gairebé el 60 % es tracta d'empreses de més de 250 empleats (el 32,6 % en empreses d'entre 250 i 1.000 empleats, i el 25 % en empreses de més de 1.000 empleats). La gran majoria (77,2 %) són directors de recursos humans.

Taula 4.3. Característiques de la mostra de directius d'empresa de Catalunya, en percentatges

		Directius d'empresa (%) n = 92
Sexe		
	Masculí	76,1
	Femení	23,9
Edat		
	De 21 a 25 anys	1,1
	De 26 a 35 anys	19,5
	Més de 35 anys	79,4
Lloc de naixement		
	Barcelona	60,9
	Tarragona	4,4
	Lleida	3,2
	Girona	3,2
	Altres regions d'Espanya	23,9
	Un altre	4,4
Formació		
	Ciències empresarials	17,4
	Ciències econòmiques	9,8
	Enginyeria superior	6,5
	Enginyeria tècnica	3,2
	Dret	15,2
	Psicologia	26,1
	Altres	16,4
	No respon	5,4
Antecedents empresaris a la família		
	Sí	64,1
	No	35,9

Continua →

Professió del pare

Professió liberal (<i>free-lance</i>)	20,7
Empresari	17,4
Executiu de gran empresa	11,9
Obrer	7,6
Empleat administratiu	5,4
Empleat del sector públic	10,8
Una altra	20,7
No respon	5,4

Professió de la mare

Professió liberal	13,0
Empresària	4,4
Executiva de gran empresa	5,4
Obrera	10,9
Empleada administrativa	11,9
Empleada del sector públic	7,6
Mestressa de casa	26,1
Una altra	16,3
No respon	4,4

Grandària de l'empresa

Menys de 50 empleats	20,7
De 50 a 249	16,3
De 250 a 1.000	32,6
Més de 1.000 empleats	25,0
No respon	5,4

Lloc que ocupa

Director de recursos humans	77,2
Tècnic de recursos humans	8,7
Consultor	7,6
Un altre	6,5

Així doncs, les dades aportades per les mostres anteriors defineixen un perfil tipològic específic per a cada col·lectiu considerat de la societat catalana, malgrat les similituds obtingudes en algunes variables.

4.2. ACTITUDS CAP A LA CREACIÓ D'EMPRESES PER PART DE LA SOCIETAT CATALANA

En aquest apartat es presenten els resultats referents a la percepció de desig, viabilitat i intenció de crear una empresa pròpia per part de les mostres descrites anteriorment (*població general, estudiants universitaris i directius d'empresa*). El qüestionari utilitzat per a l'anàlisi dels factors informals de l'entorn va incloure, entre d'altres, preguntes que feien referència al desig («considera vostè que és desitjable el fet de crear o fundar una empresa pròpia?»), a la viabilitat («considera vostè que és més fàcil o més difícil crear una empresa en l'actualitat que en dècades anteriors?») i a la intenció («ha pensat vostè seriosament a crear o fundar una empresa pròpia?»).

4.2.1. Desig de crear una empresa

Quant al desig de crear una empresa pròpia, la taula 4.4 mostra que l'actitud cap a la creació d'empreses en la societat catalana és clarament positiva, amb un mitjana de 76,3 %. Cal destacar que el percentatge més elevat correspon als *estudiants de l'assignatura de creació d'empreses* (89,6 %) i el més reduït als *estudiants no-procreació d'empreses* (59,1 %), encara que fins en aquest cas molt per sobre del percentatge de respostes de no-desig (40,9 %). De totes maneres, és necessari tenir en compte que el desig, malgrat ser una condició molt important en el procés intencional de creació, pot portar o no a la decisió final de fundar una empresa. Més endavant observarem resultats al respecte d'això.

Taula 4.4. Percepció de desig de crear una empresa pròpia per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges

Desig	Catalunya (%)					Desig mitjà
	Població General	Estudiants universitaris No-proCE	Assig. CE	proCE	Directius d'empresa	
Sí	80,6	59,1	89,6	74,4	77,9	76,3
No	19,4	40,9	10,4	25,6	19,2	23,1
No ho indica	–	–	–	–	2,9	0,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Les dades de la taula anterior difereixen d'altres estudis en què els percentatges de desig són més reduïts. Per exemple, en el treball de Walstad i Kourilsky (1998) sobre les actituds cap a la creació d'empreses de joves nord-americans (negres i blancs) d'entre 14 i 19 anys, es reflecteix que el 75 % de la mostra de negres i el 63 % de la de blancs van respon-

dre tenir el desig de fundar una empresa pròpia. En aquest sentit, sorprèn en gran manera el fet que els individus de la mostra catalana responguessin tenir més desig que les mostres de joves dels Estats Units, pel fet que en aquest país s'observen nivells elevats de creació d'empreses («*Global Entrepreneurship Monitor*», 2003 i 2004; i «*Flash Eurobarometer: Entrepreneurship*», 2002).

Pel que fa a les diferents mostres d'estudiants universitaris, és interessant destacar que per a la mostra d'*estudiants no-procreació d'empreses*, malgrat que la majoria (59,1 %) van contestar afirmativament, el percentatge és més reduït en comparació amb les altres dues mostres catalanes. Així doncs, sembla que hi ha una relació de dependència entre el caràcter més empresarial dels estudis cursats i el desig de crear una empresa, encara que no s'hagi contrastat estadísticament. A més a més, si considerem la mostra d'*estudiants procreació d'empreses* d'Espanya (Genescà i Veciana, 1984), es comprova que el percentatge de desig positiu és només del 56,8 %, i acaba essent el més reduït de tots. Aquest fet sembla indicar que l'actitud cap a la creació d'empreses quant al desig ha canviat de manera important en aquestes últimes dècades i s'ha convertit en l'actualitat en molt més positiva. Malgrat això, un estudi realitzat als Estats Units per Brenner, Pringle i Greenhaus (1991) a partir d'una mostra d'estudiants de postgrau en Administració d'empreses indica que només un 54,8 % va respondre tenir el desig de fundar una empresa pròpia, fet que novament contrasta amb la idea tan generalitzada que es té sobre l'actitud positiva cap a la creació d'empreses per part de la societat nord-americana. El desig també hi ha millorat amb els anys en la mostra de *directius d'empresa*, on passa d'un 72,2 % en els anys 80 (Genescà i Veciana, 1984) a un 77,9 % en l'actualitat.

4.2.2. Viabilitat de crear una empresa

Amb referència a la viabilitat, la taula 4.5 reflecteix una actitud general negativa de viabilitat cap a la creació d'empreses en la societat catalana (amb un percentatge mitjà del 57,4 %). En efecte, la major part de la mostra de la *població general* catalana i de les mostres d'*estudiants* pensa que és més difícil crear una empresa en l'actualitat que en dècades anteriors. No obstant això, cal destacar que per a la mostra de *directius d'empresa*, l'actitud de viabilitat sí que és positiva, perquè gairebé un 60 % pensa el contrari.

Aquestes dades contrasten amb l'opinió de les mostres de la *població* i d'*estudiants* catalans relativa al desig, ja que mentre que un alt percentatge d'aquestes va respondre tenir el desig de crear una empresa, també un elevat percentatge va demostrar tenir una percepció negativa de viabilitat.

Segurament la viabilitat positiva per part de la mostra de *directius* es deu al seu millor coneixement de l'entorn empresarial així com del procés de creació d'empreses.

A diferència de les mostres de la *població general* i dels *estudiants universitaris* catalans, però coincidint amb la mostra de *directius d'empresa*, un alt percentatge de les mostres d'empresaris, tant actuals (56,7 %) com potencials (50,6 %), consideren que és més fàcil en

Taula 4.5. Resum de la percepció de viabilitat de crear una empresa pròpia per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges

Viabilitat	Catalunya (%)				Viabilitat mitjana	
	Població general	No-proCE	Assig. CE	proCE	Directius d'empresa	
Més fàcil	38,5	30,7	47,9	32,1	59,3	41,7
Més difícil	61,5	69,3	52,1	67,9	36,3	57,4
No ho indica	–	–	–	–	4,4	0,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

l'actualitat crear una empresa que en dècades passades. Cal destacar també que un percentatge no menyspreable d'aquestes mostres van opinar que és igual de fàcil o difícil fundar una empresa en l'actualitat que en èpoques anteriors (13,3 % per als *empresaris actuals* i 14,9 % per als *empresaris potencials*).

Si comparem els resultats anteriors amb els de l'estudi de Veciana (1998) centrat en una mostra d'estudiants de l'assignatura de creació d'empreses a Catalunya, es pot comprovar un canvi dràstic en la percepció de viabilitat en relació amb el principi i el final del curs. D'aquesta manera, a l'inici del curs la viabilitat era molt negativa (73,7 %), mentre que al final la viabilitat va resultar ser molt positiva, ja que prop del 70 % va respondre que era més fàcil crear una empresa en l'actualitat que en dècades anteriors. Així doncs, aquestes dades semblen indicar que els continguts impartits en el curs de creació d'empreses han causat efecte en els alumnes i els ha canviat la manera de pensar respecte d'això.

4.2.3. Intenció de crear una empresa

La taula 4.6 mostra que la intenció de crear una empresa per a la mitjana de la societat catalana és elevada (ja que de forma agregada un 59,6 % va respondre afirmativament, pel 34,4 % que ho va fer negativament), malgrat que el percentatge de respostes afirmatives correspon majoritàriament a «sí, vagament» (35,7 %), mentre que les respostes negatives «no, mai» corresponen al 31,8 %. Així doncs, aquesta taula reflecteix que els percentatges més elevats d'intenció són els de la mostra de *directius d'empresa*, on el 25 % va respondre tenir el propòsit ferm de fundar una empresa. També destaca (encara que més reduït), el percentatge de 10 % de la mostra d'estudiants de l'assignatura de creació d'empreses que va respondre en aquest sentit. D'altra banda, cal assenyalar que tant per a aquesta última mostra com per a la d'estudiants *procreació d'empreses*, els percentatges que van respondre «sí, vagament» són molt elevats i superen el 50 %. A l'últim, les mostres que van expressar tenir menys intenció van ser la d'estudiants *no-procreació d'em-*

preses i la mostra de la *població general*, on un 55,8 % i un 54,1 %, respectivament, van respondre «no, mai». De totes maneres, cal recordar que, a diferència de les altres mostres considerades, en la de la *població general* hi havia un 14 % que van respondre ser empresaris.

Taula 4.6. Comparació de la intenció de crear una empresa pròpia per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges

Intenció	Catalunya (%)				Intenció mitjana		
	Població general	Estudiants universitaris No-proCE	Assig. CE	ProCE	Directius d'empresa	Desagreg. Agregada	
Sí, ferm propòsit	4,1	2,8	10,0	4,1	25,0	9,2	
Sí, seriosament	11,7	5,3	18,7	12,3	35,3	16,7	
Sí, vagament	13,3	35,4	56,8	51,8	21,2	35,7	61,6
No, integració a l'empresa familiar	1,2	2,4	3,5	4,3	1,4	2,6	
No, mai	55,8	54,1	11,0	27,4	10,3	31,8	34,6
Sóc empresari	14,0	–	–	–	–	2,8	
Altres	–	–	–	–	3,4	0,6	
No ho indica	–	–	–	–	3,4	0,6	

En vista a aquests resultats, el fet que sigui la mostra de *directius* al costat de la d'*estudiants de l'assignatura de creació d'empreses* les que tenen un grau més alt d'intenció, estaria en la línia que confirma els plantejaments que relacionen d'una banda, el coneixement de l'entorn empresarial per part dels directius i, d'una altra, els coneixements adquirits en l'*assignatura de creació d'empreses* per part dels estudiants que cursen la dita assignatura, amb la intenció de fundar una empresa pròpia.

Amb referència a la pregunta efectuada a les mostres d'empresaris sobre si tornarien a crear una altra empresa, la resposta va ser majoritàriament positiva per a la mostra d'*empresaris actuals* (76,7 %), i destaca el fet que d'aquest percentatge gairebé un terç ja estaven en procés de crear la nova empresa i que un altre terç tenia el ferm propòsit de fer-ho en el termini d'un any. Quant a la mostra d'*empresaris potencials*, dels que finalment van acabar creant l'empresa (34,5 %) només el 4,7 % es trobaven en procés de crear una altra empresa, fet totalment comprensible perquè n'acabaven de fundar una recentment, mentre que el 54,2 % van respondre que tornarien a crear una altra empresa, encara que sense tenir clar, en la majoria dels casos, quan.

Així doncs, com a síntesi dels diferents aspectes considerats en aquest apartat, es podria dir que percepcions de desig i de viabilitat positives poden resultar en la intenció de crear una empresa, encara que la relació concreta d'aquestes tres variables (desig, viabilitat

i intenció) caldria explicar-la d'una manera més específica i rigorosa. Fins aquí, només podem intuir-la.

4.2.4. Relacions de dependència entre les variables tipològiques i el desig, la viabilitat i la intenció de crear una empresa per a la mostra de la població general

A continuació, a les taules 4.7, 4.8 i 4.9 s'analitza mitjançant encreuaments si alguna de les variables tipològiques («sexe», «edat», «nivell d'estudis» i «antecedents d'empresaris a la família») influeix de manera significativa en el desig, la viabilitat i la intenció de crear una empresa pròpia.⁴⁰

En primer lloc, quant al desig, els nivells de significació del test estadístic de la chi-quadrat (χ^2)⁴¹ posen de manifest que per a la mostra de la *població general* catalana el desig de crear una empresa dependrà de la variable tipològica «sexe», a un nivell de significació estadística del 95 %, i de la variable «antecedents d'empresaris a la família», a un nivell de significació del 90 %.

Més concretament, a la taula 4.7 s'observa que per a aquesta mostra i per a l'encreuament de la variable «sexe» amb la variable «desig de crear una empresa», el percentatge d'homes que desitgen crear una empresa (86,4 %) és superior al de les dones (75,2 %), i també és superior al percentatge total de la mostra que havia respost afirmativament a la pregunta (80,6 %). A més, d'aquesta taula es conclou que el percentatge referent als individus de la mostra catalana que compten amb antecedents d'empresaris a la família i que van respondre tenir el desig de fundar una empresa (83,4 %) és superior al percentatge d'aquells que no tenen empresaris a la família (78,5 %) i, al seu torn, és superior al total de la mostra que va respondre afirmativament (80,6 %).

D'aquesta manera, es pot dir que els homes de la mostra de la *població general* catalana consideren més desitjable la creació d'una empresa pròpia que les dones, de la mateixa manera que els individus amb empresaris a la família també reflecteixen una actitud més favorable que aquells que no tenen presència d'empresaris a la família.

40. Amb el propòsit de contrastar si totes dues variables considerades actuen independentment o, al contrari, estan associades entre si, s'ha procedit a contrastar la hipòtesi nul·la H_0 : «hi ha independència entre ambdues variables», davant la hipòtesi alternativa H_a : «no hi ha independència entre ambdues variables», a partir del test estadístic de la chi-quadrat.

41. Per poder utilitzar el test de la chi-quadrat s'han de complir les dues condicions següents:

- a) No pot haver-hi més d'un 20 % de caselles amb una freqüència esperada inferior a 5.
- b) La freqüència mínima esperada no pot ser inferior a 1.

Taula 4.7. Taula de contingència de l'encreuament entre el desig de crear una empresa i les variables tipològiques de la mostra de la població general de Catalunya, en percentatges

Catalunya (població general)		Desig		Test estadístic Valor de Chi-quadrat
Variables tipològiques		(%)		
		Sí	No	
Sexe	Masculí	86,4	13,6	$\chi^2 = 12,254^{**}$
	Femení	75,2	24,8	
Edat (en intervals d'anys)	De 21 a 28 anys	80,6	19,4	$\chi^2 = 1,630$
	Entre 29 i 35	81,4	18,6	
	Entre 36 i 45	77,7	22,3	
	Entre 46 i 60	83,7	16,3	
	Més de 60 anys	79,5	20,5	
Nivell d'estudis	Sense estudis	87,7	12,3	$\chi^2 = 8,951$
	Primaris	77,2	22,8	
	Formació professional	80,4	19,6	
	Secundaris	81,3	18,7	
	Universitaris	88,1	11,9	
	Tercer cicle	77,1	22,9	
Empresaris a la família	Amb antecedents	83,4	16,6	$\chi^2 = 2,271^*$
	Sense antecedents	78,5	21,5	
Total desig de crear una empresa		80,6	19,4	

** Sig < 0,05

* Sig < 0,10

En segon lloc, de la taula 4.8 es desprèn que només el «sexe» influeix significativament sobre la viabilitat de fundar una empresa, en un contrast χ^2 al nivell del 90 %. En aquest sentit, a la taula 4.8 s'observa que el percentatge de respostes que van indicar que és més difícil crear una empresa en l'actualitat que en èpoques anteriors corresponent al gènere femení (64,1 %) supera el del gènere masculí (58,9 %) i el percentatge total de la mostra (61,5 %). Aquest encreuament revela, doncs, que per a la mostra de la població general catalana, malgrat que ambdós sexes van expressar una percepció negativa de la viabilitat, les dones veuen encara més difícil que els homes el fet de crear una empresa en l'actualitat amb relació a temps passats.

Taula 4.8. Taula de contingència de l'encreuament entre la viabilitat de crear una empresa i les variables tipològiques de la mostra de la població general de Catalunya, en percentatges

CATALUNYA (població general)		VIABILITAT		Test estadístic Valor de Chi-quadrat
Variables tipològiques		(%)		
		Més fàcil	Més difícil	
Sexe	Masculí	41,1	58,9	$\chi^2 = 0,654^*$
	Femení	35,9	64,1	
Edat (en intervals d'anys)	De 21 a 28 anys	38,8	61,2	$\chi^2 = 2,822$
	Entre 29 i 35	36,0	64,0	
	Entre 36 i 45	43,8	56,3	
	Entre 46 i 60	34,0	66,6	
	Més de 60 anys	28,2	60,2	
Nivell d'estudis	Sense estudis	39,7	60,3	$\chi^2 = 3,632$
	Primaris	36,9	63,1	
	Formació professional	39,3	64,0	
	Secundaris	36,0	60,7	
	Universitaris	49,2	50,8	
	Tercer cicle	42,9	57,1	
Empresaris a la família	Amb antecedents	37,8	62,2	$\chi^2 = 0,080$
	Sense antecedents	39,0	61,0	
Total viabilitat	Crear una empresa	38,5	61,5	

** Sig < 0,05

* Sig < 0,10

Finalment, pel que fa a l'anàlisi de dependència entre les variables tipològiques i la intenció de crear una empresa, la taula 4.9 posa de manifest que per a la mostra de la població general de Catalunya el « *sexe* » i l'« *edat* » influeixen sota un contrast χ^2 en la intenció de fundar una empresa al nivell de significació estadística del 99 %, mentre que els « *antecedents d'empresaris a la família* » també influeixen, però al nivell del 95 %.

Taula 4.9. Taula de contingència de l'encreuament entre la intenció de crear una empresa i les variables tipològiques de la mostra de la població general de Catalunya, en percentatges

Catalunya (població general)		Intenció					Test estadístic	
Variables tipològiques		Sí, ferm propòsit	Sí, seriosament	Sí, vagament	No, però integració empresa fam.	No, mai	Sóc empresari/-ària	Valor Chi-quadrat
Sexe	Masculí	5,8	17,7	16,3	1,0	41,8	17,3	$\chi^2 = 51,689^{***}$
	Femení	2,5	6,1	10,5	1,3	68,8	10,8	
Edat (en intervals d'anys)	De 21 a 28 anys	7,8	10,7	29,4	2,9	42,4	6,8	$\chi^2 = 56,537^{***}$
	Entre 29 i 35	5,8	9,3	22,1	2,3	43,0	17,4	
	Entre 36 i 45	5,4	16,2	18,8	0,9	42,8	16,1	
	Entre 46 i 60	1,4	12,8	7,1	0,7	61,0	17,0	
	Més de 60 anys	1,3	9,6	6,6	-	69,8	12,6	
Nivell d'estudis	Sense estudis	2,7	13,7	8,2	1,4	61,6	12,4	$\chi^2 = 32,825$
	Primaris	3,8	9,5	12,5	-	62,0	6,3	
	Formació professional	3,6	8,9	17,9	3,6	51,8	14,3	
	Secundaris	4,7	17,3	16,0	1,3	42,7	18,0	
	Universitaris	6,8	6,8	13,6	3,4	55,9	13,6	
	Tercer cicle	-	14,3	-	-	71,4	14,3	
Empresaris a la família	Amb antecedents	3,9	12,4	14,7	2,3	45,2	21,6	$\chi^2 = 34,569^{**}$
	Sense antecedents	4,3	11,2	12,3	0,3	63,6	8,3	
Total intenció de crear una empresa		4,1	11,7	13,3	1,3	55,8	14,0	

*** Sig < 0,01

** Sig < 0,05

Referent a la variable «sexe», de la taula 4.9 es conclou que el percentatge d'homes de la mostra de la *població general* catalana que va respondre «sí, tinc el ferm propòsit de crear una empresa pròpia» és més elevat que el de dones (5,8 % per 2,5 %) i més elevat que el total de la mostra (4,1 %). Igual succeeix per a la resposta «sí, he pensat seriosament a crear una empresa pròpia», on el percentatge del gènere masculí (17,7 %) que va respondre en aquest sentit és molt més elevat que el del gènere femení (6,1 %), i alhora és superior al total de la mostra (11,7 %). D'altra banda, el percentatge de dones (68,8 %) que van respondre «no, mai no he pensat a crear una empresa pròpia» és molt superior al percentatge d'homes (41,8 %) i al total de la mostra (55,8 %). De la mateixa manera, quant a la variable «edat»,

aquesta taula recull que el percentatge més elevat en la resposta «sí, tinc el ferm propòsit de crear una empresa» correspon al grup d'edat d'entre 21 i 28 anys (7,8 %), mentre que el percentatge més reduït és el del grup de més de 60 anys (1,3 %), essent el percentatge total de la mostra de 4,1 %. En aquest sentit, es pot afirmar que com més gran, menys intenció es té de crear una empresa. El contrari succeeix per a la resposta «no, mai no he pensat a crear una empresa», on el percentatge més elevat es troba en el grup d'edat de més de 60 anys (69,8 %) i el més reduït és per a les edats d'entre 21 i 28 anys (42,4 %), essent el percentatge total de la mostra de 55,8 %. En aquest cas, com més gran és la persona, més negativa és la intenció de crear una empresa pròpia. A l'últim, en relació amb la variable «antecedents d'empresaris a la família», de la mateixa taula cal ressaltar que el percentatge de la resposta «no, mai no he pensat a crear una empresa» és més elevat entre els individus de la mostra que no tenen empresaris a la família (63,6 %) que entre aquells que sí que els tenen (45,2 %), i alhora superior al percentatge total de la mostra (55,8 %). Així mateix, aquests resultats es veuen corroborats amb tots els percentatges superiors per part dels enquestats que tenen presència d'empresaris a la família en les respostes afirmatives d'intenció. D'aquesta manera, pot afirmar-se que per a la mostra de la població general catalana, els individus que tenen empresaris a la família tenen més intenció de crear una empresa, mentre que els que no tenen empresaris a la família demostren menys intenció.

Com a resum, a la taula 4.10 es presenten les relacions de dependència estadísticament significatives entre les variables tipològiques («sexe», «edat», «nivell d'estudis» i «antecedents d'empresaris a la família») i el desig, la viabilitat i la intenció de crear una empresa per a la mostra de la població general catalana.

Segons aquesta taula, el desig de crear una empresa vindrà explicat per la variable «sexe» i els «antecedents d'empresaris a la família»; la viabilitat, pel «sexe» i la intenció, també pel «sexe», l'«edat» i els «empresaris a la família».

Taula 4.10. Resum de l'existència de relacions de dependència entre el desig de crear una empresa i les variables tipològiques de les mostres de Catalunya, en percentatges

Població general	Desig	Viabilitat	Intenció
Sexe	Sí **	Sí **	Sí ***
Edat	–	–	Sí ***
Nivell d'estudis (estudis cursats)	–	–	
Empresaris a la família	Sí *	Sí **	

*** Sig < 0,01; ** Sig < 0,05; * Sig < 0,10

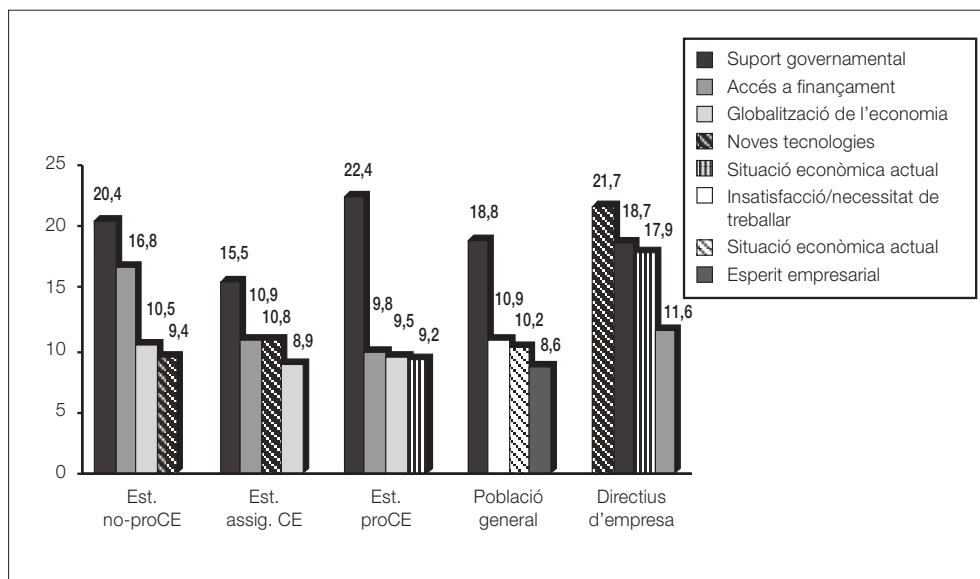
4.3. FACTORS QUE AFAVOREIXEN I FACTORS QUE DIFICULTEN LA CREACIÓ DE NOVES EMPRESSES SEGONS LA SOCIETAT CATALANA

En aquest apartat es presenten els resultats relatius als factors que afavoreixen i els factors que dificulten la creació de noves empreses en l'actualitat segons les mostres de la *població general*, dels *estudiants universitaris* i dels *directius d'empresa* de Catalunya, incloent-hi també les mostres d'empresaris. En aquest cas, el qüestionari utilitzat per a l'anàlisi dels factors informals va incloure dues preguntes obertes respecte d'això: «quins són al seu parer els factors que afavoreixen la creació d'empreses en l'actualitat i quins són al seu parer els factors que dificulten la creació d'empreses en l'actualitat?».

4.3.1. Factors que afavoreixen la creació de noves empreses

La figura 4.1 reflecteix que el factor que afavoreix la creació d'empreses escollit com a més rellevant per part de les mostres d'*estudiants universitaris* i de la *població general* catalana és el «suport governamental». Només per a la mostra de *directius d'empresa* és un altre factor l'indicat com a més rellevant (les «noves tecnologies») encara que el «suport governamental» continua essent important amb un percentatge elevat.

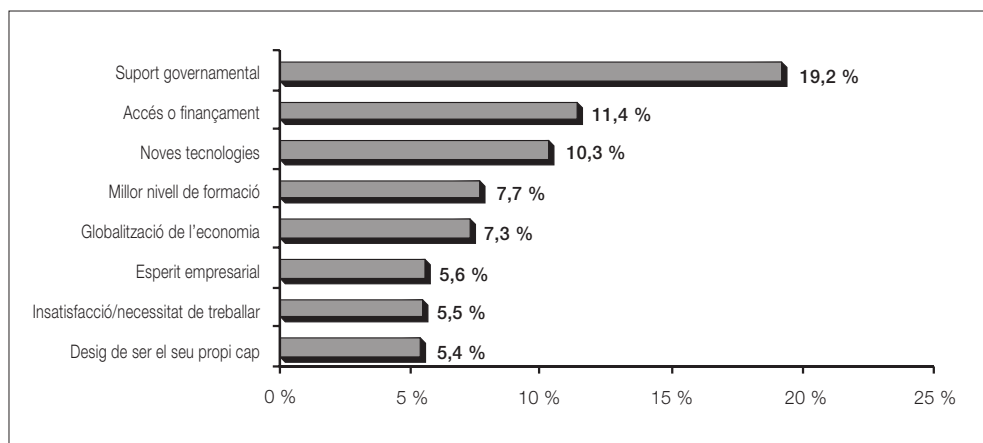
Figura 4.1. Comparació dels 4 factors més rellevants que afavoreixen la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana, en percentatges



Font: elaboració pròpia.

De la mateixa manera, a la figura 4.2, i com a complement als resultats anteriors, es recull una síntesi dels factors que afavoreixen la creació d'empreses per a totes les mostres de la societat catalana. En aquesta figura s'observa que com a mitjana els factors més rellevants són el «suport governamental» (amb un 19,8 %), l'«accés al finançament» (12,6 %) i les «noves tecnologies» (12,4 %).

Figura 4.2. Mitjana dels factors més rellevants que afavoreixen la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana, en percentatges



Font: elaboració pròpia

D'altra banda, la taula 4.11 recull les respostes de les mostres d'empresaris de Catalunya a la pregunta sobre els factors que afavoreixen la creació d'empreses «quins van ser els factors que més van afavorir la creació de la seva pròpia empresa?», en què destacava el «suport governamental» (23,3 %) i l'«augment de demanda» (21,7 %), segons els *empresaris actuals*, i el «suport governamental» (19,2 %) i les «noves tecnologies» (17,6 %), per part dels *potencials*.

Així doncs, s'observa que paradoxalment les mostres d'empresaris considerades coincideixen amb la resta de mostres de la societat catalana a situar en primer lloc el suport governamental, malgrat que en el capítol 3, dedicat als factors formals, les mateixes mostres d'*empresaris* mostraven tenir una opinió negativa de les mesures de suport a la creació d'empreses.

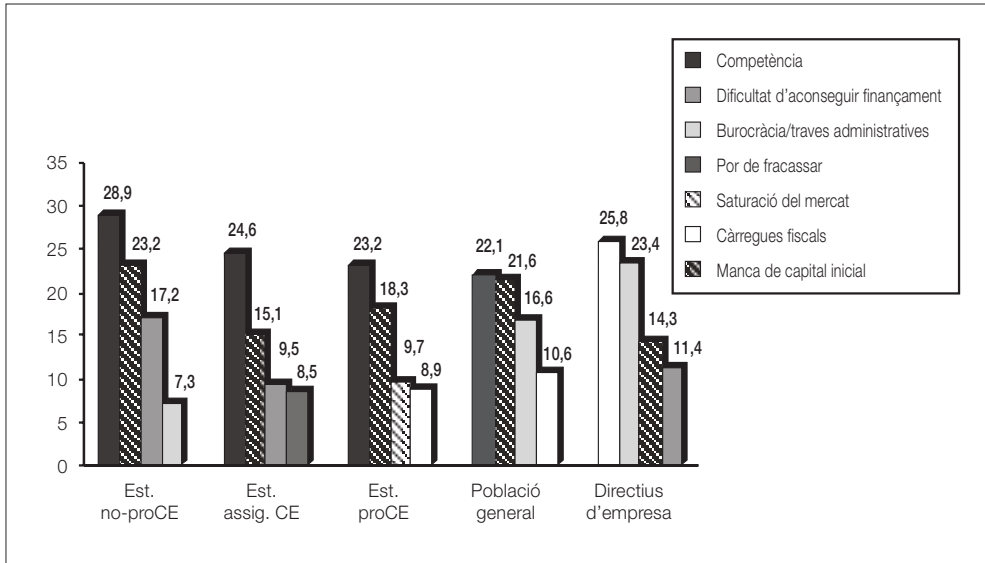
Taula 4.11. Factors més rellevants que afavoreixen la creació de noves empreses en l'actualitat, en percentatges. Comparació entre les mostres d'*empresaris actuals* i *potencials* de Catalunya

Factors que l'afavoreixen	Catalunya			
	Empresaris actuals %	Ordre	Empresaris potencials %	Ordre
Suport governamental (política pública)	23,3	1	19,2	1
Augment en la demanda	21,7	2	14,3	4
Disposar de personal competent	16,7	3	–	
Esperit empresarial	15,0	4	12,7	5
Millor nivell de formació	13,3	5	11,8	6
Globalització de l'economia	–		17,2	3
Noves tecnologies	–		17,6	2
Altres	10,0		7,2	
Total	100,0		100,0	

4.3.2. Factors que dificulten la creació de noves empreses

A la figura 4.3. s'observa que mentre que per a les mostres d'*estudiants universitaris* el factor més important que dificulta la creació d'una empresa pròpia és la «competència», la mostra de la *població general* i la de *directius d'empresa* es decanta més per responsabilitzar d'aquesta dificultat a les «càrregues fiscals». Cal destacar també que la «falta de capital inicial» és indicada en segon lloc i amb percentatges elevats per totes les mostres considerades, a excepció de la de *directius*, que anteposa a aquesta dificultat la «burocràcia administrativa».

Figura 4.3. Comparació dels 4 factors més rellevants que dificulten la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana, en percentatges

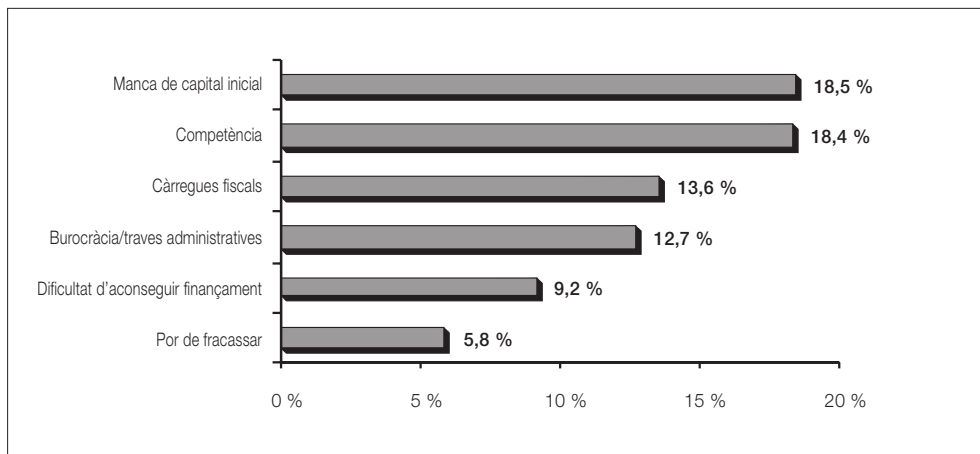


Font: elaboració pròpia.

Segons la figura 4.4, els factors més rellevants que dificulten la creació d'empreses com a mitjana per a les mostres de la societat catalana són la «falta de capital inicial» (18,5 %), la «competència» (18,4 %), les «càrregues fiscals» (13,6 %) i la «burocràcia i traves administratives» (12,7 %).

És interessant destacar que per a la mostra d'estudiants de l'assignatura de creació d'empreses de Catalunya (Veciana, 1998), en la qual es comparen els factors que van ser classificats com a més importants al principi del curs acadèmic amb què es van indicar al final d'aquest, els estudiants enquestats varien de forma rellevant les seves respostes. Mentre que al principi del curs opinaven que els factors que al seu parer més afavorien la creació d'empreses eren la «situació econòmica del país» (amb un 23,5 %) i la «insatisfacció/necessitat d'ocupació» (19,6 %), una vegada havien cursat l'assignatura de creació d'empreses van indicar el suport del govern (amb un 33 %) i la «insatisfacció/necessitat d'ocupació» i la «disponibilitat d'informació» (ambdós amb un 27 %) com a factors més importants. Aquests resultats semblen indicar novament que el pas pel curs de creació d'empreses ha fet percebre als estudiants un entorn a la creació d'empreses més favorable quant al suport governamental i la disponibilitat d'informació, fet en coherència amb un grau de viabilitat més alt mostrat per aquest col·lectiu en l'apartat anterior.

Figura 4.4. Mitjana dels factors més rellevants que dificulten la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana, en percentatges



Per la seva banda, la taula 4.12 assenyala que per a les mostres d'empresaris de Catalunya els factors que van dificultar més la creació de la seva empresa (segons la pregunta «quines van ser les dificultats més importants en la creació de la seva pròpia empresa?») van ser la «burocràcia» i les «càrregues fiscals». Encara que cal destacar que mentre que per a la mostra d'*empresaris actuals* són les «càrregues fiscals» el factor amb un percentatge més elevat (26,9 %), per a la mostra d'*empresaris potencials* és la «burocràcia» (32,3 %).

D'aquesta manera, els factors indicats pels *empresaris* coincideixen amb els de la mostra de *directius d'empresa* i de la *població general* catalana. Segurament això es deu a la implicació que òbviament tenen les mostres d'empresaris en el procés de creació d'una empresa. D'una banda, els *empresaris actuals* pateixen directament la pressió del fisc, a més de tenir al cap la tramitació i burocràcia necessària per fundar la seva empresa. De l'altra, els *empresaris potencials* han viscut recentment o estan immersos en el paperam requerit per crear la seva pròpia empresa en el moment en què se'ls va formular la pregunta sobre dificultats més rellevants. En aquest sentit, els resultats s'acosten més als de la mostra de *directius*, segurament també per raons semblants a les ja comentades, o sigui per tenir una visió més realista i pròxima del procés que el que té la *població general* i els *estudiants universitaris*.

Taula 4.12. Factors més rellevants que dificulten la creació de noves empreses en l'actualitat, en percentatges. Comparació entre les mostres d'empresaris actuals i potencials de Catalunya

Factors que la dificulten	Catalunya			
	Empresaris actuals		Empresaris potencials	
	%	Ordre	%	Ordre
Càrregues fiscals	26,9	1	26,3	2
Burocràcia/traves administratives	25,3	2	32,3	1
Dificultat d'aconseguir finançament	14,3	3	15,0	3
No disposar dels diners necessaris (falta de capital inicial)	12,3	3	11,9	4
Competència	6,3	5	5,6	6
Cost elevat treballadors / dificultats per contractar personal	8,7	4	–	
Por al fracàs	3,7	6	6,5	5
Altres	2,5		2,4	
Total	100,0		100,0	

4.4. MOTIUS I FRENS A LA CREACIÓ DE NOVES EMPRESES SEGONS LA SOCIETAT CATALANA

A continuació es presenten els motius i els frens a la creació de noves empreses segons les mostres de la societat catalana. La discussió d'aquests es basarà en les preguntes incloses en el qüestionari dels factors informals quant als motius («quins són o serien per a vostè els motius per crear una empresa pròpia?») i als frens («quins són o serien per a vostè els frens o inconvenients a la creació d'una empresa pròpia?»).

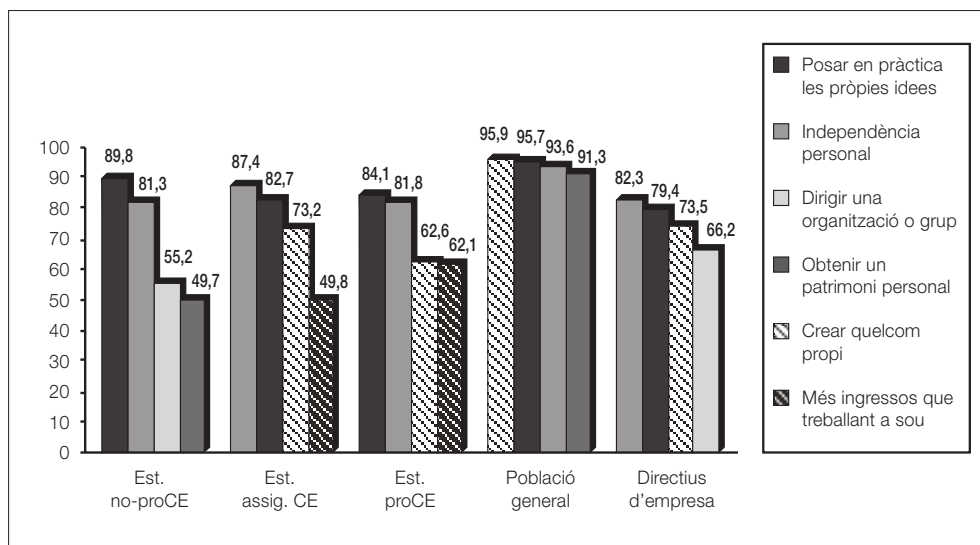
4.4.1. Motius per a la creació d'empreses

A la figura 4.5 es comparen els motius més rellevants en la creació d'una empresa pròpia per part de les mostres considerades de Catalunya. En aquesta figura s'observa que els motius amb els percentatges més alts estan relacionats amb la creativitat i la independència de l'empresari.

El motiu «posar en pràctica les seves pròpies idees» va resultar en primer lloc per a les mostres d'estudiants *no-procreació d'empreses* (amb un percentatge de 89,8 %) i *procreació d'empreses* (amb un percentatge de 84,1 %), mentre que per als estudiants de l'assignatura de creació d'empreses i la mostra de *directius d'empresa* el motiu més rellevant va

ser la «independència personal», amb un 87,4 % i 82,3 %, respectivament. Quant a les mostres de la *població general* catalana el motiu més destacat va ser «crear alguna cosa pròpia» (amb un 95,9 %), encara que «posar en pràctica les seves pròpies idees» també va comptar amb un percentatge molt similar (95,7 %). Cal destacar que la *població general* catalana reflecteix els percentatges més elevats en termes comparatius amb la resta de mostres.

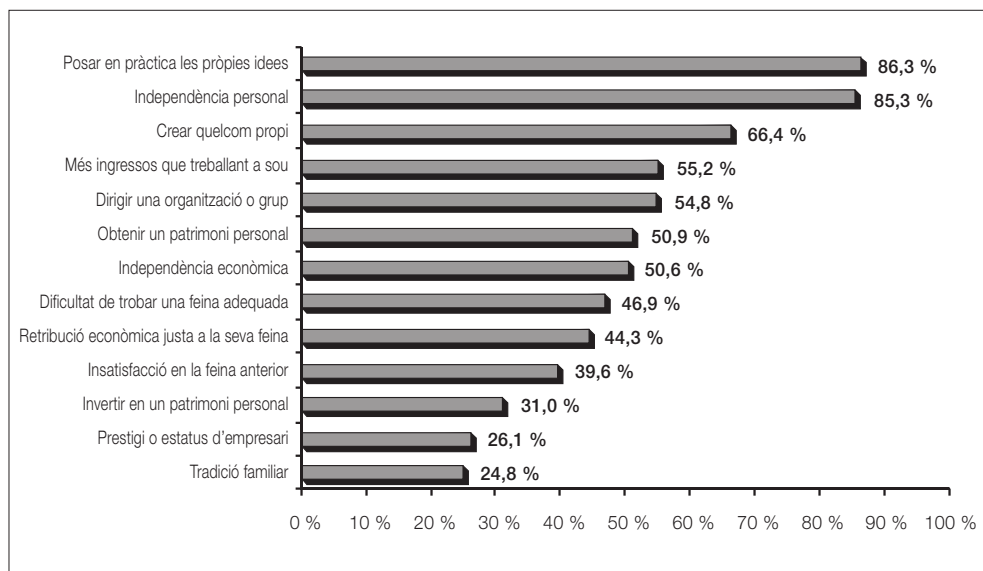
Figura 4.5. Comparació dels 4 motius més rellevants per a la creació d'una empresa pròpia segons les mostres de la societat catalana, en percentatges



Font: elaboració pròpia.

Si es considera la mitjana de les valoracions sobre els motius per a la creació d'una empresa segons les mostres de la societat catalana, la figura 4.6 recull que els dos motius més rellevants són «posar en pràctica les seves pròpies idees» i «independència personal», mentre que els motius menys importants són el «prestigi o estatus de l'empresari» i la «tradicció familiar». Així doncs, segons els resultats anteriors, la motivació per fundar una empresa pròpia respon a la necessitat de dur a terme projectes propis, cercant, d'aquesta manera, la independència personal. Contràriament, ni la tradició familiar ni el reconeixement de la figura d'empresari representen motius significativament rellevants per iniciar una activitat empresarial.

Figura 4.6. Mitjana dels motius per a la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana



Si comparem els motius per a la creació d'una empresa pròpia assenyalats per les mostres anteriors amb l'opinió de les mostres d'*empresaris* catalans,⁴² a la taula 4.13 s'observa que la «independència personal» i el fet de «crear quelcom propi» són també els factors de motivació més rellevants per a aquestes mostres.

42. Cal dir que a les dues mostres d'empresaris catalans se'ls va administrar un qüestionari que, entre d'altres, contenia les preguntes obertes relacionades amb els motius («per què va crear vostè una empresa pròpia?») i amb els frens («quines van ser les dificultats més importants amb què es va trobar en el procés de creació de la seva empresa?»). Cal anar amb precaució en comparar aquestes dades amb la resta de mostres considerades, ja que les preguntes formulades no són exactament les mateixes.

Taula 4.13. Motius més rellevants per a la creació de noves empreses en l'actualitat, en percentatges. Comparació entre les mostres d'empresaris actuals i potencials de Catalunya

Motius	Categories*	Catalunya			
		Empresaris actuals %	Ordre	Empresaris potencials %	Ordre
Independència personal		29,9	1	26,3	1
	Ser el meu propi cap Tenir independència i autonomia Fer el que em vingui de gust No suportar treballar per a tercers No saber treballar com a assalariat				
Crear quelcom propi		16,9	2	13,5	2
	Desenvolupar noves idees i coses noves Decidir emprendre quelcom propi Crear quelcom propi Ser creatiu/-iva				
Posar en pràctica idees pròpies		16,1	3	12,2	3
	Fer les coses a la meua manera Poder explotar les meves pròpies idees				
Tradicció familiar		13,3	4	7,7	7
	Provenir de família d'empresaris Història (tradicció) familiar				
Impossibilitat o dificultat de trobar feina o aconseguir objectius en un altre camp		7,1	5	9,7	6
	Estar sense feina (a l'atur) Dificultat de trobar feina amb la carrera que havia estudiat				
Insatisfacció amb la professió anterior		6,3	6	10,6	5
	Tenir una feina millor Dificultat de promoció a la feina anterior Descontent amb la feina anterior Deixar de ser assalariat Insatisfacció amb la professió anterior				
Prestigi o estatus de l'empresari		5,3	7	8,7	6
	Reconeixement social Importància de l'empresari a la societat Prestigi de l'empresari				
Altres		5,1		8,3	
Total		100,0		100,0	

* Les categories expressen frases textuales dels enquestats, adaptades per incloure-les en els diferents motius considerats anteriorment per les altres mostres de la societat catalana.

Aquesta taula reflecteix, doncs, que un 29,9 % de les respostes corresponents a la mostra d'*empresaris actuals* així com un 26,3 % de les respostes dels *empresaris potencials* van assenyalar com a motiu més important en la creació de la seva empresa la «independència personal» expressada a partir de les categories següents: «ser el meu propi cap», «tenir independència i autonomia», «fer el que em sembli», «no suportar treballar per a tercers» i «no saber treballar com a assalariat». Com a segon motiu més rellevant, ambdues mostres d'*empresaris* van indicar el fet de «crear quelcom propi» (16,9 % per als *empresaris actuals* i 13,5 % per als potencials) mitjançant les categories «desenvolupar noves idees i coses noves», «decidir emprendre quelcom propi», crear quelcom propi» i «ser creatiu».

Cal destacar especialment el fet que la mostra d'*empresaris actuals* assenyales la «tradicció familiar» com un motiu rellevant en la creació de la seva pròpia empresa (amb un 13,3 %, situat en quart lloc) mentre que cap de les altres mostres de la societat catalana consideren aquest motiu com a rellevant. Segurament, això es deu al fet que el 68,3 % de la mostra tenia antecedents d'*empresaris* a la família, tal com es va indicar al principi del capítol en l'apartat relatiu a les característiques del perfil de les mostres d'*empresaris*.

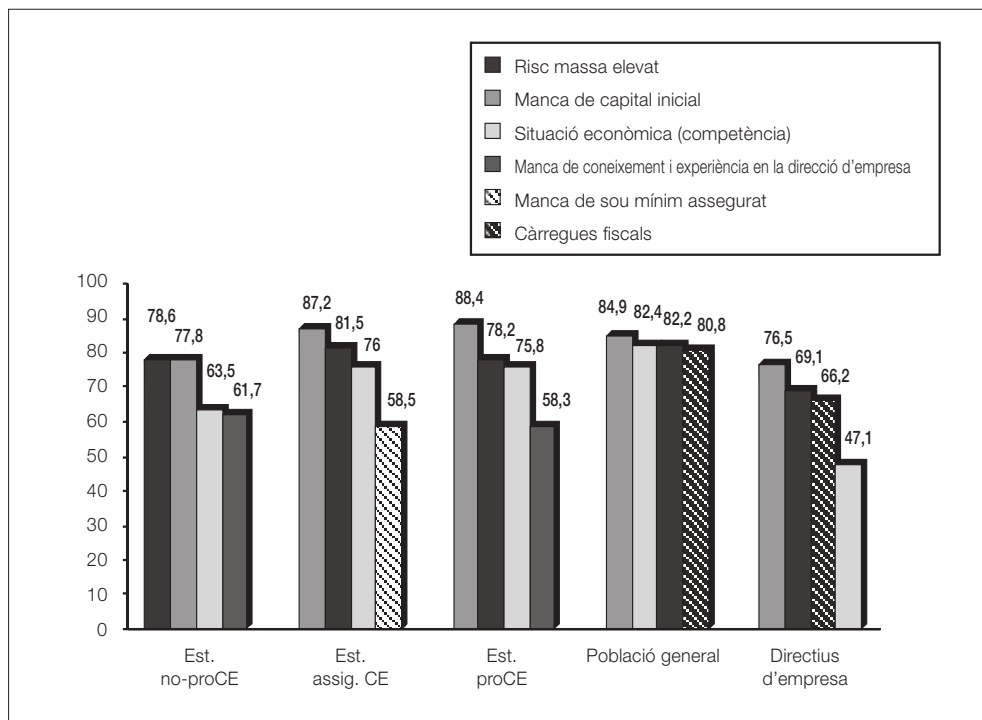
D'altra banda, els motius de caràcter econòmic tenen una importància relativa per a les mostres de la societat catalana, ja que només els *estudiants no-procreació d'empreses* i la *població general* van assenyalar en quart lloc el fet d'«obtenir un patrimoni personal», mentre que els *estudiants de l'assignatura de creació d'empreses* i els de *procreació d'empreses* van assenyalar en quart lloc el fet d'«aconseguir més diners que treballant a sou». En aquest sentit, les mostres d'*empresaris* confirmen el plantejament sorgit de la literatura sobre el tema que no és l'ambició pels diners el que porta a crear una empresa. Les frases textuais següents extretes de l'entrevista personal són un bon exponent d'això: «quan em vaig plantejar crear una empresa mai no vaig pensar en el benefici econòmic, sinó que duria a terme les meves pròpies idees amb autonomia i independència», «els possibles diners futurs no van resultar ser una causa bàsica per crear l'empresa» i «em vaig arriscar a crear una empresa però mai no em vaig imaginar que arribés a guanyar tants diners».

També cal assenyalar que malgrat que cap mostra de la societat catalana dona més importància als factors negatius «*push*» (impossibilitat o dificultat de trobar feina, aconseguir objectius en un altre camp i insatisfacció amb la professió anterior) que als factors positius o «*pull*» (independència personal, crear quelcom propi, posar en pràctica les pròpies idees, etc.), les mostres d'*empresaris* catalans sí que atribueixen quelcom de rellevància a factors negatius de la creació d'empreses. Probablement, això es deu al fet que el col·lectiu d'*empresaris* sí que obeeix als plantejaments de la literatura sobre el tema, que confirma que la creació d'una empresa no respon en la majoria dels casos a un motiu positiu, sinó més aviat a un motiu, factor o succés crític negatiu (Veciana, 1988).

4.4.2. Frens a la creació d'empreses

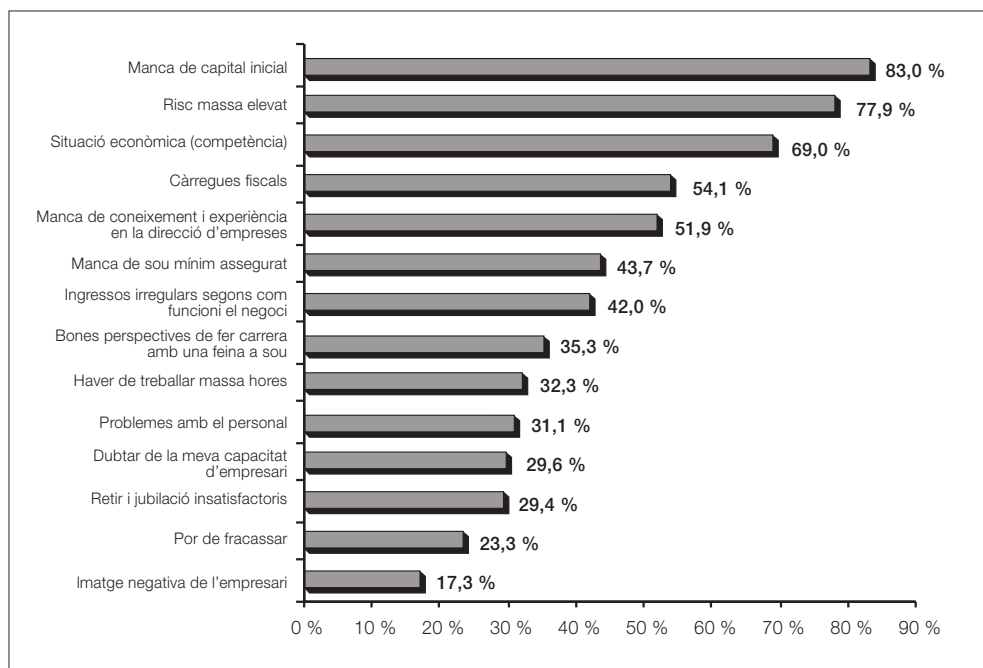
La figura 4.7 reflecteix que segons les mostres de la societat catalana el fre més rellevant a l'hora de crear una empresa és la «falta de capital inicial» (amb uns percentatges del 87,2 % per a la mostra d'estudiants de l'assignatura de creació d'empreses, 88,4 % per als estudiants procreació d'empreses, el 84,9 % per a la població general i el 76,5 % per als directius d'empresa), a excepció de la mostra d'estudiants no-procreació d'empreses, que destaca el «risc massa elevat» com a fre més rellevant (amb un percentatge de 78,6 %) per sobre de la «falta de capital inicial» (amb un 77,8 %). En segon lloc, el fre més destacat és el «risc massa elevat» per a les mostres d'estudiants de l'assignatura de creació d'empreses (81,5 %), els de procreació d'empreses (78,2 %) i els directius d'empresa (69,1 %), mentre que per a la de la població general catalana és la «situació econòmica» amb un 82,4 %, encara que el «risc massa elevat» té un percentatge del 82,2 %.

Figura 4.7. Comparació dels 4 frens més rellevants per a la creació d'una empresa pròpia per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges



Quant a la mitjana de les valoracions dels frens segons les mostres de la societat catalana, la figura 4.8 reflecteix que els dos frens més importants són la «falta de capital inicial» i el «risc massa elevat», mentre que els dos menys importants corresponen al «temor a fracassar» i a la «imatge negativa de l'empresari». Cal dir que aquests resultats contrasten amb les dades obtingudes en els motius, ja que ni la por al fracàs ni la imatge negativa de l'empresari constitueixen inconvenients importants per a la creació d'empreses a Catalunya.

Figura 4.8. Mitjana dels frens cap a la creació d'empreses per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges



A la taula 4.14 es presenta la comparació dels resultats anteriors amb les mostres d'empresaris catalans. En aquesta taula s'observa que tant els *empresaris actuals* com els *potencials* assenyalen les «càrregues fiscals» (amb un 28,0 % i un 23,7 %, respectivament) i la «tramitació-burocràcia» (17,4 % i 23,2 %, respectivament) com els frens més importants (encara que com es pot observar la «falta de capital» també és rellevant), i coincideixen només amb les mostres de la *població general* i de *directius d'empresa* quan destaquen el fre de les «càrregues fiscals». Aquest fet denota segurament, com ja s'ha comentat, la proximitat a la realitat empresarial per part d'aquestes mostres així com la llunyania per part dels estudiants.

Taula 4.14. Frens més rellevants per a la creació de noves empreses en l'actualitat, en percentatges. Comparació entre les mostres d'empresaris actuals i potencials de Catalunya

Frens	Categories*	Catalunya			
		Empresaris actuals		Empresaris potencials	
		%	Ordre	%	Ordre
Càrregues fiscals		28,0	1	23,7	1
	Massa càrregues fiscals Impostos massa elevats				
Tramitació i burocràcia		17,4	2	23,2	2
	Massa paperam Massa tràmits Burocràcia excessiva Cost elevat dels tràmits				
Falta de capital inicial		15,0	3	13,1	4
	No disposar dels diners necessaris per crear l'empresa Problemes per accedir al finançament				
Risc massa elevat		12,7	4	14,3	3
	Risc de treballar per a un mateix i no comptar amb un salari assegurat Risc de crear la pròpia empresa Risc de dependre del bon funcionament de la pròpia empresa				
Situació econòmica		12,5	5	7,4	6
	Massa competència Cicle econòmic desfavorable				
Temor al fracàs		8,3	6	11,1	5
	Por a fracassar Por a quedar-se sense res Penalització de la societat al fracàs empresarial				
Altres		6,1		7,2	
Total		100,0		100,0	

* Les categories expressen frases textuais dels enquestats, adaptades per incloure-les en els diferents frens considerats anteriorment per les altres mostres de la societat catalana.

4.5. IMATGE DE L'EMPRESARI CATALÀ SEGONS LES MOSTRES DE LA SOCIETAT CATALANA

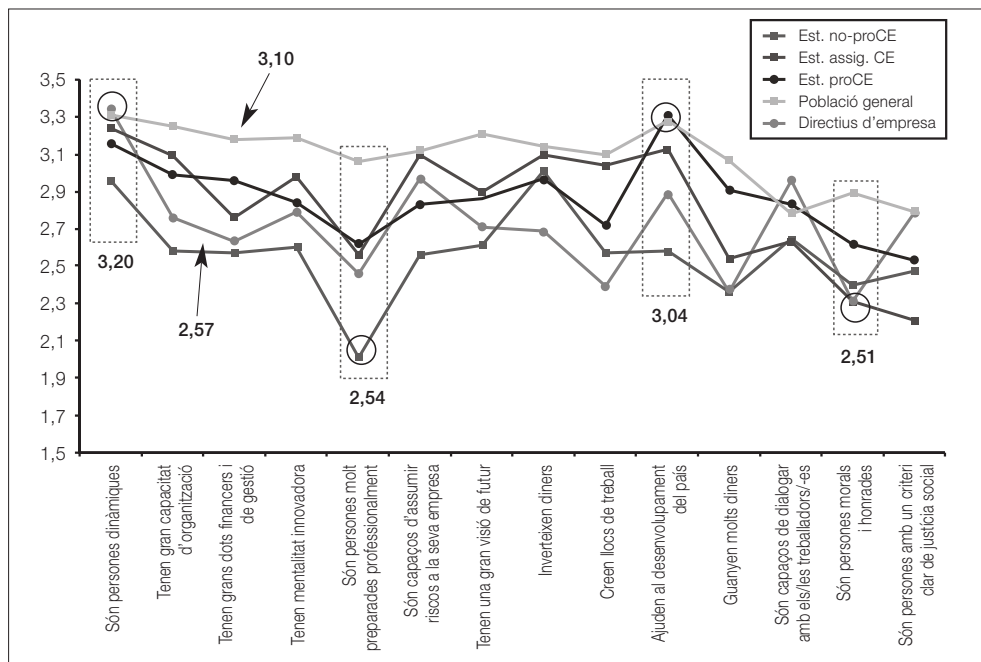
En aquest apartat es presenten els resultats relatius a la imatge de l'empresari quant als atributs relacionats amb la figura que representa a la societat i a la valoració de la seva professió per part de les mostres de la *població general*, els *estudiants universitaris* i els *directius d'empresa* de Catalunya.

Per a l'anàlisi de la imatge de l'empresari català, el qüestionari contenia una pregunta amb una llista de 14 atributs relatius a la figura de l'empresari, a partir de la qual els individus enquestats havien d'expressar si hi estaven d'acord o no. Les respostes es van classificar en una escala de l'1 al 4, en la qual 4: «hi estic totalment d'acord», 3: «hi estic d'acord», 2: «hi estic en desacord» i 1: «hi estic totalment en desacord». Respecte de la valoració de la professió d'empresari, el qüestionari comptava amb una llista de 14 professions (inclosa entre elles la d'empresari), a partir de la qual els enquestats havien de valorar-les en termes de prestigi (de l'1 –mínim prestigi– al 7 –màxim prestigi–).

4.5.1. Atributs de l'empresari català

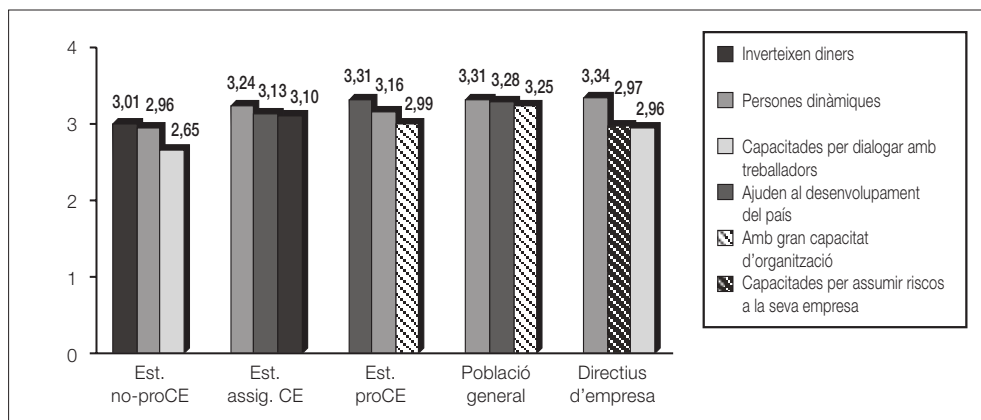
A la figura 4.9 es comparen les diferents valoracions assignades als atributs de l'empresari per part de les mostres de la societat catalana considerades en els apartats anteriors. D'una banda, s'observa que l'atribut més valorat correspon a «són persones dinàmiques» per part dels *directius d'empresa* i de la *població general* (3,34 i 3,31, respectivament), així com l'atribut «ajuden al desenvolupament del país» (3,31), segons els *estudiants procreació d'empreses*. De l'altra, l'atribut menys valorat es refereix als empresaris «són persones molt preparades professionalment», per part de la mostra d'*estudiants no-procreació d'empreses* (2,01) i «són persones amb un criteri clar de justícia social», segons la mostra d'*estudiants de l'assignatura de creació d'empreses* (2,21). Finalment, cal destacar que en termes globals la mostra de la *població general* és la que assigna com a mitjana una valoració més elevada als atributs de l'empresari (3,10), mentre que la mostra d'*estudiants no-procreació d'empreses* és la que com a mitjana atorga una valoració més baixa (2,57). Per tant, es pot afirmar que, basant-nos en les puntuacions mitjanes dels atributs considerats, la mostra de la *població general* és la que valora millor la imatge de l'empresari, mentre que la mostra d'*estudiants no-procreació d'empreses* és la que hi assigna una valoració més baixa.

Figura 4.9. Comparació de la valoració dels atributs de l'empresari català segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 7 (on 7: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)



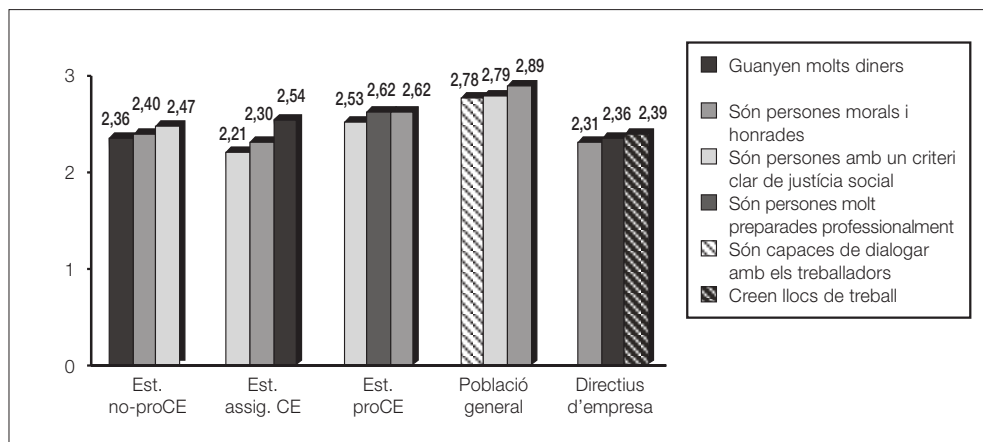
Com a resum, a la figura 4.10 es presenten els tres atributs més ben valorats per les diferents mostres de la societat catalana.

Figura 4.10. Comparació dels 3 atributs de l'empresari català més valorats segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)



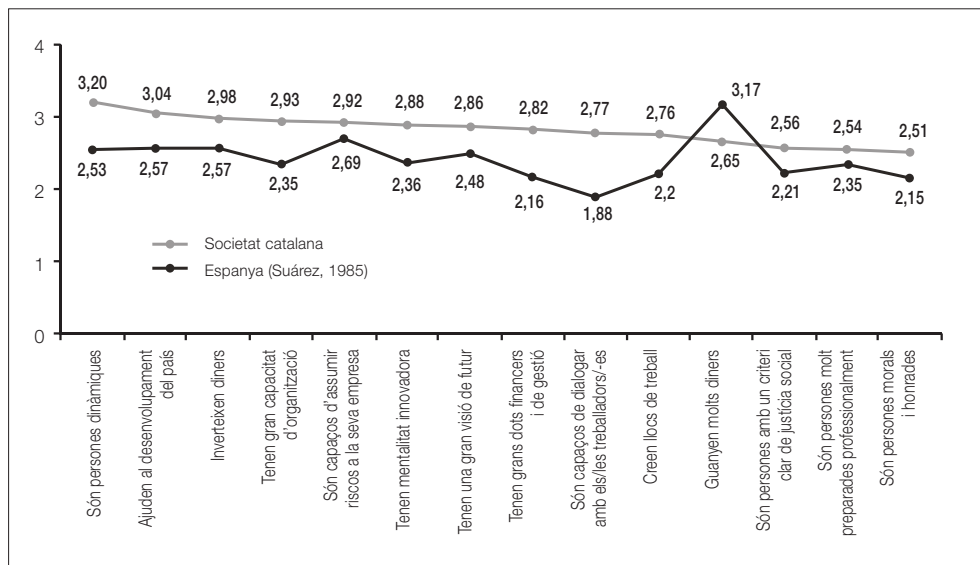
Per la seva banda, la figura 4.11 reflecteix els tres atributs menys valorats per les mostres.

Figura 4.11. Comparació dels 3 atributs de l'empresari català menys valorats segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)



De la mateixa manera, a la figura 4.12, com a síntesi al presentat anteriorment, i basant-nos en la mitjana de valoracions de totes les mostres per a cadascun dels atributs, s'observa clarament una doble visió de l'empresari segons les mostres de la societat catalana (línia grisa). D'una banda, la visió positiva, en què els empresaris són persones dinàmiques (3,20), ajuden al desenvolupament del país (3,04) i inverteixen diners (2,98). De l'altra, la visió negativa, en què els empresaris són percebuts com a persones poc morals i poc honrades (2,51), poc preparades professionalment (2,54) i sense un criteri clar de justícia social (2,56). Així doncs, d'aquests resultats es dedueix que la imatge de l'empresari en la societat catalana és contradictòria. En la mateixa figura 4.12, es mostren (línia negra) les valoracions dels atributs de l'empresari a Espanya, corresponents a l'estudi de Suárez (1985). Es pot afirmar, sense por d'equivocar-se, que si ens basem en aquestes dades, la imatge de l'empresari ha millorat substancialment en les últimes dècades, ja que tots els atributs, a excepció de «guanyen molts diners», han estat més ben puntuats per les mostres actuals de la societat catalana. A més a més, l'únic atribut menys valorat, relatiu a temes econòmics, pot interpretar-se també com una millora de la seva imatge, ja que de vegades s'acusa els empresaris de guanyar massa diners. Cal esperar que aquesta imatge continuï canviant, ja que la percepció que la societat catalana té de l'empresari, així com la legitimitat social d'aquest, serà un dels factors més influents en la intenció cap a la creació d'empreses (Veciana, 1997).

Figura 4.12. Mitjana de la valoració dels atributs de l'empresari segons les mostres de la societat catalana, per ordre d'importància. Comparació amb els atributs de l'empresari a Espanya (Suárez, 1985). Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)



4.5.2. Valoració de la professió d'empresari

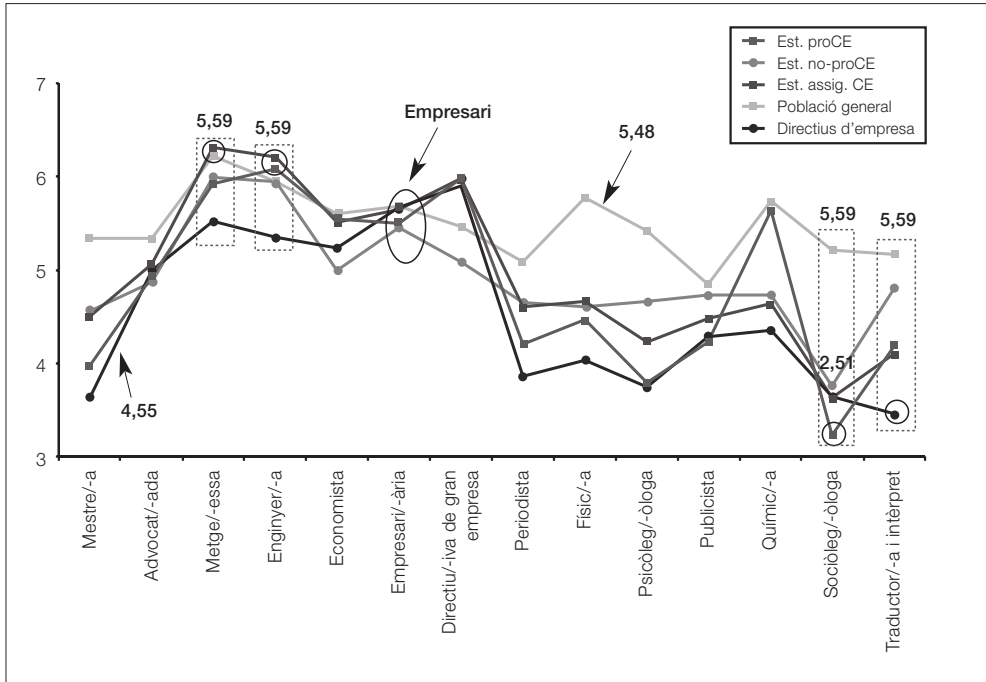
A la figura 4.13. es comparen les diferents valoracions assignades al prestigi de les professions per part de les mostres de la societat catalana.

D'una banda, s'observa que, segons la mostra de la *població general* i les mostres d'*estudiants no-procreació d'empreses* i de l'*assignatura de creació d'empreses*, la professió més ben valorada és la de «metge», amb unes puntuacions de 6,31; 6,22 i 5,99, respectivament. Per la seva banda, les d'«enginyer» i «directiu de gran empresa» són les professions més ben valorades per la mostra d'*estudiants procreació d'empreses* (amb un 6,08) i per la mostra de *directius* (5,90), respectivament.

D'altra banda, la professió menys valorada és la de «sociòleg», segons les tres mostres d'estudiants (3,76 per als *no-procreació d'empreses*, 3,63 per als de l'*assignatura procreació d'empreses* i 3,23 per als de *procreació d'empreses*), així com «publicista», segons la mostra de la *població general* (4,84), i «traductor i intèrpret», segons els *directius d'empresa* (3,46).

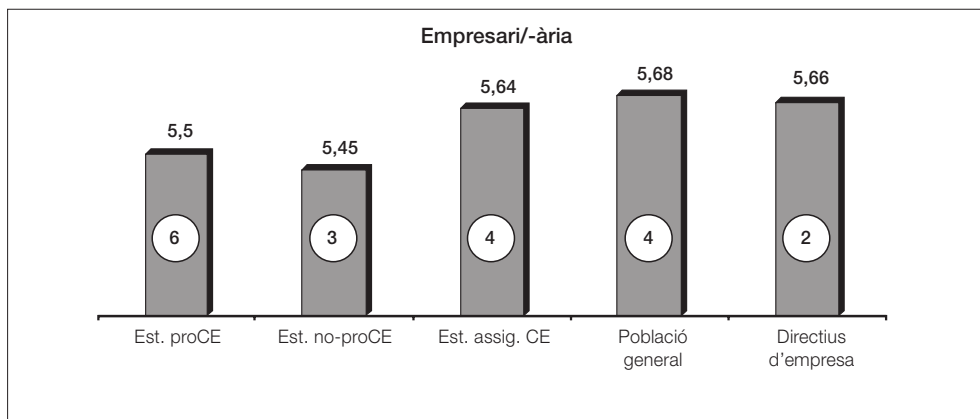
A l'últim, cal destacar que en termes globals la mostra de la *població general* és la que assigna puntuacions més elevades a les diferents professions (5,84), mentre que la mostra de *directius d'empresa* és la que com a mitjana atorga una valoració més baixa (4,55).

Figura 4.13. Comparació de la valoració de les professions segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 7 (on 7: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)



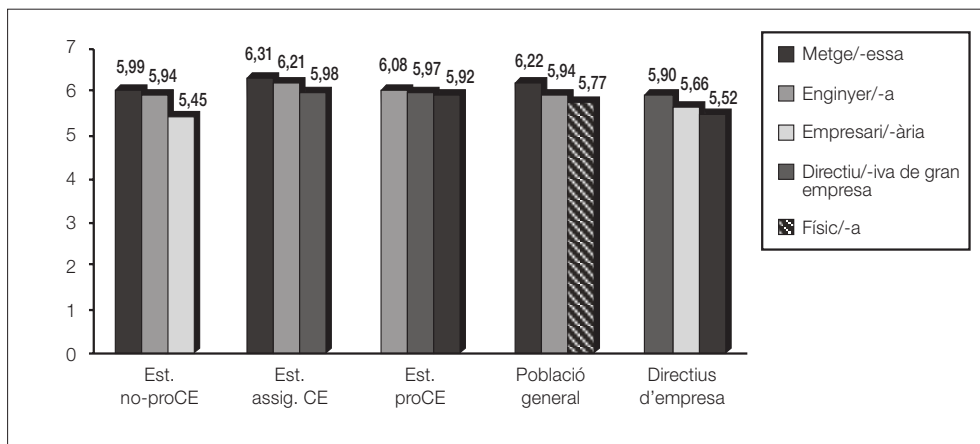
Quant a la valoració assignada a la professió d'«empresari» i ressaltant les apreciacions observades a la taula anterior, la figura 4.14 indica que és en aquesta professió on hi ha més coincidència més a l'hora de puntuar, perquè només hi ha 0,23 punts de diferència entre la mostra que valora millor aquesta professió (la *població general*, amb un 5,68) i la mostra que la valora pitjor (la d'*estudiants no-procreació d'empreses*, amb un 5,45). Amb referència al rànquing de valoració de professions, és la mostra de *directius* la que assigna a l'«empresari» una millor puntuació, situant-lo en segona posició.

Figura 4.14. Comparació de la valoració de la professió d'empresari, segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 7 (on 7: màxima puntuació; 1: mínima puntuació).
Rànquing del prestigi assignat a la professió d'empresari per cada mostra



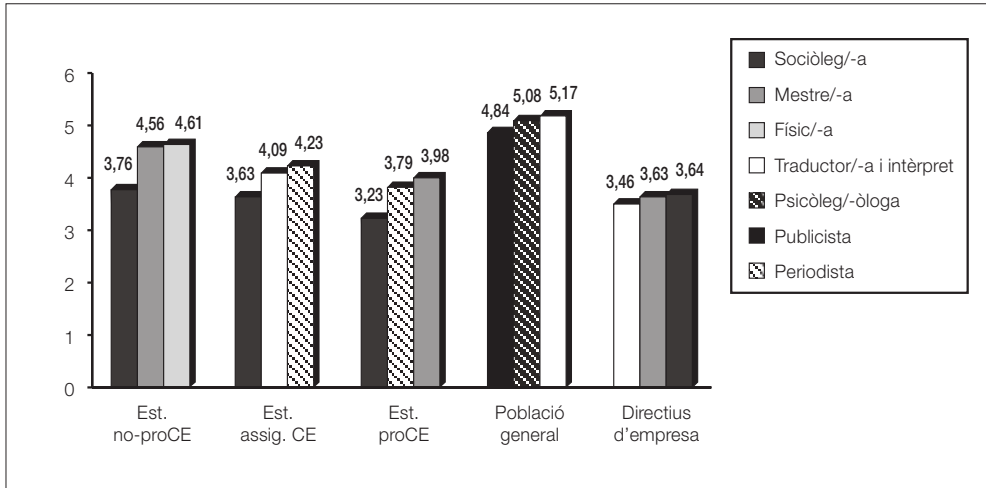
Com a resum, a la figura 4.15 s'observen les tres professions més ben valorades per les diferents mostres de la societat catalana.

Figura 4.15. Comparació de les 3 professions més valorades segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 7 (on 7: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)



I la figura 4.16 presenta les tres professions menys valorades per les mostres considerades.

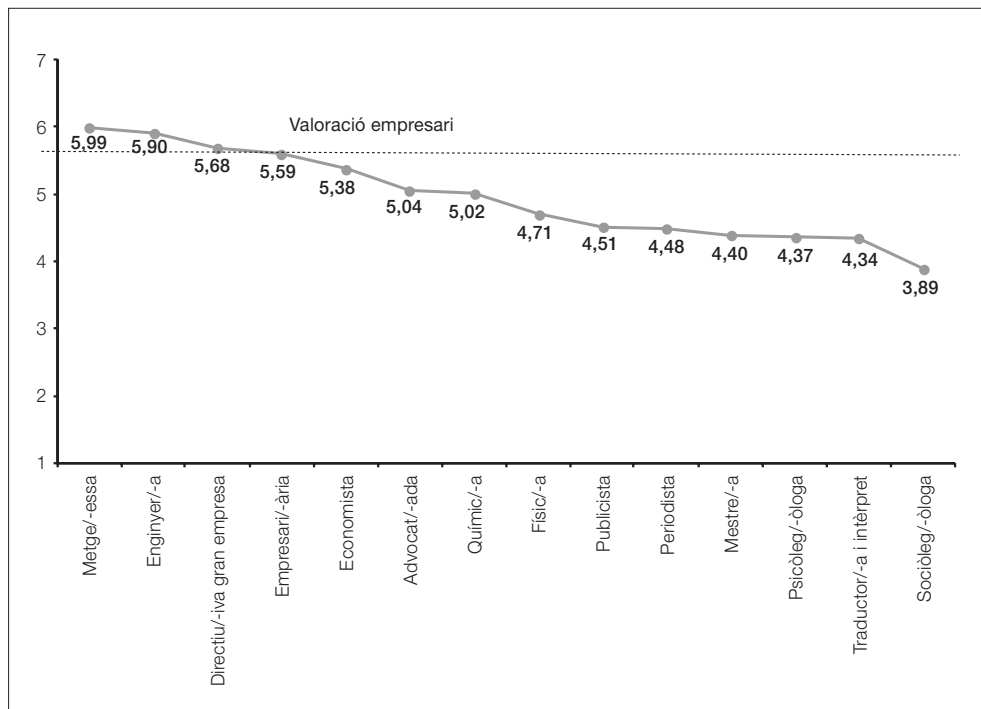
Figura 4.16. Comparació de les 3 professions menys valorades segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)



A la figura 4.17 i a manera de síntesi, es pot observar que en la valoració mitjana de les professions, les mostres de la societat catalana consideren l'«empresari» en una posició privilegiada i amb una puntuació força elevada (4 i 5,59), només superat per «metge», «enginyer» i «directiu de gran empresa». És interessant comentar que la figura de l'empresari resulta en termes generals més valorada pel que fa a l'assignació de puntuacions sobre la professió en si, en comparació d'una altra professió, que amb relació als atributs relatius a la seva imatge.

Per la seva banda, les valoracions mitjanes més baixes segons les mostres de la societat catalana són les corresponents a les professions de «sociòleg» (amb un 3,89 sobre 7), «traductor i intèrpret» (4,34) i «psicòleg» (4,37).

Figura 4.17. Mitjana de la valoració de les professions segons les mostres de la societat catalana, per ordre d'importància. Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)



Si comparem els resultats anteriors amb els de les mostres d'empresaris de Catalunya, a les taules 4.15 i 4.16 es poden observar les dades obtingudes a partir de dues preguntes obertes que feien referència als atributs de l'empresari català («quins són els valors positius de l'empresari català? i quins són els valors negatius de l'empresari català?»).

A la taula 4.15 s'observa, doncs, que tant la mostra d'*empresaris actuals* com la d'*empresaris potencials* coincideixen a assenyalar com a atributs positius més rellevants de l'empresari la «capacitat d'emprendre» (17,6 i 13,8, respectivament) i la «creativitat» (15,9 i 13,3, respectivament).

Taula 4.15. Atributs positius de l'empresari català segons les mostres d'empresaris actuals i potencials de Catalunya, en percentatges

Valors positius	Categories*	Catalunya			
		Empresaris actuals		Empresaris potencials	
		%	Ordre	%	Ordre
Emprenedor	Iniciativa	17,6	1	13,8	1
Creatiu	Innovador	15,9	2	13,3	2
Estalviador	Austeritat No malgastador	15,4	3	11,6	4
Capacitat de treball	Esforç Constància Sacrifici Tenacitat Dedicació	14,1	4	12,2	3
Professional	Serietat Eficaç Complidor Responsable	13,3	5	10,9	5
Honestedat	Honradesa No estafador Persona de paraula	5,3	6	8,9	6
Prudent	Risc controlat	4,9	7	–	
Obert a l'exterior	Exportador	–		6,6	8
Amb bons contactes	Contactes	–		7,8	7
Altres		13,2		14,9	
Total		100,0		100,0	

* Les categories indiquen expressions que van utilitzar els enquestats per referir-se als valors positius de l'empresari català.

D'altra banda, a la taula 4.16 s'observa que els atributs negatius de l'empresari destacats com a més rellevants per ambdues mostres van ser que l'empresari està «massa obsessionat amb la feina» (23,3 i 29,9, respectivament) i és «massa exigent amb si mateix» (15,5 i 16,9, respectivament).

Taula 4.16. Atributs negatius de l'empresari català segons la mostra d'empresaris actuals i potencials de Catalunya, en percentatges

Valores negatius	Categories*	Catalunya			
		Empresaris actuals		Empresaris potencials	
		%	Ordre	%	Ordre
Massa obsessionat amb la feina		23,3	1	29,9	1
Massa exigent amb si mateix		19,8	2	19,6	2
Individualista	Van a la seva	15,5	3	16,9	3
Massa prudent	Poc arriscat				
	Falta d'esperit de risc	14,7	4	9,2	5
Desconfiat	No es fien de ningú	12,1	5	11,3	4
No saben delegar		6,9	6	–	
Incapacitat per cooperar amb altres empreses	Li costa fer aliances	–		6,2	6
Altres		7,7		6,9	
Total		100,0		100,0	

* Les categories indiquen expressions que van utilitzar els enquestats per referir-se als valors negatius de l'empresari català.

D'aquesta manera, i per resumir el que hem vist anteriorment, es podria dir que les mostres d'empresaris es defineixen a si mateixes pel que fa als atributs positius com a persones emprenedores, creatives, treballadores, austeres, prudents, professionals i honorades. Mentre que pel que fa als atributs negatius, dites mostres es consideren com a persones massa treballadores i exigents, individualistes, desconfiades, massa prudents, sense capacitat per cooperar amb altres empreses i de vegades amb una certa prepotència. Així doncs, s'observa que les característiques destacades pels enquestats responen a l'estereotip comunament assignat a l'empresari català. De totes maneres, cal tenir en compte l'òbvia subjectivitat de l'assignació d'aquests atributs a la figura de l'empresari català en tractar-se d'una autoavaluació, encara que en bona part coincideixen amb els resultats obtinguts de

les mostres de la *població general*, els *estudiants universitaris* i els *directius d'empresa* de Catalunya.

Quant a l'altra pregunta oberta que feia referència directament al prestigi de l'empresari («considera vostè que ser empresari és una professió de prestigi a la societat catalana?»), les dues mostres d'*empresaris catalans* van respondre majoritàriament en sentit positiu (65 % per al cas dels *empresaris actuals* i 59,9 % per al cas dels *empresaris potencials*), adduint raons com ara que els empresaris generen riquesa, són professionals, són molt treballadors, se sacrifiquen molt, etc. Per la seva banda, aquells que van respondre que l'empresari català no era una professió de prestigi, ho van justificar atribuint la seva resposta al fet que els empresaris guanyaven massa diners, només pensaven en els diners, eren uns estafadors i explotadors, etc.

Per tant, amb referència a la imatge de l'empresari, de la mateixa manera que les altres mostres de la societat catalana, els mateixos empresaris també plantegen una doble visió de la figura de l'empresari, una visió més positiva i una altra de més negativa.

En aquest capítol s'ha analitzat el marc institucional informal de la creació d'empreses a Catalunya a partir de l'estudi de les actituds de desig, viabilitat i intenció de fundar una empresa per part de diverses mostres d'individus susceptibles d'arribar a ser empresaris: la *població general*, els *estudiants universitaris* i els *directius d'empresa*. També s'ha considerat l'opinió d'aquestes mostres quant als factors que afavoreixen i els factors que dificulten la creació d'una empresa, els motius i els frens en el seu procés de creació, així com la imatge de l'empresari a la societat catalana. Els resultats obtinguts s'han contrastat, amb altres estudis d'àmbit nacional i internacional, i també amb les dades obtingudes respecte d'això per part de dues mostres de nous empresaris catalans.

Així doncs, els factors institucionals informals considerats com a determinants de la creació de noves empreses han estat les actituds de la societat catalana cap a la creació d'empreses i la figura de l'empresari.

Amb referència al desig, les mostres considerades reflecteixen una actitud clarament positiva, mentre que contràriament revelen una percepció general de viabilitat negativa. D'aquesta manera, malgrat que un percentatge elevat dels individus enquestats van respondre tenir el desig de fundar una empresa, es té majoritàriament la convicció que resulta més complicat constituir una empresa en l'actualitat que en èpoques passades. En aquest sentit, són els *estudiants de l'assignatura de creació d'empreses* (89,6 %) els qui van mostrar el percentatge de desig més elevat, mentre que el més reduït va correspondre als *estudiants no-procreació d'empreses* (59,1 %).

D'altra banda, la major part de la mostra de la *població general* catalana i de les mostres d'*estudiants* va respondre que és més difícil crear una empresa en l'actualitat que en dècades anteriors, a excepció de la mostra de *directius d'empresa*, que va assenyalar una percepció de viabilitat positiva, ja que gairebé el 60 % va respondre en sentit contrari. Segurament, la proximitat al món empresarial per part dels directius d'empreses pot ser una possible explicació de la seva resposta positiva sobre la viabilitat.

Pel que fa a la intenció, aquestes mostres desprenen percentatges positius certament

elevats, malgrat que la majoria, tot i respondre afirmativament, van dir que havien pensat «vagament» en la idea de crear una empresa. Així doncs, els percentatges més alts d'intenció corresponen a la mostra de *directius d'empresa*, en la qual el 25 % va respondre tenir el ferm propòsit de fundar-ne una. En aquest cas, van ser les mostres dels *estudiants no-procreació d'empreses* i de la *població general* les que van expressar tenir menys intenció de fundar una empresa pròpia. Conseqüentment, per al cas de la mostra de *directius d'empresa* es dedueix una relació positiva entre la percepció positiva de viabilitat i la intenció de fundar una empresa pròpia.

Per la seva banda, com a mitjana les mostres de la societat catalana han destacat el «suport governamental» com el factor més important que afavoreix la creació d'empreses, així com la «falta de capital inicial» i la «competència» com els factors que dificulten aquest procés. De la mateixa manera, «posar en pràctica les seves pròpies idees» i la «independència personal» són els motius més destacats, mentre que la «falta de capital inicial» i el «risc massa elevat» representen els frens més rellevants.

Quant a la imatge de l'empresari català, els atributs més destacats corresponen als empresaris «són persones dinàmiques», «ajuden al desenvolupament del país» i «inverteixen diners», mentre que la valoració mitjana de la professió d'empresari amb relació a altres professions és relativament elevada, només superada per les professions de «metge», «enginyer» i «directiu de gran empresa». D'aquesta manera, tenint en compte els resultats obtinguts, es pot dir que la societat catalana valora positivament la imatge de l'empresari, encara que es podria valorar encara millor. A més a més, si es comparen aquests resultats amb les valoracions dels atributs de l'empresari a Espanya corresponents a l'estudi de Suárez (1985), es descobreix que la imatge de l'empresari ha millorat considerablement en les últimes dècades, ja que la major part dels atributs considerats han estat més ben puntuats per les mostres actuals de la societat catalana. Així doncs, cal esperar que aquesta imatge continuï millorant amb el temps.

De la mateixa manera, cal destacar que la percepció que la societat catalana té de la figura de l'empresari pot ser un dels factors més influents sobre la intenció de crear una empresa pròpia.

5

CONCLUSIONS I RECOMANACIONS

«No vagis massa lluny.»
(Nietzsche)

La creació de noves empreses s'ha convertit en l'actualitat en un instrument fonamental per al desenvolupament econòmic i social. Com ja s'ha comentat anteriorment, les administracions públiques de la majoria de països occidentals han establert en les darreres dècades diferents polítiques i mesures de suport a les noves empreses, així com mecanismes per tal d'incentivar l'esperit empresarial. Per la seva banda, aquesta temàtica també ha despertat l'interès d'investigadors que plantegen una relació positiva entre un entorn més favorable i la creació i consolidació empresarial.

Així doncs, prèvia descripció de l'estructura i demografia empresarial catalana, en aquest treball s'ha aplicat l'enfocament institucional per a l'estudi dels factors de l'entorn que condicionen la creació d'empreses a Catalunya. S'hi han analitzat tant els factors institucionals formals (fent especial èmfasi en els mecanismes de suport a les noves iniciatives empresarials) com els factors informals (centrant-nos en les actituds de la societat catalana cap a la creació d'empreses).

A continuació es presenten les conclusions principals que es deriven d'aquesta investigació i es plantegen també algunes recomanacions adreçades a la millora de l'entorn de la creació de noves empreses a Catalunya.

5.1. CONCLUSIONS PRINCIPALS

Estructura i demografia empresarial a Catalunya per al període 1996-2001

1) L'any 2001 hi havia a Catalunya gairebé mig milió d'empreses, de les quals la majoria (75,69 %) estaven ubicades a Barcelona. Pel que fa a l'àmbit comarcal, les tres comarques amb un nombre més alt d'empreses són el Barcelonès (33,76 %), el Vallès Occidental (11,25 %) i el Baix Llobregat (9,62 %). De la mateixa manera, cal destacar la importància de les empreses catalanes en el context de l'economia espanyola, ja que malgrat haver-se reduït el seu pes total durant el període 1996-2001, Catalunya continua essent la comunitat autònoma amb un nombre més alt d'empreses. En aquest sentit, Catalunya també compta amb una de les densitats més elevades, amb 77,68 empreses per cada 1.000 habitants, molt superior a la de la mitjana d'Espanya i a la del conjunt de la Unió Europea per a l'any 2001 (64,34 i 63,26, respectivament).

2) Quant a la distribució sectorial, l'any 2001 la major part de les empreses catalanes es dedicaven principalment a la prestació de serveis (més del 75 %), estructura sectorial similar a la d'Espanya i la de la Unió Europea. Pel que fa a la grandària, el 93,17 % són micro-empreses i el 52,6 % d'aquestes no tenen cap empleat. Mentre que per al cas d'Espanya els percentatges són molt similars, per a la Unió Europea el nombre d'empreses sense empleats és més reduït. Amb relació a la forma jurídica, l'any 2001 el 60 % de les empreses catalanes va adoptar com a forma jurídica la d'empresari individual, i la de societat limitada va ser la següent condició jurídica més utilitzada (25,5 %). Per altra banda, en el període 1996-2001 es va produir a Catalunya un increment net de gairebé 30.000 empreses, i va experimentar una taxa mitjana de creixement anual del nombre d'empreses de l'1,21 %.

3) Quant a la demografia empresarial, pel que fa a la mortalitat de les noves empreses de la mostra de Catalunya per al període 1996-2001, el 17,8 % va cessar la seva activitat en el primer any de vida. Així mateix, en els anys posteriors, la taxa de mortalitat de les empreses de la mostra creades durant l'any 1996 es va situar en l'11,5 % per al 1998, en el 12,4 % per al 1999, en el 14,4 % per al 2000, i en el 7,7 % per a les empreses creades fa 5 anys.

Amb relació a la supervivència, el 82,2 % de les noves empreses de la mostra de Catalunya mantenen la seva activitat en el primer any de vida; el 72,8 %, en el segon; el 63,8 %, en el tercer; el 54,6 %, en el quart; i només el 50,2 % continuen en actiu després de 5 anys.

Organismes i mesures de suport a la creació d'empreses a Catalunya

4) A Catalunya hi ha molts organismes que ofereixen diferents programes de suport a les noves iniciatives empresarials, als quals pot accedir el nou empresari a la recerca d'assistència per crear la seva pròpia empresa. La mostra d'*empresaris potencials* manifesta més coneixement i un ús més important dels serveis de suport que la mostra d'*empresaris actuals*. La valoració atribuïda per les dues mostres de nous empresaris als mecanismes d'assistència utilitzats reflecteix que els programes no econòmics són més ben valorats que els econòmics i que, a més a més, han estat més importants en el procés de creació de l'empresa. En aquest sentit, el fet que en la majoria dels casos, les ajudes econòmiques siguin escasses i es rebin amb gran demora justifica àmpliament els resultats obtinguts.

5) Per a la mostra d'*empresaris potencials*, la utilització dels programes de suport és explicada pel nivell d'estudis i els antecedents d'empresaris a la família, mentre que la valoració del programa utilitzat es pot explicar només a partir del sexe de l'*empresari potencial*. D'aquesta manera, sembla que l'ús de mecanismes de suport en el procés de creació d'una empresa pròpia serà més gran com més elevat sigui el nivell d'estudis del nou empresari. Segurament, la proximitat als circuits formatius pot facilitar instruments més eficients d'accés a la informació, sobretot pel que fa a les noves tecnologies (Internet, etc.), així com de gestió i explotació d'aquesta informació. De la mateixa manera, la falta d'antecedents empresarials a la família pot significar que el nou empresari no compti en el seu àmbit de

confiança amb l'ajuda necessària (consells, informació, experiència, etc.) i estigui més motivat a utilitzar mecanismes de suport externs. Quant al fet que la dona empresària valori més els programes utilitzats, probablement té a veure amb l'especificitat dels programes (assistència específica per a dones empresàries) amb relació a les mesures més generals adreçades al col·lectiu masculí d'empresaris.

6) D'altra banda, i també per a la mostra d'*empresaris potencials*, la creació de la seva empresa depèn de forma significativa de l'ús d'algun programa de suport emprat en el procés de constitució de l'empresa. En aquest sentit, també es corroboren els plantejaments de la literatura sobre la influència positiva que poden tenir els mecanismes de suport en la creació de noves empreses.

7) Pel que fa a l'opinió global, ambdues mostres d'empresaris tenen la concepció que podrien millorar-se significativament les mesures de suport existents a la creació d'empreses a Catalunya.

L'excessiva diversificació tant d'organismes com de serveis d'assistència a la creació d'empreses condueix al costat de la falta de coordinació entre aquests organismes a duplicacions i coincidències en l'oferta dels programes d'assistència a les noves empreses. Les mostres considerades de nous empresaris assenyalen que les ajudes no són prou conegudes, que no s'adapten a les seves necessitats i que calen massa tràmits per obtenir-les.

Per consegüent, es dedueix que hi ha poca adequació entre l'oferta de serveis oferts pels organismes i la demanda d'assistència requerida pels nous empresaris catalans. De totes maneres, malgrat aquests resultats, cal destacar que a Catalunya l'esforç per part dels agents implicats per construir un entorn cada vegada més favorable per a les noves iniciatives empresarials no és ni de bon tros menyspreable.

Actituds cap a la creació d'empreses de la societat catalana

8) La societat catalana (*població general, estudiants universitaris i directius d'empresa*) reflecteix una actitud clarament positiva quant al desig de crear una empresa, ja que un percentatge mitjà del 76,3 % va respondre tenir el desig de crear la seva pròpia empresa, la qual cosa contrasta amb la preocupació davant la viabilitat de la seva creació, perquè un percentatge elevat de les mostres revela una percepció general negativa (amb un percentatge mitjà del 57,4 %).

9) La intenció de crear una empresa per a la mitjana de les mostres de la societat catalana és relativament elevada (ja que de forma agregada un 59,6 % hi va respondre afirmativament, malgrat que el percentatge de respostes afirmatives correspon majoritàriament a «sí, vagament»).

Si es comparen aquests resultats amb els obtinguts per a la mostra d'*empresaris actuals*, es descobreix que la majoria manifesta obertament que tornaria a crear una altra

empresa (gairebé un 77 % dels casos), i destaca el fet que gairebé un terç d'aquest percentatge ja estava en procés de crear la nova empresa i que un altre terç tenia el propòsit ferm de fer-ho en el termini d'un any.

10) El desig de crear una empresa s'explica estadísticament per les variables «sexe» i «antecedents d'empresaris a la família». La viabilitat només estarà influïda de forma significativa pel «sexe», mentre que la intenció dependrà del «sexe», l'«edat» i els «antecedents d'empresaris a la família». Així doncs, i en la línia que planteja la literatura sobre el tema, els homes mostren més desig i intenció de crear una empresa pròpia, mentre que les dones perceben que en l'actualitat és més difícil iniciar una nova activitat empresarial que en dècades passades. Així mateix, les persones amb empresaris a la família també estaran més predisposades a crear una empresa pròpia, fet que sembla lògic si es considera la influència que té el procés de socialització (en aquest cas, entre empresaris) en les decisions que es prenen al llarg de la vida i, més concretament, en l'elecció de la carrera professional. Quant a l'edat, la intenció més forta de crear una empresa correspon al grup d'entre 21 i 28 anys, mentre que el percentatge més reduït és el del grup de més de 60 anys. D'aquesta manera, segons les mostres analitzades, es pot afirmar que com més gran és una persona, menys intenció té de crear una empresa.

11) Els factors que afavoreixen la creació d'empreses destacats com a més importants per a la mitjana de les mostres de la societat catalana són el «suport governamental» (19,8 %), l'«accés al finançament» (12,6 %) i les «noves tecnologies» (12,4 %). Per la seva banda, els factors més rellevants que dificulten el llançament d'una nova activitat empresarial són la «falta de capital inicial» (18,5 %), la «competència» (18,4 %), les «càrregues fiscals» (13,6 %) i la «burocràcia i traves administratives» (12,7 %).

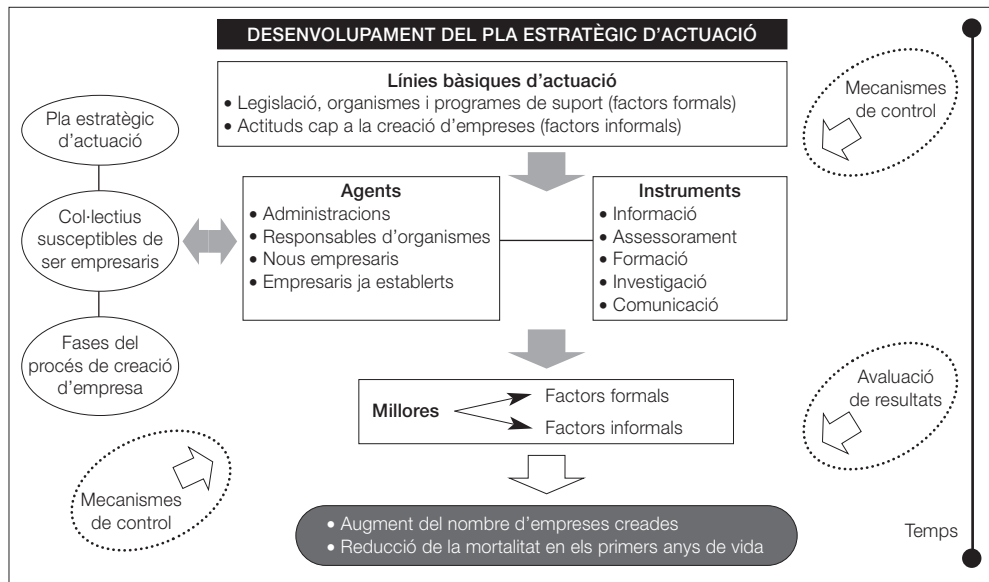
De la mateixa manera, mentre que els motius més destacats en la creació d'una empresa pròpia són «posar en pràctica les seves pròpies idees» i la «independència personal», els frens més importants resulten de la «falta de capital inicial» i el «risc massa elevat» que comporta emprendre una nova iniciativa empresarial.

12) Quant a la imatge de l'empresari català, la mitjana de valoracions de les mostres de la societat catalana per a cadascun dels atributs considerats evidencia una visió positiva de la figura de l'empresari i de les seves funcions a la societat, malgrat que s'espera que aquesta imatge vagi millorant encara més amb el pas del temps. Si es comparen aquests resultats amb les valoracions dels atributs de l'empresari a Espanya corresponents a l'estudi de Suárez (1985), es pot afirmar que la imatge de l'empresari ha millorat substancialment en les últimes dècades. Amb referència a la valoració mitjana de la professió d'empresari pel que fa a altres professions, les mostres de la societat catalana situen l'«empresari» en una posició privilegiada i amb una puntuació força elevada (quarta posició i 5,59 sobre 7 de valoració), només superat per les professions de «metge» (5,99 sobre 7), «enginyer» (5,90 sobre 7) i «directiu de gran empresa» (5,68 sobre 7).

5.2. ALGUNES RECOMANACIONS

Segons es desprèn d'aquest treball, malgrat que s'estan realitzant esforços importants des de les administracions públiques, encara queda molt camí per recórrer en la consecució d'un entorn institucional més favorable cap a la creació de noves empreses a Catalunya. En aquest sentit, del present estudi es deriven una sèrie de recomanacions adreçades a la millora tant dels factors institucionals formals com dels factors informals de l'entorn que condicionen la creació d'empreses. A la figura 5.1, es planteja una proposta d'actuació a partir de la qual es recolliran algunes de les recomanacions generals més rellevants.

Figura 5.1. Proposta d'actuació per a la millora de l'entorn de la creació d'empreses



Font: elaboració pròpia.

Fonamentalment la proposta inclou els aspectes següents:

- A) Pla estratègic d'actuació.
- B) Desenvolupament del pla estratègic d'actuació:
 - a) Línies bàsiques d'actuació.
 - b) Agents implicats.
 - c) Instruments necessaris.
 - d) Col·lectius susceptibles de ser empresaris.
 - e) Àmbits d'actuació.

C) Mecanismes de control i d'avaluació de resultats.

Més concretament, el pla estratègic d'actuació⁴³ consisteix a tenir en compte els punts següents:

- el **què** (què es farà o quins objectius o línies d'actuació se seguiran),
- el **qui** (quins agents hi intervindran),
- el **com** (mitjançant quins instruments), i
- el **quan** (en quin termini temporal s'aplicarà).

Segons s'observa a la figura 5.1, en termes generals les **línies bàsiques d'actuació** es referiran, d'una banda, a l'adequació de la legislació relativa a la creació d'empreses⁴⁴ a les necessitats del nou empresari, així com a la millora dels programes de suport i la gestió eficient d'aquests per part dels organismes que ofereixen les ajudes. De l'altra, es planteja la transformació de la cultura empresarial de la societat catalana, o sigui, el canvi de la millora de les actituds cap a la creació d'empreses, la figura de l'empresari i la funció empresarial. És molt important que ambdues línies convergeixin, ja que en la pràctica estaran molt interrelacionades. En aquest sentit, els canvis legals també hauran de promoure l'esperit emprenedor de la societat.

Cada línia d'actuació requerirà d'uns **agents implicats** específics. Les administracions públiques, i més concretament els responsables de l'àrea de creació d'empreses dels organismes, seran els encarregats, mitjançant **instruments** com ara la informació, l'assessorament, la formació, la investigació i la comunicació, d'oferir l'ajuda necessària a aquelles persones que hagin decidit establir-se per compte propi. També poden tenir molta importància els empresaris ja establerts com a assessors dels nous empresaris, als quals aportin la seva experiència i el seu aprenentatge acumulat en el procés de creació de la seva pròpia empresa per intentar evitar que altres empresaris cometin els seus mateixos errors.

Cal dir que la cooperació i coordinació dels diferents agents implicats, així com la forma en què s'utilitzin aquests instruments, constituïran un aspecte fonamental per a l'èxit de la proposta.

De la mateixa manera, és important tenir en compte els diferents **col·lectius susceptibles d'arribar a ser empresaris** sobre els quals s'actuarà⁴⁵ (població general, estudiants universitaris, altres estudiants, directius d'empresa, grups minoritaris, altres), així com la fase del

43. Prèviament al pla d'actuació s'hauria de començar amb una anàlisi exhaustiva tant de l'estat de la qüestió pel que fa als factors formals i informals que condicionen la creació d'empreses com del coneixement en profunditat del teixit empresarial específic, a partir de l'estudi de l'estructura i demografia empresarial. De fet aquesta anàlisi s'ha realitzat en els capítols 2, 3 i 4 d'aquest llibre, per al cas de Catalunya. Igualment pot ser fàcil d'aplicar per a altres regions, països o contextes.

44. Malgrat que no s'hagi desenvolupat explícitament en l'estudi, creiem que és important no deixar de banda els aspectes referents a la legislació.

45. La selecció adequada del que Veciana (1997) denomina els «jaciments de nous empresaris», o sigui, dels col·lectius susceptibles de ser empresaris potencials, segurament també serà una tasca bàsica perquè aquesta proposta d'actuació tingui èxit.

procés de creació d'empreses en què es troben immersos (gestació, creació, llançament i consolidació de la nova empresa). També es distingiran els **àmbits d'actuació**, o sigui, on es duren a terme les accions de foment de la creació d'empreses (segons el nivell d'actuació: nivell autonòmic-Generalitat, provincial-diputacions, comarcal-consells i local-ajuntaments; segons la zona geogràfica: àmbit urbà i rural, etc). Òbviament, tant els agents com els instruments emprats han d'adaptar-se a les necessitats concretes de l'àmbit considerat. De fet, hi ha diferències importants, per exemple, entre el tipus d'ajudes requerides pels empresaris de zones rurals i urbanes, així com el suport ofert des del nivell autonòmic i el local.

Finalment, també serà necessari **controlar l'eficiència i qualitat** amb què es porta a terme la proposta, així com disposar d'adequats mecanismes d'avaluació dels resultats obtinguts per poder analitzar si realment es produeixen millores en els factors formals i/o informals que condueixen a crear més empreses i amb més probabilitat de supervivència.

Concretament, algunes de les recomanacions fruit de les esmentades línies d'actuació per a la millora de l'entorn de la creació d'empreses són les següents:⁴⁶

Quant als organismes i serveis d'assistència:

1. Identificar els problemes específics que experimenten les noves empreses en el procés de creació, amb la finalitat de determinar exactament quin tipus de suport és el més adequat i quins són els organismes que millor el podran oferir.
2. Generar entre els organismes de suport més conscienciació sobre les diferències que existeixen en les característiques de les noves empreses, amb el propòsit de dissenyar mecanismes de suport adaptats a les seves necessitats.
3. Dissenyar instruments de control i avaluació de la qualitat en la prestació dels serveis de suport a les noves empreses.
4. Incentivar la col·laboració, cooperació i coordinació entre els organismes públics, privats i mixtos, amb l'objecte d'aprofitar sinergies, millorar la qualitat en la prestació de serveis i evitar la descoordinació i les duplicacions.
5. Potenciar l'intercanvi de «bones pràctiques de suport» ja provades pels diferents organismes, amb el propòsit d'aprofitar les experiències d'altres organismes i d'altres països i millorar l'oferta dels programes de suport.
6. Promoure i elaborar programes de suport a partir de la col·laboració entre els organismes i els nous empresaris, amb la finalitat de revelar les necessitats reals de les noves empreses.

46. Malgrat que en aquest treball, tal com es va dir anteriorment, no s'han desenvolupat mesures relatives a la legislació, se'n destacaran les següents, tot i que les administracions ja estan treballant en aquests aspectes:

- a) Simplificar els tràmits i reduir el temps necessari per crear una empresa, així com abaratir els costos de constitució.
- b) Establir noves formes jurídiques per a les noves empreses, adaptades a les seves característiques específiques.
- c) Reduir les càrregues fiscals per a les empreses en els primers anys de vida.

7. Millorar l'accés «on line» i incrementar l'ús d'Internet. La prestació de serveis via Internet pot facilitar la comunicació entre organismes i nous empresaris i reduir també el cost del contacte.

8. Facilitar als nous empresaris l'accés a mecanismes de suport no econòmics en forma de paquets integrats (informació, assessorament, formació, seguiment, etc.) adaptats a les necessitats específiques de cada nova empresa.

Quant a les actituds cap a la creació d'empreses:

1. Sensibilitzar la comunitat educativa i la societat en general (polítics, càrrecs de gestió, docents, pares i mares, alumnes, etc.) de la importància d'incloure continguts relatius a l'assignatura de creació d'empreses així com activitats que hi estiguin relacionades en els programes de tots els nivells d'ensenyament, des de l'Educació Primària fins a la Universitat. En el cas de l'àmbit universitari, seria necessari convertir aquesta assignatura en obligatòria, i impartir-la en tot tipus d'estudis i amb més transversalitat.

2. Afavorir i promoure la creació d'empreses per dones, així com per col·lectius «desafavorits»: joves, desocupats, majors de 50 anys, immigrants, etc.

3. Transformar la percepció negativa que la societat catalana té del fracàs en general i especialment del fracàs empresarial. Educar a ser més tolerant davant el fracàs.

4. Potenciar l'ús dels models de referència d'empresaris d'èxit com a instrument de millora de la percepció de serveis de viabilitat de crear una empresa pròpia. Si els *empresaris potencials* tenen l'oportunitat de viure i veure de prop fets i exemples d'empresaris d'èxit, segurament augmentarà la probabilitat que acabin creant la seva pròpia empresa.

5. Millorar la cobertura mediàtica de la creació d'empreses. Els mitjans de comunicació haurien de donar més importància a temàtiques que potenciïn l'esperit emprenedor, la iniciativa individual, la creativitat, etc.

6. Fomentar la creació de xarxes entre nous empresaris que contribueixin a millorar les condicions d'èxit en les primeres etapes de vida de l'empresa.

Així doncs, a partir d'aquestes recomanacions incloses en les línies d'actuació comentades anteriorment, creiem que aquesta proposta pot ser d'utilitat per al disseny de polítiques de foment de la creació d'empreses a Catalunya, i per millorar l'entorn institucional. Consegüentment, mesures d'aquest tipus poden tenir un impacte positiu en el nombre de noves empreses creades, així com una disminució en la mortalitat empresarial en els primers anys de vida.

ÍNDIX DE TAULES

Taula 1.1.	Factors institucionals formals i informals	23
Taula 2.1.	Nombre d'empreses a Catalunya i províncies, en freqüències. Comparació amb Espanya i la Unió Europea-15 (1996-2001)	28
Taula 2.2.	Nombre d'empreses per comarques catalanes més rellevants, en freqüències (1996-2001)	30
Taula 2.3.	Nombre d'empreses per comunitats espanyoles, en freqüències i percentatges (1996-2001)	32
Taula 2.4.	Nombre d'empreses a Catalunya per sectors, en freqüències (1996-2001)	33
Taula 2.5.	Distribució sectorial de les empreses a Catalunya per províncies, en percentatges (1996-2001)	34
Taula 2.6.	Distribució sectorial de les empreses a Catalunya, en percentatges (2001). Comparació amb Espanya, la UE-15 i els Estats Units	35
Taula 2.7.	Nombre d'empreses a Catalunya per grandària (en nombre de treballadors), en freqüències (1996-2001)	35
Taula 2.8.	Nombre d'empreses a Catalunya i províncies per grandària (en nombre de treballadors), en percentatges. Comparació amb Espanya (1996 i 2001)	36
Taula 2.9.	Nombre de treballadors de les empreses a Catalunya, en percentatges (2001)	37
Taula 2.10.	Nombre d'empreses a Catalunya per forma jurídica, en freqüències (1996-2001)	40
Taula 2.11.	Forma jurídica de les empreses a Catalunya i províncies, en percentatges. Comparació amb Espanya (1996 i 2001)	41
Taula 2.12.	Densitat empresarial per a Catalunya i províncies. Comparació amb Espanya i la Unió Europea (1996-2001)	42
Taula 2.13.	Densitat empresarial per comarques catalanes (1996 i 2001), per ordre alfabètic. Selecció per a l'any 2001 de les 4 comarques amb més densitat, de les 4 comarques amb menys densitat, de les 5 comarques amb més empreses i de les 4 amb menys empreses per al 2001	44
Taula 2.14.	Densitat empresarial a Catalunya per sectors (1996-2001)	45
Taula 2.15.	Densitat empresarial per comunitats autònomes (1996 i 2001)	45

Taula 2.16. Nombre d'empreses i densitat empresarial (1996-2001). Resum per a Catalunya, províncies i comarques catalanes, Espanya, selecció de comunitats autònomes i UE-15	46
Taula 2.17. Nombre d'empreses (1996-2001). Resum comparatiu entre Catalunya i Espanya	47
Taula 2.18. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses per a Catalunya i províncies, en percentatges. Comparació amb Espanya (1996-2001)	48
Taula 2.19. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses per comarques catalanes (1996-2001), en percentatges. Selecció de les 4 comarques amb la taxa mitjana de creixement més elevada i de les 4 comarques amb la taxa mitjana més baixa. Comparació amb Catalunya i comarques amb més empreses	50
Taula 2.20. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses per regions espanyoles (1996-2001), en percentatges. Selecció de les 4 regions amb les taxes mitjanes de creixement més elevades i de les 4 amb més baixa taxa	51
Taula 2.21. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya per sectors econòmics (1996-2001), en percentatges	52
Taula 2.22. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya, per grandària, en nombre de treballadors (1996-2001), en percentatges	53
Taula 2.23. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya, per forma jurídica (1996-2001), en percentatges	54
Taula 2.24. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses, en percentatges. Resum per a Catalunya, províncies i selecció de comarques catalanes. Comparació amb Espanya i selecció de regions espanyoles	55
Taula 2.25. Taxa de creixement anual del nombre d'empreses (1996-2001), en percentatges. Resum per a Catalunya per sectors econòmics, grandària i forma jurídica	56
Taula 2.26. Taxa d'entrada d'empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-2001)	60
Taula 2.27. Taxa de sortida d'empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-2001)	63
Taula 2.28. Taula resum de les taxes d'entrada i de sortida d'empresa mitjana per a Catalunya, per sectors econòmics, en percentatges. Arc Mediterrani i Espanya (1997-2000)	66
Taula 2.29. Dades de la funció de risc de les empreses a Catalunya, Arc Mediterrani i Espanya, per sectors econòmics, en percentatges (1996-2000)	71

Taula 2.30. Creació i desaparició de les noves empreses tal viver d'empreses de Terrassa (Foment de Terrassa, S.A.) per al període 1996-2001. Característiques més rellevants de les noves empreses	73
Taula 2.31. Creació i desaparició de les noves empreses al viver d'empreses de Sabadell (Ajuntament de Sabadell) per al període 1996-2001. Característiques més rellevants de les noves empreses	74
Taula 2.32. Taxes de supervivència de les empreses a Catalunya per sectors econòmics, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-2000)	75
Taula 2.33. Resum de les taxes de mortalitat i de supervivència a Catalunya, en percentatges (1996-2001)	76
Taula 3.1. Mesures generals de suport a la creació d'empreses	83
Taula 3.2. Mesures econòmiques	83
Taula 3.3. Mesures no econòmiques	84
Taula 3.4. Característiques de la mostra d'empresaris actuals i de la mostra d'empresaris potencials, en percentatges	86
Taula 3.5. Característiques de les noves empreses de la mostra d'empresaris actuals i de la mostra d'empresaris potencials, en percentatges	88
Taula 3.6. Valoració de les característiques dels programes i serveis utilitzats (valoració sobre 10)	91
Taula 3.7. Taula de contingència de l'encreuament entre la utilització d'algun programa i les variables tipològiques de la mostra de l'empresari potencial, en percentatges	93
Taula 3.8. Taula de contingència de l'encreuament entre la valoració dels programes utilitzats i les variables tipològiques de la mostra de l'empresari potencial, en percentatges	94
Taula 3.9. Resum de l'existència de relacions de dependència entre les variables considerades	95
Taula 3.10. Taula de contingència de l'encreuament entre la creació d'una empresa i la utilització d'algun programa per part de la mostra de l'empresari potencial, en percentatges	95
Taula 3.11. Raons que justifiquen la importància d'invertir fons públics en mesures de suport a la creació d'empreses, per part d'ambdues mostres d'empresaris, en percentatges	98
Taula 3.12. Raons més rellevants perquè les administracions no inverteixin fons públics en les mesures de suport a la creació d'empreses, per part d'ambdues mostres d'empresaris, en percentatges	98

Taula 3.13. Opinió general sobre els programes i serveis de suport a la creació de empreses (valoració de cada ítem de l'1 al 4, on 4 és la màxima puntuació i 1 la mínima)	99
Taula 4.1. Característiques de la mostra de la població general catalana, en percentatges	105
Taula 4.2. Característiques de les mostres d'estudiants universitaris de Catalunya, en percentatges (1996-2001)	107
Taula 4.3. Característiques de la mostra de directius d'empresa de Catalunya, en percentatges	109
Taula 4.4. Percepció de desig de crear una empresa pròpia per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges	111
Taula 4.5. Resum de la percepció de viabilitat de crear una empresa pròpia per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges	113
Taula 4.6. Comparació de la intenció de crear una empresa pròpia per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges	114
Taula 4.7. Taula de contingència de l'encreuament entre el desig de crear una empresa i les variables tipològiques de la mostra de la població general de Catalunya, en percentatges	116
Taula 4.8. Taula de contingència de l'encreuament entre la viabilitat de crear una empresa i les variables tipològiques de la mostra de la població general de Catalunya, en percentatges	117
Taula 4.9. Taula de contingència de l'encreuament entre la intenció de crear una empresa i les variables tipològiques de la mostra de la població general de Catalunya, en percentatges	118
Taula 4.10. Resum de l'existència de relacions de dependència entre el desig de crear una empresa i les variables tipològiques de les mostres de Catalunya en percentatges	119
Taula 4.11. Factors més rellevants que afavoreixen la creació de noves empreses en la actualitat, en percentatges. Comparació entre les mostres d'empresaris actuals i potencials de Catalunya	122
Taula 4.12. Factors més rellevants que dificulten la creació de noves empreses en la actualitat, en percentatges. Comparació entre les mostres d'empresaris actuals i potencials de Catalunya	125
Taula 4.13. Motius més rellevants per a la creació de noves empreses en l'actualitat, en percentatges. Comparació entre les mostres d'empresaris actuals i potencials de Catalunya	128

Taula 4.14. Frens més rellevants per a la creació de noves empreses en l'actualitat, en percentatges. Comparació entre les mostres d'empresaris actuals i potencials de Catalunya	132
Taula 4.15. Atributs positius de l'empresari català segons les mostres d'empresaris actuals i potencials de Catalunya, en percentatges	141
Taula 4.16. Atributs negatius de l'empresari català segons la mostra d'empresaris actuals i potencials de Catalunya, en percentatges	142

ÍNDIX DE FIGURES

Figura 1.1. Factors de l'entorn com a condicionants de la creació de noves empreses i impacte en la generació d'ocupació, el creixement econòmic i el potencial innovador	21
Figura 2.1. Variació, en percentatges, del nombre d'empreses per a Catalunya i províncies. Comparació amb Espanya i la UE-15 (1996-2001)	29
Figura 2.2. Evolució del pes del nombre d'empreses per províncies sobre el total de Catalunya, en percentatges (1996-2001)	29
Figura 2.3. Variació, en percentatges, del nombre d'empreses per a Catalunya i comarques (1996-2001)	31
Figura 2.4. Evolució del nombre d'empreses a Catalunya per sector econòmic i variació mitjana, en percentatges (1996-2001)	33
Figura 2.5. Evolució del nombre d'empreses a Catalunya per grandària, en freqüències. Variacions en percentatges (1996 i 2001)	36
Figura 2.6. Grandària en nombre de treballadors per sector econòmic de les empreses en Catalunya, en percentatges (2001)	38
Figura 2.7. Dimensió mitjana en nombre d'ocupats per empresa a Catalunya (1996-2001). Comparació amb Espanya i la Unió Europea	38
Figura 2.8. Dimensió mitjana en nombre d'ocupats per empresa a Catalunya (1997). Comparació amb la Unió Europea i els països membres	39
Figura 2.9. Evolució de la forma jurídica de les empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb Espanya (1996 i 2001)	41
Figura 2.10. Evolució de la densitat empresarial per a Catalunya i províncies. Comparació amb Espanya (1996-2001)	43
Figura 2.11. Evolució de la taxa de creixement anual del nombre d'empreses per a Catalunya i províncies, en percentatges. Comparació amb Espanya (1996-2001)	49
Figura 2.12. Taxa mitjana de creixement anual del nombre d'empreses per a Catalunya (1996-2001), en percentatges. Comparació amb Espanya i amb l'àmbit internacional (diferents períodes)	49
Figura 2.13. Evolució de la taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya, en percentatges, per sectors econòmics (1996-2001)	52

Figura 2.14. Evolució de la taxa de creixement anual del nombre d'empreses a Catalunya, en percentatges per forma jurídica (1996-2001)	54
Figura 2.15. Relació entre el creixement del nombre d'empreses i la densitat empresarial a Catalunya, per províncies i comarques catalanes (1996-2001)	57
Figura 2.16. Relació entre el creixement del nombre d'empreses i la densitat empresarial a Espanya per províncies espanyoles. Comparació amb Catalunya (1996-2000)	58
Figura 2.17. Taxa d'entrada d'empreses a Catalunya, en percentatges (1996-2001)	59
Figura 2.18. Evolució de la taxa d'entrada d'empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1997-2000)	60
Figura 2.19. Evolució de la taxa d'entrada d'empresa mitjana a Catalunya, en percentatges. Comparació amb Espanya (1997-2000)	61
Figura 2.20. Evolució de la taxa d'entrada d'empresa mitjana a Catalunya, en percentatges. Comparació amb altres països de l'OCDE (diferents períodes)	62
Figura 2.21. Taxa de sortida d'empreses a Catalunya, en percentatges (1996-2001)	63
Figura 2.22. Evolució de la taxa de sortida d'empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1997-2000)	64
Figura 2.23. Evolució de la taxa de sortida d'empresa mitjana a Catalunya, en percentatges. Comparació amb altres regions d'Espanya (1997-2000)	64
Figura 2.24. Evolució de la taxa de sortida d'empresa mitjana a Catalunya, en percentatges. Comparació amb altres països de l'OCDE	65
Figura 2.25. Evolució de les taxes d'entrada i de sortida d'empresa mitjana de forma agregada i per sectors a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1997-2000)	67
Figura 2.26. Taxa de mortalitat ⁴⁷ i funció de risc de les empreses a Catalunya, total i per sectors econòmics, en percentatges (1996-2001)	69
Figura 2.27. Taxes de mortalitat i funció de risc de les empreses a Catalunya, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-1999)	70
Figura 2.28. Taxes de mortalitat i funció de risc empresarial a Catalunya per sectors econòmics, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya (1996-2001)	71

47. D'ara endavant la taxa de mortalitat correspon a 1 de gener de cada any de referència.

Figura 2.29. Taxes de supervivència i funció de supervivència de les empreses a Catalunya per sectors econòmics, en percentatges (1996-2001)	73
Figura 2.30. Taxes de supervivència i funció de supervivència empresarial a Catalunya, en percentatges (1996-2001). Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya	74
Figura 2.31. Taxes de supervivència i funció de supervivència empresarial a Catalunya, per sectors econòmics, en percentatges. Comparació amb l'Arc Mediterrani i Espanya	76
Figura 3.1. Marc institucional global de la creació d'empreses	80
Figura 3.2. Marc institucional formal de la creació d'empreses a Catalunya: organismes que ofereixen serveis i programes de suport	82
Figura 3.3. Comparació dels programes i serveis coneguts i utilitzats per part de les dues mostres d'empresaris, en percentatges	89
Figura 3.4. Comparació de la valoració dels programes i serveis utilitzats per part de les dues mostres d'empresaris, en percentatges	90
Figura 3.5. Comparació de la importància dels programes i serveis utilitzats en el procés de creació de l'empresa segons les dues mostres d'empresaris, en percentatges	91
Figura 3.6. Comparació de l'opinió global sobre les mesures de suport a la creació d'empreses a Catalunya per part de les dues mostres d'empresaris, en percentatges	96
Figura 3.7. Importància atribuïda segons les dues mostres d'empresaris perquè les administracions inverteixin fons públics en mesures de suport a la creació d'empreses, en percentatges	97
Figura 4.1. Comparació dels 4 factors més rellevants que afavoreixen la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana, en percentatges	120
Figura 4.2. Mitjana dels factors més rellevants que afavoreixen la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana, en percentatges	121
Figura 4.3. Comparació dels 4 factors més rellevants que dificulten la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana, en percentatges	123
Figura 4.4. Mitjana dels factors més rellevants que dificulten la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana, en percentatges	124
Figura 4.5. Comparació dels 4 motius més rellevants per a la creació d'una empresa pròpia segons les mostres de la societat catalana, en percentatges	126
Figura 4.6. Mitjana dels motius per a la creació d'empreses segons les mostres de la societat catalana	127

Figura 4.7. Comparació dels 4 frens més rellevants per a la creació d'una empresa pròpia per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges	130
Figura 4.8. Mitjana dels frens cap a la creació d'empreses per part de les mostres de la societat catalana, en percentatges	131
Figura 4.9. Comparació de la valoració dels atributs de l'empresari català segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 7 (on 7: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)	134
Figura 4.10. Comparació dels 3 atributs de l'empresari català més valorats segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)	134
Figura 4.11. Comparació dels 3 atributs de l'empresari català menys valorats segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)	135
Figura 4.12. Mitjana de la valoració dels atributs de l'empresari segons les mostres de la societat catalana, per ordre d'importància. Comparació amb els atributs de l'empresari a Espanya (Suárez, 1985). Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)	136
Figura 4.13. Comparació de la valoració de les professions segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 7 (on 7: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)	137
Figura 4.14. Comparació de la valoració de la professió d'empresari, segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 7 (on 7: màxima puntuació; 1: mínima puntuació). Rànquing del prestigi assignat a la professió d'empresari per cada mostra	138
Figura 4.15. Comparació de les 3 professions més valorades segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 7 (on 7: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)	138
Figura 4.16. Comparació de les 3 professions menys valorades segons les mostres de la societat catalana. Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)	139
Figura 4.17. Mitjana de la valoració de les professions segons les mostres de la societat catalana, per ordre d'importància. Valoració d'1 a 4 (on 4: màxima puntuació; 1: mínima puntuació)	140
Figura 5.1. Proposta d'actuació per a la millora de l'entorn de la creació d'empreses	149

BIBLIOGRAFIA

- APONTE, M. (2002): *Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: Un enfoque institucional*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
- APONTE, M. (2003): «Start-ups in Puerto Rico: Poor Entrepreneurial Spirit or Structural Problem?». Dins E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte i J. Vergés (coords.), *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- BANCO MUNDIAL (1997): *Informe sobre el desarrollo mundial 1997*. Mundi-Prensa Libros, S.A. (<http://econ.worldbank.org/wdr/>).
- BANCO MUNDIAL (2001): *Informe sobre el desarrollo mundial 2002*. Mundi-Prensa Libros, S.A. (<http://econ.worldbank.org/wdr/>).
- BANCO MUNDIAL (2002): *Informe sobre el desarrollo mundial 2003*. Mundi-Prensa Libros, S.A. (<http://econ.worldbank.org/wdr/>).
- BATISTA, R.M. i GARCÍA, J.M. (1999): *Entrepreneurial Potential Diagnoses. An Empirical Study*. Treball presentat a l'ICSB. Nàpols, juny de 1999.
- BENERIA, E. (1989): «La iniciativa empresarial a Barcelona». *Revista Econòmica de Catalunya*, núm. 10, gener-abril, p. 59-67.
- BERGER, B. (1991a): «The Culture of Modern Entrepreneurship». Dins B. Berger, *The Culture of Entrepreneurship*, cap. 2, p. 13-32. Press: San Francisco, California.
- BERGER, B. (1991b): *The Culture of Entrepreneurship*. Press: San Francisco, California.
- BIRCH, D.L. (1979): *The Job Generation Process, MIT Programme on Neighbourhood and Regional Change*. Cambridge, Mass.
- BIRCH, D.L. (1987): *Job creation in America: How our smallest companies put the most people to work*. Free Press.
- BOTER, H. i 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).
- BRAUTIGAM, D. (1997): «Substituting for the State: Institutions and Industrial Development in Eastern Nigeria». *World Development*, vol. 25, núm. 7, p. 1063-1080.
- BRENNER, O.C.; PRINGLE, C.D.; GREENHAUS, J.H. (1991): «Perceived Fulfillment of Organizational Employment versus Entrepreneurship: Work Values and Career Intentions of Business College Graduates». *Journal of Small Business Management*, vol. 29, núm. 3, p. 62-74.
- BRUNO, A.V. i TYEBJEE, T.T. (1982): «The Environment for Entrepreneurship». Dins C.A. Kent;

- D.L. Sexton i K.H. Vesper (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, p. 288-315, Prentice-Hall, Inc.: Englewood Cliffs, NJ.
- BUENO, E.; RODRÍGUEZ, J.M. i CAMINO, D. (1989): «Características básicas de la empresa española: aspectos estructurales». *Papeles de Economía Española*, núm. 39, p. 2-18.
- CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ESPAÑA Y LA FUNDACIÓN INCYDE (2001): *La creación de empresas en España. Análisis por regiones y sectores*. Servicio de Estudios de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España y Fundación INCYDE.
- CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ESPAÑA Y LA FUNDACIÓN INCYDE (2002): *Factores para consolidar una empresa*. Servicio de Estudios de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España y Fundación INCYDE.
- CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ESPAÑA Y LA FUNDACIÓN INCYDE (2003): *Creación y consolidación de empresas. Políticas de apoyo*. Servicio de Estudios de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España y Fundación INCYDE.
- CIDEM (2003): «Vivers d'empresa a Catalunya». *Quaderns d'informació empresarial*. Generalitat de Catalunya.
- CODURAS, A. i JUSTO, R. (2003): «Global Entrepreneurship Monitor». *Informe Executiu 2002*. Espanya. GEM.
- CODURAS, A.; LÓPEZ-GARCÍA, P.; JUSTO, R. i DE LA VEGA, I. (2004): «Global Entrepreneurship Monitor». *Informe Ejecutivo 2003*. Espanya. GEM.
- DAVIDSSON, P. (1995): «Culture, Structure and Regional levels of Entrepreneurship». *Entrepreneurship and Regional Development*, 7 (1), p. 41-62.
- DE PABLO, I. i CASANI, F. (1998): «La formación de emprendedores en la universidad. La experiencia de la Universidad Autónoma de Madrid». *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, març-abril de 1998, p. 48-55.
- DÍAZ, C. (2002): *La creación de empresas. Revisión histórica de teorías y escuelas*. Ediciones La Coria.
- DÍAZ, C. (2003): *La creación de empresas en Extremadura. Un análisis institucional*. Tesis doctoral. Universidad de Extremadura.
- DINIS, A. (2002): «Rural Entrepreneurship: Individual or Collective Phenomena?». Treball presentat en el 2nd EDP Workshop, març de 2002, UAB-Barcelona.
- DIRCE (DIRECTORIO CENTRAL DE EMPRESAS) (2003): Resultados Estadísticos, datos del periodo 1996-2001. (<http://www.ine.es/inebase>)
- DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PYME (2000): «Medidas de apoyo a la PYME». Actualizadas el febrer de 2000. Ministerio de Economía y Hacienda. Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la PYME, (<http://www.ipyme.org>).
- DOLINSKY, A.; CAPUTO R.; PASUMARTY, K. i QUAZI, H. (1993): «The Effects of Education on Business Ownership: A Longitudinal Study of Women». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, núm. 1, p. 43-53.
- DUBINI, P. (1989): «The Influence of Motivations and Environment on Business Start-ups: Some Hints for Public Policies». *Journal of Business Venturing*, vol. 4, núm. 1, p. 11-26.

- EOS GALLUP EUROPE (2000): «Flash Eurobarometer 83: Entrepreneurship». Elaborat per EOS Gallup Europe a petició de la Comissió Europea. Setembre de 2000.
- EOS GALLUP EUROPE (2001): «Flash Eurobarometer 107: Entrepreneurship». Elaborat per EOS Gallup Europe a petició de la Comissió Europea. Setembre de 2001.
- EOS GALLUP EUROPE (2002): «Flash Eurobarometer 134: Entrepreneurship». Elaborat per EOS Gallup Europe a petició de la Comissió Europea. Novembre de 2002.
- EUROPEAN COMMISSION (1999): «Sexto informe periódico sobre la situación y la evolución socioeconómicas de las regiones de la Unión Europea». Dirección General de Política Regional, (<http://www.europa.eu.int>).
- EUROPEAN COMMISSION (2000): «The European Observatory for SMEs. Sixth Report». Enterprise publications.
- EUROPEAN COMMISSION (2001): «Enterprises in Europe. Data 1987-1997. Sixth Report». European Communities, (<http://europa.eu.int>).
- EUROPEAN COMMISSION (2002): «Business demography in Europe». *Observatory of European SMEs 2002*, núm. 5. Enterprise publications.
- EUROPEAN COMMISSION (2002a): «Highlights from the 2002 Survey». *Observatory of European SMEs 2002*, núm. 8. Enterprise publications.
- EUROPEAN COMMISSION (2002b): «Highlights from the 2001 Survey». *Observatory of European SMEs 2002*, núm. 1. Enterprise Publications.
- EUROPEAN COMMISSION (2002c): «SMEs in Europe, including a first glance at EU candidate countries». *Observatory of European SMEs 2002*, núm. 1. Enterprise Publications.
- EUROPEAN COMMISSION (2003): *Libro verde. El espíritu empresarial en Europa*. Comisión de las comunidades europeas. Brussel·les, COM (2003); 21/1/2003.
- EUROSTAT (STATISTICAL OFFICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES) (2003): *Resultados estadísticos, datos del período 1996-2001* (<http://europa.eu.int/comm/eurostat>).
- FERNÁNDEZ, E. i JUNQUERA, B. (2001): «Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas: una revisión de la literatura». *Papeles de Economía Española*, núm. 89/90, p. 322-342.
- GARTNER, W.B. (1985): «A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation». *The Academy of Management Review*, vol. 10, núm. 4, p. 696-706.
- GENESCÀ, E. i VECIANA, J.M. (1984): «Actitudes hacia la creación de empresas». *Información Comercial Española*, núm. 611, juliol, p. 147-155.
- GENESCÀ, E.; URBANO, D.; CAPELLERAS, J.L.; GUALLARTE, C. i VERGÈS, J. (coords.) (2003): *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- GIBB, A. (2000): «SME Policy, Academic Research and the Growth of Ignorance, Mythical Concepts, Myths, Assumptions, Rituals and Confusions». *International Small Business Journal*, vol. 18, núm. 3, p. 13-35.
- GINER, Y.; MURIEL, M.J. i TOLEDANO, F.J. (1999): «El empresario y la creación de nuevas empresas en el ámbito rural: impacto de las políticas comunitarias». *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, núm. 3.

- GNYAWALI, D.R. i FOGEL, D.S. (1994): «Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications». *Entrepreneurship Theory and Practice*, juny, p. 43-62.
- GRUCHY, A.G. (1972): *Contemporary Economic Thought: The Contribution of Neo-institutional Economics*. The MacMillan Press Ltd: Nova York.
- GRUCHY, A.G. (1987): *The Reconstruction of Economics: An Analysis of the Fundamentals of Institutional Economics*. Greenwood Press: Nova York.
- HASKINS, G. (1986): «A Guide to the Guide». Dins G. Haskins; A. Gibb i T. Hubert (eds.), *A Guide to Small Firms Assistance in Europe*, Introducció, p. 3-28, Gower Publishing Company Limited: Anglaterra.
- HENRIQUEZ, C.; VERHEUL, I.; VAN DER KNAPP, I. i BISCHOFF, C. (2001): «Determinants of Entrepreneurship in France: Policies, Institutions and Culture». Agost de 2001. Working paper. Indiana University.
- HERNÁNDEZ, R. i DÍAZ, C. (2004): GEM. *Informe Ejecutivo 2003. Extremadura*. Fundación Xavier de Salas. Ediciones La Coria. Colección de Estudios Económicos de Extremadura.
- HERNÁNDEZ, R.; DÍAZ, C. i URBANO, D. (2004): «Marco institucional informal de la creación de empresas. Un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Extremadura». Treball presentat al Congrés d'AEDEM 2004.
- HODGSON, G. (1998): «The Approach of Institutional Economics». *Journal of Economic Literature*, vol. 36, p. 166-192.
- HODGSON, G. (2000): «La ubicuidad de los hábitos y las reglas». *Revista de Economía Institucional*, núm. 3, segon semestre, p. 11-43.
- IBORRA, M.; MENGUZZATO, M. i RIPOLLÉS, M. (1998): «Creación de empresas internacionales: redes informales y obtención de recursos». *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 7, núm. 3, p. 147-60.
- IDESCAT (INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA) (2003): Resultados estadísticos, datos del periodo 1996-2001 (<http://www.idescat.es>).
- INE (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA) (2003): Resultados estadísticos, datos del periodo 1996-2001 (<http://www.ine.es>).
- JIMÉNEZ, J.J. i GARCÍA, P.M. (2003): «Estado de la cuestión y perspectivas de la investigación en creación de empresas en España: una revisión de los artículos publicados entre 1996 y 2001». Dins E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte i J. Vergés (coords.), *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- JOHANNISSON, B. (1988): «Images of the Entrepreneurial Spirit. Swedish Experiences». Treball presentat a la 15th International Small Business Congress. Hèlsinki, Finlàndia.
- JOHANNISSON, B. (1991): «University Training for Entrepreneurship: Swedish Approaches». *Entrepreneurship and Regional Development*, 3, p. 67-82.
- KANTIS, H. (2003): «Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina: el caso

- argentino». Dins E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte i J. Vergés (coords.), *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- KANTIS, H; ISHIDA, M. i KOMORI, M. (2002): *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo. Departamento de Desarrollo Sostenible. Subdepartamento de Empresa Privada y Mercados Financieros. División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Març de 2002.
- KATZ, J.A. (2000): *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergencies and Growth*, vol. 4. Greenwich, C.T.; Jai Press.
- KIRBY, D. (1992): «Developing Graduate Entrepreneurs. The UK Graduate Enterprise Program». *Entrepreneurship, Innovation and Change*, vol. 1, núm. 2, p. 165-175.
- KIRBY, D. (2002): *Entrepreneurship*. McGraw-Hill: Maidenhead.
- KIRBY, D. (2003): «Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meet the Challenge?». Dins E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte i J. Vergés (coords.), *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- KOLVEREID, L. (1996): «Prediction of Employment Status Choice Intentions». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 21, núm. 1, p. 47-57.
- KOURILSKY, M.L. i WALSTAD, W.B. (1998): «Entrepreneurship and Female Youth: Knowledge, Attitudes, Gender Differences, and Educational Practices». *Journal of Business Venturing*, 13, p. 77-88.
- KRUEGER, N. (1993): «The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, núm. 1, p. 5-21.
- KRUEGER, N. i CARSRUD, A. (1993): «Entrepreneurship Intentions: Applying the Theory of Planned Behaviour». *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5, núm. 1, p. 315-330.
- KRUEGER, N. i BRAZEAL, D. (1994): «Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs». *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, p. 91-104.
- LAFUENTE, A. (1988): «Pime, creació d'empreses i ocupació». *Revista Econòmica de Catalunya*, núm. 9, setembre-desembre, p. 66-72.
- LAFUENTE, A. i SALAS, V. (1989): «Types of Entrepreneurs and Firms: The Case of New Spanish Firms». *Strategic Management Journal*, vol. 10, p. 17-30.
- LANDSTRÖM, H. i POLITIS, D. (2000): *Informal Investors as Entrepreneurs: The Development of an Entrepreneurial Career*. Babson (<http://www.babson.edu/entrep/fer>).
- LITWACK, J.M. (1993): «Issues in the creation of fiscal legality in the economies of the former USSR». *Eastern Economic Journal*, vol. 19, núm. 3, p. 335-345.
- LUNDSTRÖM, A. i STEVENSON, L. (2001): «Entrepreneurship Policy for the Future». *Entrepreneurship Policy for the Future Series*, vol. 1, SME Forum, Växjö, March. Swedish Foundation for Small Business Research. Estocolm.

- LUNDSTRÖM, A. i STEVENSON, L. (2002): «On the Road to Entrepreneurship Policy». *Entrepreneurship Policy for the Future Series*, vol. 1. Swedish Foundation for Small Business Research. Estocolm.
- MOLE, K.; GREENE, F.J. i STOREY, D. (2002): «Entrepreneurship in Three English Counties». Treball presentat en el 25th ISBA National Small Firms Policy and Research Conference Competing Perspectives of Small Business and Entrepreneurship.
- MOLINA, J.L. (2003). *Manual de antropología económica*.
- NEE, V. (1992): «Organizational Dynamics of Market Transition: Hybrid Forms, Property Rights and Mixed Economy in China». *Administrative Science Quarterly*. Tom 37, núm. 1, 1-27.
- NEE, V. i YOUNG, F.W. (1991): «Peasant Entrepreneurs in China's Second Economy: An Institutional Analysis». *Economic Development and Cultural Change*, vol. 39, núm. 2, p. 293-310.
- NORTH, D.C. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press: Cambridge.
- NORTH, D.C. (1993): *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica, S.A: Mèxic.
- NORTH, D. i SMALLBONE, D. (2000): «The Innovativeness and Growth of Rural SMEs during the 1990's», *Regional Studies*, núm. 34/2, p. 145-157.
- OECD (1998): «Fostering Entrepreneurship». Organisation for economic co-operation and development.
- PARADA, J.J. (2001): «Original Institutional Economics: A Theory for the 21st Century?». *Oeconomicus*, tardor, p. 42-56.
- PENG, M.; SHEKSHNIA, S. (2001): «How entrepreneurs create wealth in transition economies». *The Academy of Management Executive*, vol. 15, núm. 1, p. 95-121.
- PINILLA, E. (1968): *Los empresarios y el desarrollo capitalista. El caso catalán*. Ediciones Península.
- PINILLOS, M.J. (2001): «Factores coadyudantes para la creación de empresas en la comunidad de Madrid». *Papeles de Economía Española*, núm. 89/90, p. 343-363.
- PLANELLAS, M. (1997): «El Network del creador de empresa». *Iniciativa Emprendedora*, núm. 7, noviembre-diciembre, p. 11-15.
- PRADO, G.A. (1998): «El pensamiento económico de Douglass C. North». *Laissez-Faire*, núm. 9, p. 13-32.
- RAGAB, M. (1992): «The Business Environment of the 1990's: Implications for Entrepreneurship», *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 10, núm. 1, p. 70-80.
- REYNOLDS, P.D. (1991): «Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, núm. 2, p. 47-69.
- REYNOLDS, P.; AUTIO, E.; HAY, M.; BYGRAVE, W. i CAMP, S. (2001): «Global Entrepreneurship Monitor». *2001 Executive Report*. GEM
- REYNOLDS, P.; BYGRAVE, W.; AUTIO, E.; COX, L. i HAY, M. (2002): «Global Entrepreneurship Monitor». *2002 Executive Report*. GEM.
- REYNOLDS, P.; BYGRAVE, W.; AUTIO, E. et al. (2003): «Global Entrepreneurship Monitor». *2003 Executive Report*. GEM.

- ROMANELLI, E. (1989): «Environments and Strategies of Organization Start-up: Effects on Early Survival». *Administrative Science Quarterly*, núm. 34, p. 369-387.
- RUÍZ, J., MEDINA, J., LORENZO, D., i ROJAS, A. (2004): *GEM. Informe Ejecutivo 2003. Andalucía*, Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- RUIZ, J.; ROJAS, A.; RAMOS, H.; PEINADO, A. (2003): «Estudio para la evaluación del perfil emprendedor de los alumnos de la Universidad de Cádiz». Observatorio de Emprendedores, Universidad de Cádiz. Document per a Foment d'Andalusia, sense publicar.
- RUTHERFORD, M. (1995): «The Old and the New Institutionalism: Can Bridges Be Built?». *Journal of Economic Issues*, vol. 29, núm. 2, p. 443-451.
- RUTHERFORD, M. (2000a): «Understanding Institutional Economics: 1918-1929». *Journal of the History of Economic Thought*, vol. 22, núm. 3, p. 277-308.
- RUTHERFORD, M. (2000b): «Institutionalism between the Wars». *Journal of Economic Issues*, vol. 34, núm. 2, p. 291-303.
- SALAS, V. (1990): «Instrumentos financieros en la creación de empresas: análisis desde la economía de los costes de transacción». *Economía Industrial*, març-abril, p. 23-38.
- SCOTT, W.R. (1995): *Institutions and Organizations*. Sage Publications: California.
- SCHUMPETER, J. A. (1934): *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper and Row: New York.
- SEGARRA, A. (dir.) (2002): *La creación y la supervivencia de las empresas industriales*. Civitas: Madrid.
- SERAROLS, C. (2003): *Factores de éxito de las empresas españolas puramente digitales*. Tesis Doctoral. Departament d'Economia de l'Empresa. Universitat Autònoma de Barcelona: Bellaterra.
- SERRA, A. (1989): *L'empresa: fonaments econòmics*. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- SEXTON, D.L. (1986): «Role of Entrepreneurship in Economic Development». Dins R.D. Hisrich (ed.), *Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Venture Capital*, cap. 2, 27-39. Lexington Books: EUA.
- SHANE, S. i KOLVEREID, L. (1995): «National Environment, Strategy, and New Venture Performance: a Three Country Study». *Journal of Small Business Management*, abril, p. 37-50.
- SHAPERO, A. (1984): The entrepreneurial event. Dins C.A. Kent (ed.), *Environment for Entrepreneurship*, p. 21-40. Lexington, M.A.: D.C.Heath.
- SHAPERO, A. i SOKOL, L. (1982): «The Social Dimensions of Entrepreneurship». Dins C.A. Kent.; D.L. Sexton i K.H. Vesper (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, p. 72-90, Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall. Inc.
- SMALLBONE, D. (2003): «Policies for Entrepreneurship and Small Business in the 21th Century». Dins E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte i J. Vergés (coords.), *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

- SMALLBONE, D. i WELTER, F. (2001): «The Distinctiveness of Entrepreneurship in Transition Economies». *Small Business Economics*, vol. 16, núm. 4, p. 249-262.
- SOLÉ, F. i MARTÍNEZ, R. (2003): «Entrepreneurship y desarrollo regional. La cultura y el desarrollo endógeno». Dins E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte i J. Vergés (coords.), *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- SOLÉ, F. i ROYO, J. (1995): *L'estat de la formació a l'empresa a Catalunya*. Col·lecció: Papers d'economia industrial. Editat pel Departament d'Indústria i Energia. Direcció General d'Indústria, 1ª edició, Barcelona.
- SOLÉ, F. i ANDRÉ, P. (1999): *Creación de empresas, empresario, PYME y Universidad*. «VIII Congreso Nacional de ACEDE, Empresa y Economía Institucional», 1999, p. 551-575.
- STEIN, K. (2002): «Individual perception of business contexts: The case of small-scale entrepreneurs in Tanzania». *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 7. núm. 3, p. 283-305.
- STEVENSON, L. i LUNDSTRÖM, A. (2001): «Patterns and Trends in Entrepreneurship / SME Policy and Practice in Ten economies». *Entrepreneurship Policy for the Future Series*, vol. 3. Swedish Foundation for Small Business Research. Estocolm.
- STEVENSON, L. i LUNDSTRÖM, A. (2002): «Beyond the Rhetoric: Defining Entrepreneurship Policy and Its Best Practice Components». *Entrepreneurship Policy for the Future Series*, vol. 2. Swedish Foundation for Small Business Research. Estocolm.
- STEWART A. (1991): «A Prospectus on the Anthropology of Entrepreneurship». *Entrepreneurship Theory and Practice*, hivern, p. 71-91.
- STOREY, D.J. (1994): *Understanding the Small Business Sector*. Routledge: Londres.
- STOREY, D. (2000): «Six steps to heaven: evaluating the impact of public policies to support small business in developed countries». Dins D. Sexton i H. Landstrom (eds.), *Handbook of entrepreneurship*, p. 176-193. Oxford: Blackwell.
- STOREY, D.J. (2002): «Methods of Evaluating the Impact of Public Policies to Support Small Businesses: The Six Steps to Heaven». *International Journal of Entrepreneurship*.
- STOREY, D.J. i STRANGE, A. (1993): «Entrepreneurship in Cleveland 1979-1989. A Study of Effects of the Enterprise Culture». Centre for Small and Medium Sized Enterprises. Warwick Business School. University of Warwick. Employment Department. ED Research Series, núm. 3.
- SUÁREZ, J.M. (1985): «La imagen del empresario». *Nueva Empresa*, núm. 233.
- THURIK, R. i WENNEKERS, S. (2001): «A Note on Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth». ERS-2001-60-STR, (www.irim.eur.nl)
- THURIK, R. i VERHEUL, I. (2003): «The Relationship between Entrepreneurship and Unemployment: The Case of Spain». Dins E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte i J. Vergés (coords.), *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

- TIMMONS, J. i BYGRAVE, W. (1986): «Venture Capital Role in Financing Innovation for Economic Growth». *Journal of Business Venturing*, vol. 1, núm. 2,
- TOLEDANO, N. (2001): «Las incubadoras de empresas como instrumento de apoyo al emprendimiento. Una aproximación empírica a la provincia de Huelva». Treball presentat en el XI Congreso Nacional de ACEDE. Saragossa.
- TOLEDANO, N. i GESSA, A. (2002): «Análisis de las nuevas iniciativas empresariales en la provincia de Huelva: la influencia del entorno». Treball presentat al Congrés d'AEDEM 2002.
- 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. Unicaja Fundación.
- TRULSSON, P. (1997): «Strategies of Entrepreneurship: Understanding Industrial Entrepreneurship and Structural change in Northwest Tanzania». Linköping University. Linköping, Suècia.
- URBANO, D. i VECIANA, J.M. (2001): «Institutions and support programmes for entrepreneurship in Catalonia: an institutional approach». Treball presentat en el RENT XV (Turku, novembre de 2001).
- URBANO, D., VAILLANT, Y. i VECIANA, J.M. (2002): «Support measures for new business creation: a comparative empirical study between rural and urban areas of Catalonia». Treball presentat en el RENT XVI Conference (Barcelona, novembre 2002).
- URBANO, D., DÍAZ, C. i VECIANA, J.M. (2002): «Organismos y programas de apoyo a la creación de empresas. Un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Extremadura». Treball presentat en el III Seminario de Creación de Empresas (Trujillo-Cáceres, octubre de 2002).
- URBANO, D. (2003a): «Marco institucional formal de la creación de empresas en Cataluña: oferta y demanda de servicios de apoyo». Dins E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte i J. Vergés (coords.), *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenatge al professor José María Veciana Vergés*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- URBANO, D. (2003b): *Factores condicionantes de la creación de empresas en Catalunya. Un enfoque institucional*. Tesis Doctoral. Departament d'Economia de l'Empresa. Universitat Autònoma de Barcelona.
- URBANO, D. i VECIANA, J.M. (2004): «Políticas de fomento a la creación de empresas en España. Algunos ejemplos». Dins Veciana, J.M. (2004): *Políticas de fomento a la creación de empresas en Catalunya y Europa. Experiencias y tendencias*. Departament d'Economia de l'Empresa (UAB), Diputació de Barcelona i Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.
- US Census Bureau (2003): Resultados estadísticos, datos del periodo 1996-2001 (<http://www.census.gov>).
- USSMAN, A.M. (2001): «O Fomento à criação de empresa. A experiencia portuguesa». Treball presentat al Seminario de Creación de Empresas, Teoría y prácticas (Trujillo-Cáceres, 2001).
- VALDÉS, R. (1996): «Apuntes sobre la teoría institucional». Document no publicat. Departament d'Antropologia Social i Cultural. UAB.

- VAN DE VEN, A.H. (1993): «The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship». *Journal of Business Venturing*, vol. 8, núm. 3, p. 211-230.
- VEBLEN, T. (1964a): *Absentee Ownership and Business Enterprise in Recent Times: The Case of America. 1923*. A.M. Kelley: Nova York.
- VEBLEN, T. (1965a): *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. 1889*. Augustus M. Kelley: Nova York.
- VEBLEN, T. (1965b): *The Theory of Business Enterprise. 1904*. Augustus M. Kelley: Nova York.
- VECIANA, J.M. (1980): «Un concepto empírico de empresario». *Revista Económica Banca Catalana*, núm. 56, març, p. 10-25.
- VECIANA, J.M. (1988): «Empresari i procés de creació d'empreses». *Revista Econòmica de Catalunya*, núm. 8, maig-agost, p. 53-67.
- VECIANA, J.M. (1997): «Mitos y realidades de la creación de empresas». Treball presentat a Encuentros de desarrollo local y empleo, p. 61-55. Culleredo, 1997.
- VECIANA, J.M. (1998): «Entrepreneurship Education at the University Level: A Challenge and a Response». Treball presentat a Rencontres de St. Gall. Setembre de 1998.
- VECIANA, J.M. (1999): «Creación de empresas como programa de investigación científica». *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, núm. 3, p. 11-36.
- VECIANA, J.M. (2000): «Actitudes hacia el empresario y la creación de empresas en Catalunya». Document inèdit. Departament d'Economia de l'Empresa. UAB.
- VECIANA, J.M. (2004): *Políticas de fomento a la creación de empresas en Catalunya y Europa. Experiencias y tendencias*. Departament d'Economia de l'Empresa (UAB), Diputació de Barcelona i Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.
- VECIANA, J.M. i LLONCH, J. (1979): «La creación de nuevas empresas industriales en el sector metalúrgico en Catalunya. Período 1967-1976». CEAM, *Revista de Economía Industrial*, 154, maig-juny 1979, p. 31-45.
- VECIANA, J.M., APONTE, M. i URBANO, D. (1999): «Attitudes Towards Entrepreneurship: Two Countries Comparison». Treball presentat al RENT XIII 1999 (Londres, 25-26 de novembre).
- VECIANA, J.M., APONTE, M. i URBANO, D. (2005): «University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison». *International Journal of Management and Entrepreneurship*, vol. 1, núm. 2.
- VECIANA, J.M. i URBANO, D. (2000): «La asignatura de Creación de Empresas en la Universidad española». Document no publicat presentat a la II Reunión de Profesores de Creación de Empresas, ACEDE, Oviedo, 1 de setembre de 2000.
- VECIANA, J.M., APONTE, M. i URBANO, D. (2000): «University Student's Attitudes Towards Entrepreneurship: Two Countries Comparison». Treball presentat a l'Entrepreneurship Summit 2000: At the Caribbean (Puerto Rico, 28-30 de gener).
- VECIANA, J.M., APONTE, M. i URBANO, D. (2002): «Institutions and Support Programmes for Entrepreneurship: a two Countries Comparison». *Paper presented at ICSB 2002* (Puerto Rico, 16-19 de juny).
- VECIANA, J.M., VAILLANT, Y., GENESCA, E., PIQUÉ i URBANO, D. (2004): *GEM. Informe Ejecutivo*

2003. *Catalunya*. Departament d'Economia de l'Empresa (UAB), Diputació de Barcelona i Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.
- VERHEUL, I; WENNEKERS, S.; AUDRETSCH, D. i THURIK, R. (2001): «An Eclectic Theory of Entrepreneurship». Discussion paper TI 2001-030/3, Tinbergen Institute, (<http://www.tinbergen.nl>).
- VESALAINEN, J. i PIHKALA, T. (2000): «Barriers to Entrepreneurship. Educational Opportunities». Treball presentat a IntEnt Conference, 10-12 juliol de 2000, Tampere, Finlàndia.
- VESPER, K.H. i McMULLAN, W.E. (1984): «Entrepreneurship Education: from Courses to Degrees». *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Fall.
- WALSTAD, W.B. i KOURILSKY, M.L. (1998): «Entrepreneurial Attitudes and Knowledge of Black Youth». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, núm. 2, p. 5-18.
- WENNEKERS, S. i THURIK, R. (1999): «Linking Entrepreneurship and Economic Growth». *Small Business Economics*, núm. 13, p. 27-55.
- WENNEKERS, S.; NOORDERHAVEN, N.; HOFSTEDE, G. i THURIK, R. (2001): Cultural and Economic Determinants of Business Ownership Across Countries. Babson.
- WESTHEAD, P. i WRIGHT, M. (1998): «Novice, Portfolio and Serial Founders in Rural and Urban Areas». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 22, núm. 4, p. 63-100.
- WESTHEAD, P. (1995): «Exporting and non-exporting small firms in Great Britain. A matched pairs comparison». *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, vol. 1, núm. 2, p. 6-30.
- WILLIAMSON, O. (1981): «Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations». *Journal of Law and Economics*, vol. 22, núm. 2, p. 233-261.
- WILLIAMSON, O. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. The Free Press: Nova York.
- WILLIAMSON, O. (2000): «The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead». *Journal of Economic Literature*, vol. 38, p. 595-613.

ANNEX 1. FITXES TÈCNiques DE LA INVESTIGACIÓ

Taula A-1.1. Fitxa tècnica de la investigació per a l'estudi dels factors formals

	Entrevista personal a responsables de l'àrea de creació d'empreses organismes	Enquesta telefònica a empresaris potencials	Entrevista personal a empresaris actuals
Població	Organismes més rellevants de suport a la creació de noves empreses. Identificats a partir de: — la revisió de les fonts secundàries d'informació relacionades (memòries, estadístiques, documents interns, pàgina web de l'organisme i premsa) — la realització de 4 entrevistes en profunditat amb experts en creació d'empreses	Empresaris potencials que van contactar amb el CIDEM en els anys 1997, 1998 i 1999 per demanar informació sobre temes relacionats amb la creació d'empreses	Empreses del directori <i>Catalunya 20.000. Principals Empreses Catalanes</i> (Edició 1999, elaborat per Duns & Bradstreet en col·laboració amb el CIDEM-20.000 empreses) que compleixen les característiques següents: 1) Empreses creades entre els anys 1994 i 1998 2) Empreses representatives dels sectors econòmics que aporten més al PIB 3) Empreses representatives de les comarques catalanes que aporten més al PIB
Unitat mostral	Organismes (responsables de l'àrea de creació d'empreses)	Empresaris potencials	Empresaris actuals
Àmbit geogràfic	Catalunya	Catalunya	Catalunya
Cens poblacional	82 organismes	2.452 empresaris potencials	1.352 empresaris actuals
Disseny de la mostra	Mostratge no aleatori per conveniència, a partir de criteris subjectius específics	Mostratge aleatori estratificat proporcional. La variable d'estratificació és el nombre de contactes que els empresaris potencials han realitzat amb el CIDEM per anys.	Mostratge aleatori estratificat proporcional. La variable d'estratificació és la localització geogràfica de l'empresa (per comarques catalanes)
Grandària de la mostra	23 (20 entrevistes vàlides)	346 (307 enquestes vàlides)	64 (60 entrevistes vàlides)
Nivell de confiança	— (*)	Z = 95 % K = 1,96 p = q = 50 %	Z = 95 % K = 1,96 p = q = 50 %

Continua →

	Entrevista personal a responsables de l'àrea de creació d'empreses organismes	Enquesta telefònica a empresaris potencials	Entrevista personal a empresaris actuals
Error mostral	— (*)	5,22 % ⁴⁸	12,36 % ⁴⁹
Data del treball de camp	Entre el 13 de març i el 22 de maig de 2000	Entre el 15 de juny i el 3 de novembre de 2000	Entre el 15 de juny i el 3 de novembre de 2000
Mètode de recollida de la informació	— Entrevista personal mitjançant qüestionari estructurat — Entrevistes telefòniques estructurades i reunions amb responsables d'organismes per a l'actualització d'informació (reglamentat des de setembre de 2000 fins al desembre de 2002)	Enquesta telefònica mitjançant qüestionari estructurat	Entrevista personal mitjançant qüestionari estructurat
Mesures de control	5 entrevistes pilot	10 enquestes telefòniques pilot	5 entrevistes pilot
Anàlisi estadística i tractament informàtic de les dades	— Anàlisi univariàble utilitzant el paquet estadístic SPSS Versió 11.0 — Per a les preguntes obertes del qüestionari es va utilitzar el processador de textos informàtic Word d'Office Versió 2000 i Versió XP	— Anàlisi univariàble i bivariàble utilitzant el paquet informàtic estadístic SPSS Versió 11.0 — Per a les preguntes obertes del qüestionari es va utilitzar el processador de textos informàtic Word d'Office Versió 2000 i Versió XP	— Anàlisi univariàble i bivariàble utilitzant el paquet informàtic estadístic SPSS Versió 11.0 — Per a les preguntes obertes del qüestionari es va utilitzar el processador de textos informàtic Word d'Office Versió 2000 i Versió XP

(*) En aquest tipus de mostratge no és possible estimar l'error mostral.

48. Càlcul de l'error mostral per a la mostra de 307 empresaris potencials:

$$n = \frac{\sum_{h=1}^L W_h \cdot P_h \cdot Q_h}{\frac{e^2}{k^2} + \frac{1}{N} \cdot \sum_{h=1}^L W_h \cdot P_h \cdot Q_h} \quad e = \sqrt{\frac{(N-n) \cdot k^2 \left(\sum_{h=1}^L W_h \cdot P_h \cdot Q_h \right)}{N \cdot n}} \quad k = 1,96 \text{ (} z = 95 \% \text{); } N = 2.452; n = 307; P = Q = 50 \% \quad \boxed{e = 5,22 \%}$$

49. Càlcul de l'error mostral per a la mostra de 60 empresaris actuals, aplicant la mateixa fórmula que per a la mostra d'empresaris potencials:

$$k = 1,96 \text{ (} z = 95 \% \text{); } N = 1.352; n = 60; P = Q = 50 \% \quad \boxed{e = 12,36 \%}$$

Taula A-1.2. Fitxa tècnica de la investigació per a l'estudi dels factors informals

	Enquesta telefònica a la població general	Enquesta administrada a estudiants universitaris	Enquesta enviada per correu electrònic a directius d'empresa		
Població	Individus de 21 anys o més	Alumnes matriculats/-des (de 2n a 4t curs) en titulacions seleccionades de les àrees de Ciències de la salut, Ciències experimentals, Ciències humanes i Ciències socials (excepte ADE i Economia)	Alumnes matriculats/-des en l'assignatura optativa de Creació d'empreses impartida pel Departament d'Economia de l'empresa de la UAB, en els cursos acadèmics de 1998-99 a 2002-03	Alumnes matriculats/des (de 2n a 4t o 5è curs) de les titulacions d'Administració d'empreses, Economia i Enginyeria superior de les universitats públiques catalanes en el curs acadèmic 1998-99	Membres de l'Associació Espanyola de Direcció de Personal (AEDIPE-Catalunya) amb data 1-12-2002 que disposaven d'adreça de correu electrònic
Unitat mostral	Població general	Estudiants universitaris	Estudiants universitaris	Estudiants universitaris	Directius d'empresa
Àmbit	Catalunya	Universitat Autònoma de Barcelona	Universitat Autònoma de Barcelona	Universitat pública catalana: UAB, UB, UPC, UdG, URV i UdL	Catalunya
Cens poblacional	4.633.830 individus (padró de 1996)	13.413 estudiants	894 estudiants	18.641 estudiants	497 directius
Disseny de la mostra	Mostratge aleatori estratificat proporcional. Les variables d'estratificació són la zona, l'hàbitat, el sexe i l'edat	Mostratge aleatori estratificat proporcional. La variable d'estratificació és l'àrea de titulació (Ciències de la salut, Ciències experimentals, Ciències humanes i Ciències socials)	Mostratge aleatori estratificat proporcional. La variable d'estratificació és el curs acadèmic (98-99, 99-00, 00-01, 01-02, 02-03)	Mostratge aleatori estratificat proporcional. Les variables d'estratificació són la universitat (UAB, UB, UPC, UdG, URV i UdL) i la titulació (ADE, Economia i Enginyeria industrial i altres enginyeries)	Mostratge aleatori simple
Grandària de la mostra	608	535	491	837	92
Nivell de confiança	Z = 95 % K = 1,96 p = q = 50 %	Z = 95 % K = 1,96 p = q = 50 %	Z = 95 % K = 1,96 p = q = 50 %	Z = 95 % K = 1,96 p = q = 50 %	Z = 95 % K = 1,96 p = q = 50 %

Continua →

	Enquesta telefònica a la població general		Enquesta administrada a estudiants universitaris		Enquesta enviada per correu electrònic a directius d'empresa
Error mostral	± 4,06 %	± 4,45 %	± 2,97 %	± 3,31 % ⁵⁰	9,23 % ⁵¹
Data del treball de camp	Entre el 25 i el 30 de gener de 2000	Entre el 7 de desembre de 1999 i el 5 d'abril de 2000	Al principi de cada curs acadèmic (octubre) de 1998-99 a 2002-03	Entre el 10 de desembre de 2001 i el 12 d'abril de 2002	Entre el 9 de desembre de 2002 i el 30 de gener de 2003
Mètode de recollida de la informació	Entrevista telefònica assistida per ordinador (C.A.T.I.)	Enquesta administrada personalment	Enquesta administrada personalment	Enquesta administrada personalment	Enquesta per correu electrònic
Mesures de control	10 enquestes telefòniques pilot	5 enquestes administrades personalment pilot	5	5	5 enquestes per correu electrònic pilot
Anàlisi estadística i tractament informàtic de les dades	Anàlisi estadística i tractament informàtic de les dades Anàlisi bivariàble utilitzant el paquet estadístic SPSS Versió 11.0 -Per a les preguntes obertes del qüestionari es va utilitzar el processador de textos informàtic Word d'Office Versió 2000 i Versió XP				

50. Tant per al càlcul de l'error mostral en el cas de la mostra de la població general com per a les mostres d'estudiants, s'ha aplicat la mateixa fórmula utilitzada en les mostres anteriors de nous empresaris.

51. Es tracta del mostratge aleatori simple sense reemplaçament, la fórmula utilitzada per calcular l'error mostral és la següent:

$$e = \sqrt{\frac{(N-n) \cdot k^2 \left(\sum P_h \cdot Q_h \right)}{N \cdot n}}$$

ANNEX 2. INSTRUMENTS METODOLÒGICS UTILITZATS EN LA INVESTIGACIÓ

ANNEX 2.1. QÜESTIONARI DE L'ENTREVISTA PERSONAL REALITZADA ALS REPRESENTANTS DELS ORGANISMES DE SUPORT A LA CREACIÓ D'EMPRESSES SOBRE ELS FACTORS FORMALS DE L'ENTORN

a) Informació general sobre l'organisme

1. Nom de l'organisme
2. Any en què es va crear l'organisme
3. Any en què es va iniciar l'activitat a l'àrea de creació d'empreses
4. Nombre de persones que treballen a l'organisme
5. Nombre de persones dedicades a temes directament relacionats amb la creació d'empreses
6. Tipus d'organisme (segons la propietat de capital)
- Privada 1
- Pública 2
- Mixta 3
- Una altra 4
7. Pressupost de l'organisme per a l'any 2000
8. Quins són els objectius de l'organisme?
-
-
9. L'organisme que vosté representa depèn d'altres organismes?
- Sí 1
- No 2
- De quins?
10. L'organisme que vosté representa col·labora amb altres organismes?
- Sí 1
- No 2
- Amb quins?

b) Informació específica sobre el tipus de mesures de suport a la creació de noves empreses que l'organisme ofereix

11. Quin tipus de mesures de suport a la creació d'empreses ofereix l'organisme?

- Mesures econòmiques Préstecs 1
- Subvencions 2
- Capital risc 3
- Altres 4
- Mesures no econòmiques Informació-orientació 5
- Assessorament-acompanyament 6
- Seguiment 7
- Formació 8
- Vivers/Centres d'empreses/Parcs tecnològics 9
- Altres 10

12. Quin és l'objectiu principal de les mesures de suport que ofereix l'organisme?

13. L'organisme que vosté representa ofereix programes específics de suport a la creació d'empreses?

- Sí 1
- No 2
- Quins?

14. Les mesures ofertes, van adreçades a algun col·lectiu específic?

- Sí
 - Dones 1
 - Joves 2
 - Aturats 3
 - Jubilats 4
 - Immigrants 5
 - Altres 6
- No

15. Com es donen a conèixer els serveis d'assistència que l'organisme ofereix? Podria quantificar (en percentatges i/o euros) la promoció d'aquestes mesures?

% Euros

- TV 1
- Premsa 2
- Revistes 3
- Fullets 4
- Altres 5

16. Quin percentatge amb relació al pressupost global de l'organisme representa la promoció de les mesures de suport?
.....

17. Creu vostè que l'organisme està promocionant de forma eficient els serveis d'assistència que ofereix?

Sí 1

No 2

Per què?

18. Creu vostè que els serveis i programes de suport que l'organisme ofereix són molt coneguts per part dels empresaris potencials?

Sí 1

No 2

Per què?

19. Creu vostè que els serveis i programes de suport a la creació d'empreses que aquest organisme ofereix els utilitzen gaire per part dels empresaris potencials?

Sí 1

No 2

Per què?

20. Creu vostè que les mesures de suport a la creació d'empreses que l'organisme ofereix s'haurien de fer d'una altra manera?

Sí 1

No 2

Per què?

21. Quina és la font principal de finançament de les mesures de suport que l'organisme ofereix? Podria quantificar (en percentatges i/o euros) aquesta font de finançament de les mesures?

% Euros

UE1

Administració central2

Administració autonòmica3

Administració local4

Altres5

22. Creu que la font de finançament pot condicionar el tipus de suport que ofereix l'organisme?

Sí

Molt 1

Poc 2

Gens 3

Per què?

No

c) Valoració general de les mesures de suport a la creació de noves empreses a Catalunya

23. Quins altres organismes coneix vostè que ofereixin serveis d'assistència o programes de suport a la creació d'empreses a Catalunya?

.....
.....
.....

24. Com opina sobre les mesures de suport a la creació d'empreses existents a Catalunya?

Positivament 1

Negativament 2

Per què?

25. Què milloraria amb relació al suport a la creació d'empreses existent a Catalunya?

.....
.....
.....

26. Creu que els empresaris potencials coneixen les mesures de suport existents?

Sí 1

No 2

Per què?

27. Creu que s'utilitzen gaire (en termes generals) aquestes mesures?

Sí 1

No 2

Per què?

28. Pensa vostè que és important que els organismes oficials inverteixin fons públics en serveis i programes de suport a la creació de noves empreses?

Sí 1

No 2

Per què?

d) Informació general sobre la persona entrevistada

29. Nom

30. Data de naixement

31. Lloc de naixement

32. Formació acadèmica

Estudis primaris 1

Estudis universitaris 4

Estudis secundaris 2

Màster 5

Formació professional ... 3

Sense estudis 6

Altres 7

33. Càrrec que ocupa en l'organisme

.....

34. Experiència prèvia en càrrecs similars

Sí 1

No 2

En quin càrrec/s? Durant quant de temps?

35. Anys que porta exercint el càrrec

Menys d'1 any 1

Entre 1 i 3 anys 2

Més de 3 anys 3

e) Material gràfic de l'organisme

Sí

Fullet informatiu 1

Memòries de l'organisme .. 2

Un altre tipus de material

No

David Urbano

f) Targeta de la persona entrevistada

- Sí
- No

g) Directori de contactes

- Llista de persones/organismes

.....

.....

.....

.....

h) Altres webs d'interès

.....

.....

.....

i) Observacions i comentaris

Dades de l'organisme:

Adreça postal de l'empresa:

Telèfon: Fax: Adreça electrònica:

Web de l'empresa:

Dades d'identificació de l'entrevista personal:

1. Núm. d'identificació de l'entrevista:
2. Data de realització de l'entrevista:
3. Durada de l'entrevista:
4. Persona entrevistada:
5. Organisme que representa:

ANNEX 2.2. QÜESTIONARI DE L'ENQUESTA PERSONAL REALITZADA ALS EMPRESARIS ACTUALS SOBRE ELS FACTORS FORMALS I INFORMALS I EL PROCÉS DE CREACIÓ D'EMPRESES

En algunes preguntes hi ha una línia addicional perquè s'hi pugui anotar la resposta que correspongui si cap de les respostes estàndard és adequada o si escau.

1. CARACTERÍSTIQUES DE L'EMPRESA

1. A quin sector pertany l'empresa?

- Productes energètics i aigua 1
- Minerals metàl·lics, productes siderúrgics i metal·lúrgia no fèrria 2
- Minerals no metàl·lics, materials de construcció 3
- Productes farmacèutics 4
- Productes químics 5
- Productes metàl·lics i maquinària 6
- Electrònica i informàtica 7
- Electrodomèstic i material elèctric 8
- Material de transport 9
- Productes alimentaris, beguda i tabac 10
- Productes tèxtils 11
- Confecció 12
- Cuir, adobats i calçat 13
- Paper 14
- Arts gràfiques i edició 15
- Fusta, suro i mobles 16
- Transformats del cautxú i plàstic 17
- Joieria, joguines, laboratoris fotogràfics i manufactures diverses 18
- Un altre 19

2. Quina activitat realitza l'empresa? Quins són els productes/serveis objecte d'aquesta activitat?

.....

3. Quin any es va crear l'empresa?

- 1994 1
- 1995 2
- 1996 3
- 1997 4
- 1998 5

4. Quantes persones són legalment propietàries de l'empresa? Indiqui, si us plau, el percentatge aproximat de distribució de la propietat de l'empresa entre cada propietari/-ària.

<input type="checkbox"/> Només vostè1	%
<input type="checkbox"/> Vostè i la seva dona/el seu marit2	
<input type="checkbox"/> Vostè i altres persones3	
<input type="checkbox"/> Vostè i altres empreses4	
<input type="checkbox"/> Altres5	

5. Quants treballadors tenia l'empresa l'any de la seva creació?

- Menys de 10 1
- Entre 10-99 2
- Entre 100-499 3
- Més de 500 4

6. Quants treballadors té l'empresa en l'actualitat?

- Menys de 10 1
- Entre 10-99 2
- Entre 100-499 3
- Més de 500 4

7. Quina és la forma jurídica de l'empresa?

- Empresari individual 1
- Societat civil 2
- Societat anònima 3
- Societat responsabilitat limitada 4
- Societat col·lectiva 5
- Societat comanditària 6
- Societat cooperativa 7
- Societat anònima laboral 8

8. Quina va ser la facturació de l'empresa a l'exercici de 1999?

- Menys d'1,5 milions d'euros 1
- D'1,5 a 3 2
- De 3 a 7 3
- De 7 a 40 4
- Més de 40 milions d'euros 5

9. Quina va ser la taxa de creixement de l'empresa l'any 1999 (98-99)?

10. Considera que la seva empresa és d'alta tecnologia?

Sí

No

2. CARACTERÍSTIQUES DE L'EMPRESARI I ANTECEDENTS D'EMPRESARIS A LA FAMÍLIA

a) Estudis i ocupació/-ons anterior/-s a la creació de la seva empresa

11. Quin és el seu nivell d'estudis?

Estudis primaris 1

Estudis secundaris 2

Estudis universitaris 3

Màster 4

Formació professional 5

Sense estudis 6

Altres 7

12. Quin va ser l'últim any en què va estudiar?

13. Quina ocupació o ocupacions va tenir abans de crear la seva empresa?

b) Data de naixement, lloc de naixement i lloc de residència

14. Data de naixement:

15. On va néixer?

Catalunya Barcelona 1

Girona 2

Lleida 3

Tarragona 4

Altres regions d'Espanya 5

Altres 6

16. On resideix actualment?

- Catalunya Barcelona 1
- Girona 2
- Lleida 3
- Tarragona 4
- Altres regions d'Espanya 5
- Altres 6

c) Antecedents d'empresaris a la família

17. El seu pare i/o la seva mare, han creat alguna empresa pròpia?

- El meu pare 1
- La meua mare 2
- Ambdós, conjuntament 3
- Ambdós, per separat 4
- Ni la meua mare ni el meu pare
no han creat mai cap empresa 5

18. Amb relació a altres parents, quins han creat la seva pròpia empresa?

- Avi/àvia 1
- Germà/-ana 2
- Altres 3
- Cap 4

19. Amb relació a amics/-gues propers/-es, quants han creat la seva pròpia empresa? Indiqui'n, si us plau, el nombre aproximat.

- Molts 1
- Algun 2
- Pocs 3
- Cap 4

20. Després de l'experiència en la creació d'una empresa pròpia, quina és la seva actitud general en relació amb la creació d'empreses?

- Molt positiva 1
- Positiva 2
- Neutral 3
- Negativa 4
- Molt negativa 5

21. Quina va ser l'actitud de la seva família, parents o amics quan va decidir de crear la seva pròpia empresa?

- El van animar (van estimular) 1
- El van desanimar 2
- Es van mostrar neutrals 3

3. ACTIVITATS RELACIONADES AMB EL PROCÉS DE CREACIÓ DE L'EMPRESA

a) Inici del procés de creació de l'empresa

22. Com se li va ocórrer la idea de crear una empresa?

.....
.....

23. Per què va crear una empresa pròpia?

.....
.....

24. Quant de temps va transcórrer entre la planificació i la constitució legal de la nova empresa?

- Menys de 6 mesos 1
- Entre 6 i 12 mesos 2
- Més d'1 any 3

25. Per a la creació de la seva empresa, va assistir a cap curs o seminari específic en creació d'empreses?

- Sí 1
- No 2

26. Va preparar cap pla d'empresa?

- Sí 1
- No 2

27. Quin va ser el capital inicial de l'empresa? Indiqui'n, si us plau, la quantitat.

- Menys de 3.000 euros 1
- Entre 3.001 i 6.000 2
- Entre 6.001 i 18.000 3
- Entre 18.001 i 30.000 4
- Més de 30.000 euros 5

28. Va obtenir la seva empresa una comanda o un encàrrec al moment, abans o poc després d'haver-la creat que fos decisiu per a l'etapa inicial?

- Sí 1
- No 2

29. Quines van ser les dificultats més importants amb què es va trobar en el procés de creació de l'empresa?

.....

30. Com va finançar la fase inicial de la seva empresa? Indiqui, si us plau, el percentatge aproximat de cadascuna de les fonts de finançament següents.

<i>Font de finançament</i>	%
<input type="checkbox"/> Estalvis propis 1	
<input type="checkbox"/> Estalvis de familiars 2	
<input type="checkbox"/> Estalvis d'amics 3	
<input type="checkbox"/> Crèdits bancaris sense avals 4	
<input type="checkbox"/> Crèdits bancaris amb avals personals 5	
<input type="checkbox"/> Crèdits bancaris amb garanties patrimonials . . . 6	
<input type="checkbox"/> Indemnització 7	
<input type="checkbox"/> Capitalització del subsidi de desocupació 8	
<input type="checkbox"/> Proveïdors i clients 9	
<input type="checkbox"/> Societats de capital risc 10	
<input type="checkbox"/> Altres 11	

b) Xarxa de relacions socials en la creació de l'empresa

31. Amb l'objectiu d'obtenir informació sobre temes relacionats amb el procés de creació de la seva empresa, va contactar amb cap de les persones i/o organismes següents?

Sí 1

a) Xarxa de relacions informals:

- Familiars 1
- Amics 2
- Col·legues 3
- Altres 4

b) Xarxa de relacions formals:

- Bancs 5
- Cambra de comerç 6
- Incubadora 7
- Organismes oficials (Generalitat de Catalunya, Diputació de Barcelona, ajuntaments, etc.) 8
- Consultors 9
- Futurs clients 10
- Altres 11

No 2

32. A part de vostè, va col·laborar cap altra persona i/o organisme directament en la creació de l'empresa?

Sí1

a) Xarxa de relacions informals:

Familiars 1

Amics 2

Col·legues 3

Altres 4

b) Xarxa de relacions formals:

Bancs 5

Cambra de comerç 6

Incubadora 7

Organismes oficials (Generalitat de Catalunya, Diputació de Barcelona, ajuntaments, etc.) 8

Consultors 9

Futurs clients 10

Altres11

No2

33. De les persones/organismes anteriorment citats, indiqui els 3 que més l'han ajudat/influint en la creació de la seva empresa. Digui, si us plau, en quina mesura i per què.

Persona/-es Organisme	En quina mesura? Molt important = 1 / Important = 2	Raó/-ons
.....
.....
.....

4. MERCAT I ESTRATÈGIA COMPETITIVA DE L'EMPRESA

34. Amb relació als competidors, quin és l'avantatge competitiu més important de la seva empresa?

.....

35. Quines de les estratègies següents considera més important perquè la seva empresa sigui competitiva? Si us plau, valori'n cadascuna de l'1 al 4 (1: gens important, 2: poc important, 3: important, 4: molt important). Entre les estratègies amb valoració 4, indiqui la que consideri més important (MI)

	1	2	3	4	MI
<input type="checkbox"/> Preus baixos 1					
<input type="checkbox"/> Qualitat dels productes/serveis 2					
<input type="checkbox"/> Oferir productes/serveis que altres empreses no ofereixen 3					
<input type="checkbox"/> Oferir productes/serveis diferenciats 4					
<input type="checkbox"/> Oferir productes/serveis atractius i adequats a les necessitats actuals . . . 5					
<input type="checkbox"/> Desenvolupament de nous processos o de processos avançats tecnològicament 6					
<input type="checkbox"/> Adaptació al client 7					
<input type="checkbox"/> Situació (localització) de l'empresa 8					
<input type="checkbox"/> Experiència tècnica o científica de la persona o de l'equip fundador 9					
<input type="checkbox"/> Altres 10					

David Urbano

39. En el seu cas, va ser decisiva l'existència de programes-ajudes a la creació d'empreses a l'hora de decidir-se a crear la seva empresa?

- Sí 1
- No 2

40. Amb relació a la seva opinió general sobre les ajudes a la creació d'empreses, valori les afirmacions següents de l'1 al 4 (1: hi estic totalment en desacord, 2: hi estic en desacord, 3: hi estic d'acord i 4: hi estic totalment d'acord), independentment de si vostè ha utilitzat o no algun tipus de programa-ajuda.

	1	2	3	4
<input type="checkbox"/> Les considero encertades i útils 1				
<input type="checkbox"/> Són adequades a les necessitats de l'empresari/-ària 2				
<input type="checkbox"/> Col·laboren a tenir èxit en el procés de creació d'una empresa 3				
<input type="checkbox"/> Les considero insuficients 4				
<input type="checkbox"/> Considero que existeixen massa traves burocràtiques per obtenir-les 5				
<input type="checkbox"/> Crec que seria millor menys ajudes oficials i deixar a l'empresari més llibertat d'actuació 6				
<input type="checkbox"/> No són prou conegudes 7				
<input type="checkbox"/> No es promocionen de forma eficient 8				
<input type="checkbox"/> No s'utilitzen gaire 9				
<input type="checkbox"/> Altres 10				
.....				
.....				

Comentaris generals amb relació a la seva opinió sobre les ajudes a la creació d'empreses (en el cas que la seva opinió no sigui massa positiva, plantegi, si us plau, solucions possibles).

.....

.....

.....

.....

41. En termes generals, què milloraria amb relació als programes-ajudes existents a Catalunya?

.....

.....

.....

.....

.....

42. Creu que és important que els organismes oficials inverteixin fons públics en ajudes a la creació d'empreses? Per què?

- Sí 1
 No 2

6. PREGUNTES DE TANCAMENT

43. Quines condicions creu que són necessàries per crear una empresa? Si us plau, valori'n cadascuna de l'1 al 4 (1: gens important, 2: poc important, 3: important, 4: molt important). Entre les condicions necessàries amb valoració de 4, indiqui la que consideri més important.

	1	2	3	4	MI
<input type="checkbox"/> Iniciativa individual 1					
<input type="checkbox"/> Creativitat 2					
<input type="checkbox"/> Formació empresarial 3					
<input type="checkbox"/> Esperit de risc 4					
<input type="checkbox"/> Altres 5					
.....					
.....					

44. Ha creat cap altra empresa?

- Sí 1 Quantes?
- No 2

45. Creu que actualment és més fàcil crear una empresa que en èpoques anteriors? (Sense considerar l'experiència que ha adquirit en el procés de creació de la seva empresa.)

- Sí 1
 No 2

Per què?

.....

.....

46. Tornaria a crear una empresa?

- Sí 1
 No 2

Per què?

.....

.....

47. Què faria de diferent si tornés a crear una nova empresa?

.....
.....

48. Quins creu que han estat els principals factors d'èxit de la seva empresa?

.....
.....

49. Què recomanaria als/les empresaris/-àries que estiguin projectant de crear la seva pròpia empresa?

.....
.....

50. Quins valors destacaria de l'empresari/-ària català/-ana? (Indiqui possibles diferències amb l'empresari/-ària espanyol/-a).

.....
.....

51. Quins defectes destacaria de l'empresari/-ària català/-ana? (Indiqui possibles diferències amb l'empresari/-ària espanyol/-a).

.....
.....

52. Considera que ser empresari és una professió de prestigi a la societat catalana?

Sí 1

No 2

Per què?

.....
.....

Dades de la unitat mostral:

Nom de l'empresari/-ària:

Càrrec que ocupa a l'empresa:

Tasques que exerceix a l'empresa:

Nom de l'empresa:

Adreça postal de l'empresa:

Telèfon: Fax: Adreça electrònica:

Web de l'empresa:

Observacions:

.....

Dades d'identificació de l'enquesta personal:

1. Qüestionari núm.:
2. Data de l'entrevista:
3. Hora prevista d'inici de l'entrevista:
4. Hora real inici de l'entrevista:
5. Durada de l'entrevista:
6. Targeta de l'empresari/-ària:
7. Material de l'empresa:

**ANNEX 2.3. QÜESTIONARI DE L'ENQUESTA TELEFÒNICA REALITZADA ALS EMPRESARIS POTENCIALS
SOBRE ELS FACTORS FORMALS DE LA CREACIÓ D'EMPRESES**

**PRIMER CONTACTE AMB LA PERSONA ENTREVISTADA
(Inici de l'enquesta telefònica realitzada als empresaris potencials)**

Bon dia (bona tarda).

A) Vostè l'any es va posar en contacte amb el CIDEM per demanar informació sobre els serveis d'assistència i/o programes de suport a la creació de noves empreses existents a Catalunya?

Sí.

No, però vaig contactar amb un altre organisme.

Amb quin?

No.

Si la resposta a la pregunta anterior és negativa, l'enquesta es donarà per finalitzada.

Si la resposta a la pregunta anterior és positiva o és negativa, però es va contactar amb algun altre organisme de suport a la creació de noves empreses, es plantejarà el següent:

B) Si disposa d'uns minuts, procedirem a fer-li unes preguntes relacionades amb la informació que va sol·licitar al CIDEM (i/o a altres organismes) i amb les mesures de suport a la creació d'empreses existents a Catalunya.

C) Aclariment per a la persona entrevistada:

Quan parlem de mesures de suport a la creació d'empreses, ens referim tant a mesures econòmiques (préstecs, subvencions, etc.), com a mesures no econòmiques (informació, assessorament, formació, etc.). Convé destacar que no ens estem referint exclusivament a programes econòmics.

En algunes preguntes hi ha una línia addicional perquè s'hi pugui anotar la resposta que correspongui si cap de les respostes estàndard és adequada.

a) Informació general sobre la creació de l'empresa

1. Vostè, és, va ser o serà el fundador de l'empresa?

Sí 1

Sí, però som diversos/es socis/sòcies 2 Quants?

No 3

2. Després de contactar amb el CIDEM (en el cas que ho hagi fet), va crear vostè una empresa?

- Sí1 Quin any?
- Sí, però ja va tancar2 Quin any?
- No3 Per què?
- Estem en el procés de crear l'empresa .. 4 Quan creu vostè que podrà
constituir legalment l'empresa?
- En l'actualitat5
- L'empresa continua funcionant 5.1
- Estem ampliant l'empresa 5.2
- Pensem ampliar l'empresa
en el propers anys 5.3
- Pensem tancar l'empresa5.4 Quan?
- Hem venut l'empresa 5.5 Quan?

3. En el cas que hagués creat una empresa, va utilitzar els serveis d'una gestoria/assessoria en el procés de creació de l'empresa?

- Sí 1
- No 2

4. Quins serveis va utilitzar?

- Servei de realització dels tràmits necessaris per a la creació de l'empresa1
- Assessorament de la forma jurídica de l'empresa creada2
- Servei d'informació sobre serveis i/o programes de suport a la creació d'empreses 3
- Altres 4

5. Està vostè d'acord amb la quantitat que la gestoria/assessoria li va cobrar pels serveis prestats?

- Sí 1
- No 2

6. Com valora el servei prestat per l'assessoria/gestoria? (Valoració de l'1 al 10; el 10 és la màxima puntuació.)

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Ha creat cap altra empresa?

- Sí1 Quantes empreses ha creat?
- No 2

8. Pensa crear cap altra empresa?

- Sí 1 Sap quan?
- No 2 Per què?

9. Va ser decisiva l'existència de programes-ajudes a la creació d'empreses en la decisió de crear la seva empresa? En el cas que l'empresa tanqués, hi va tenir res a veure la falta de serveis/programes o la prestació de l'assistència de forma ineficient?

Sí 1

No 2

b) Coneixement, utilització i valoració dels serveis prestats pel CIDEM

En el cas que no s'hagués adreçat al CIDEM, però que sí que hagués contactat amb un altre organisme, passi directament a la pregunta núm. 19.

10. Com va conèixer el CIDEM?

Premsa 1

Internet 2

Familiars 3

Fullets 4

Amics/coneguts 5

Altres organismes 6

Altres 7

11. Quin tipus d'informació va sol·licitar al CIDEM?

Informació sobre serveis de suport no econòmics (informació, assessorament, acompanyament, etc.) per a la creació de l'empresa 1

Informació sobre ajudes econòmiques (línies de crèdit per a empresaris, avals, etc.) per a la creació de l'empresa 2

Informació sobre cursos i/o seminaris en creació d'empreses 3

Informació sobre vivers d'empreses 4

Informació sobre temes d'Internet relacionats amb la creació d'empreses 5

Informació genèrica sobre els serveis de suport a la creació d'empreses 6

Un altre tipus d'informació 7

12. Va utilitzar cap servei de suport a la creació d'empreses ofert directament pel CIDEM?

Sí 1

No 2

Si la resposta anterior és negativa, passi a la pregunta núm. 18

20. Respecte als tipus de serveis/programes de suport a la creació d'empreses (CE) a Catalunya que a la pregunta núm. 19 va respondre que havia utilitzat, digui, si us plau: a) quina importància atribueix a cadascun d'ells (MI: molt important; I: important i NE: neutral) i b) el motiu d'aquesta importància.

Organisme/ programa-ajuda	Quina importància ha representat el servei-programa per a la creació de la seva empresa?			Podria dir el motiu d'aquesta importància? (Consideri'l només en el cas que la persona entrevistada contesti espontàniament.)
	MI	I	NE	

21. Respecte als tipus de serveis/programes de suport a la creació d'empreses (CE) a Catalunya que a la pregunta núm. 19 va respondre que havia utilitzat, digui, si us plau: a) com valora cadascun d'ells (positiu, negatiu i ni positiu ni negatiu) i b) el motiu d'aquesta valoració.

Organisme/ programa-ajuda	En termes generals, com valora el servei-programa?			Podria dir el motiu d'aquesta valoració? (Consideri'l només en el cas que la persona entrevistada contesti espontàniament.)
	Positiu	Negatiu	Ni positiu/ ni negatiu	

d) Informació general sobre les mesures de suport a la creació de noves empreses

22. Pensa que és important que els organismes oficials inverteixin fons públics en serveis i programes de suport a la creació d'empreses?

Sí 1

No 2

Per què?

23. Amb relació a la seva opinió general sobre les mesures de suport a la creació d'empreses, valori les afirmacions següents de l'1 al 4 (1: hi estic totalment en desacord, 2: hi estic en desacord, 3: hi estic d'acord i 4: hi estic totalment d'acord), independentment de si ha utilitzat o no algun tipus de programa-ajuda.

	1	2	3	4	NS/NC
<input type="checkbox"/> Les considero poc encertades i poc útils 1					
<input type="checkbox"/> Són inadequades a les necessitats de l'empresari/-ària 2					
<input type="checkbox"/> No col·laboren a tenir èxit en el procés de creació d'una empresa 3					
<input type="checkbox"/> Les considero insuficients 4					
<input type="checkbox"/> Considero que hi ha massa traves burocràtiques per obtenir-les 5					
<input type="checkbox"/> Crec que seria millor menys ajudes oficials i deixar a l'empresari més llibertat d'actuació 6					
<input type="checkbox"/> No són prou conegudes 7					
<input type="checkbox"/> No es promocionen de forma eficient 8					
<input type="checkbox"/> No s'utilitzen gaire 9					
<input type="checkbox"/> Altres 10					
.....					
.....					

24. Com valoraria de forma global les mesures de suport a la creació de noves empreses existents a Catalunya?

Positivament 1

Negativament 2

Ni positivament ni negativament 3

25. En termes generals, què milloraria amb relació als serveis d'assistència i/o programes existents a Catalunya? (Plantegi, si us plau, possibles solucions per millorar aquests serveis/programes.)

.....

26. Coneix cap servei/programa de suport a la creació de noves empreses ofert per l'Administració central?

Sí 1

No 2

Quins?

27. Coneix cap servei/programa de suport a la creació de noves empreses ofert per la UE?

Sí 1

No 2

Quins?

e) Dades de l'empresa (només en el cas que finalment s'hagi creat l'empresa i que encara existeixi).

28. A quin sector pertany l'empresa?

Construcció i contractes 1

Fabricants 2

Transports i comunicació 3

Majoristes 4

Detallistes 5

Finances, assegurances i béns seents 6

Serveis 7

Altres 8

29. Quina activitat realitza l'empresa? Quins són els productes/serveis objecte d'aquesta activitat?

.....
.....

30. Quin any es va crear l'empresa?

1996

1997

1998

1999

2000

31. Quants treballadors té l'empresa en l'actualitat?

Menys de 10 1

Entre 10-99 2

Entre 100-499 3

Més de 500 4

32. Quina és la forma jurídica de l'empresa?

- Empresari individual 1
- Societat civil 2
- Societat anònima 3
- Societat responsabilitat limitada 4
- Societat col·lectiva 5
- Societat comanditària 6
- Societat cooperativa 7
- Societat anònima laboral 8

33. Quina va ser la facturació de l'empresa en l'exercici de 1999?

- Menys d'1,5 milions d'euros 1
- D'1,5 a 3 2
- De 3 a 7 3
- De 7 a 40 4
- Més de 40 milions d'euros 5

34. Quina va ser la taxa de creixement de l'empresa l'any 1999 (98-99)?

f) Informació sobre la persona entrevistada

35. Data de naixement:

36. On va néixer?

- Catalunya Barcelona 1
- Girona 2
- Lleida 3
- Tarragona 4
- Altres regions d'Espanya 5
- Altres 6

37. On resideix actualment?

- Catalunya Barcelona 1
- Girona 2
- Lleida 3
- Tarragona 4
- Altres regions d'Espanya 5
- Altres 6

38. Quin és el seu nivell d'estudis?

- Estudis primaris 1
- Estudis secundaris 2
- Estudis universitaris 3
- Màster 4
- Formació professional 5
- Sense estudis 6
- Altres 7

39. Hi ha hagut o hi ha cap altre empresari a la seva família?

- Sí 1
- No 2

40. Quin parentiu té amb vostè?

- Pare 1
- Mare 2
- Avi/àvia 3
- Germà/-ana 4
- Fill/-a 5
- Altres 6

g) Observacions i comentaris:

.....

Dades de l'empresa:

(en el cas que finalment es creés l'empresa)

Adreça postal de l'empresa:

Telèfon: Fax: Adreça electrònica:

Web de l'empresa:

Dades d'identificació de l'enquesta telefònica:

1. Núm. d'identificació de l'enquesta telefònica:

2. Data de realització de l'enquesta:

3. Durada de l'enquesta:

4. Persona enquestada:

5. Empresa que representa (en el cas que finalment hagi creat l'empresa):

David Urbano

**ANNEX 2.4. QÜESTIONARI DE L'ENQUESTA A LA POBLACIÓ GENERAL SOBRE ELS FACTORS
INFORMALS DE LA CREACIÓ D'EMPRESSES**

DYMPANEL, S.A.

Data: / /

Número de qüestionari:

Número d'entrevistador/-a:

Entrevistador/-a: adreçis a una mostra representativa d'individus de 21 anys o més, residents en llars ubicades en municipis de Catalunya.

Província de residència (quota):

- Barcelona 1
- Girona 2
- Lleida 3
- Tarragona 4

Hàbitat de residència (quota):

- Barcelona ciutat 1
- Resta de l'àrea metropolitana de Barcelona 2
- 30.000 habitants o més 3
- Menys de 30.000 habitants 4

Presentació: Bon dia/Bona tarda: Sóc un/-a entrevistador/-a de DYMPANEL i estem realitzant un estudi per conèixer l'opinió de diferents persones sobre temes diversos. Disposa de deu minuts?

1. En primer lloc, digui'm, si us plau, la seva edat:

Indiqui: anys. (quota).

- De 21 a 28 anys 1
- De 29 a 35 anys 2
- De 36 a 45 anys 3
- De 46 a 60 anys 4
- Més de 60 anys 5

2. Sexe (quota):

- Home 1
- Dona 2

3. A quina província va néixer? (*espontani*).

- Barcelona 1
- Girona 2
- Lleida 3
- Tarragona 4
- Resta d'Espanya 5
- Estranger 6

4. Considera que és desitjable crear/fundar una empresa pròpia?

- Sí 1
- No 2

5. Considera que és més fàcil o més difícil crear una empresa en l'actualitat que en dècades passades?

- Més fàcil 1
- Més difícil 2

6. Quins són, al seu parer, els factors principals que afavoreixen la creació de noves empreses en l'actualitat? (*espontani*)

.....
.....

Alguna cosa més?

.....
.....

7. Quins són al seu parer els factors principals que dificulten la creació de noves empreses en l'actualitat?

.....
.....

Alguna cosa més?

.....
.....

8. Ha pensat alguna vegada a crear o fundar una empresa pròpia? (*Entrevistador/-a: llegeixi'n les respostes. Una única resposta.*)

- No, mai 1 > passi a 10
- No, però penso integrar-me en una empresa de la família 2 > passi a 10
- Sí, vagament 3
- Sí, seriosament 4
- Sí, tinc el propòsit ferm de fundar una empresa 5
- Sóc empresari/-ària (d'una empresa fundada/creada per mi 6 > passi p.10
- Sóc empresari/-ària (d'una empresa NO fundada/creada per mi 7 > passi a p.10

David Urbano

9. Quin és el grau de maduració del seu projecte empresarial? (Entrevistador/-a: llegeixi'n les respostes.)

- He identificat ja una oportunitat empresarial i tinc una idea d'empresa concreta 1
- Tinc diverses idees; però sense concretar 2
- No tinc encara una idea empresarial concreta 3
- Altres (especifiqui'ls):

10. Quins són, serien o han estat els motius de crear la seva pròpia empresa?

Digui'ns quin o quins dels motius següents són per a vostè molt importants, importants o gens importants.

	Molt important	Important	Gens important
<input type="checkbox"/> Independència personal (llibertat de decisió i d'acció)	1	2	3
<input type="checkbox"/> Afany de guanyar més diners que treballant a sou	1	2	3
<input type="checkbox"/> Impossibilitat o dificultat de trobar una feina adequada o d'aconseguir els seus objectius en altres camps	1	2	3
<input type="checkbox"/> Insatisfacció en l'ocupació anterior	1	2	3
<input type="checkbox"/> Aconseguir una retribució justa a la seva feina	1	2	3
<input type="checkbox"/> Possibilitat de posar en pràctica les seves pròpies idees	1	2	3
<input type="checkbox"/> Afany d'independència econòmica	1	2	3
<input type="checkbox"/> Estar al capdavant d'una organització i/o dirigir un grup humà	1	2	3
<input type="checkbox"/> Invertir un patrimoni personal	1	2	3
<input type="checkbox"/> Aconseguir un patrimoni personal	1	2	3
<input type="checkbox"/> Tradició familiar	1	2	3
<input type="checkbox"/> Prestigi o estatus d'empresari	1	2	3
<input type="checkbox"/> Crear alguna cosa pròpia	1	2	3
<input type="checkbox"/> Altres molt importants o importants			
(especifiqui):	1	2	
(especifiqui):	1	2	
(especifiqui):	1	2	

Entrevistador/-a: realitzi p.11A si l'entrevistat/-da no ha fundat cap empresa (codis 1, 2, 3, 4, 5, o 7 a p. 8).

11A. Quins són o serien per a vostè els frens o inconvenients en la creació d'una empresa pròpia?

Digui'ns quin o quins dels frens o inconvenients següents són per a vostè molt importants, importants o gens importants.

	Molt important	Important	Gens important
<input type="checkbox"/> Risc massa elevat	1	2	3
<input type="checkbox"/> Situació econòmica (competència)	1	2	3
<input type="checkbox"/> Falta de capital inicial	1	2	3
<input type="checkbox"/> Càrregues fiscals	1	2	3
<input type="checkbox"/> Problemes amb el personal	1	2	3
<input type="checkbox"/> Bones perspectives de «fer carrera» amb l'ocupació a sou	1	2	3
<input type="checkbox"/> Falta de sou mínim assegurat	1	2	3
<input type="checkbox"/> Temor a fracassar i quedar en ridícul	1	2	3
<input type="checkbox"/> Imatge negativa de l'empresari	1	2	3
<input type="checkbox"/> Ingressos irregulars en funció de la marxa del negoci	1	2	3
<input type="checkbox"/> Haver de treballar massa hores	1	2	3
<input type="checkbox"/> Falta de coneixement i experiència en la direcció d'empreses	1	2	3
<input type="checkbox"/> Dubtar de la meua capacitat d'empresari	1	2	3
<input type="checkbox"/> Retir i jubilació insatisfactoris	1	2	3
<input type="checkbox"/> Altres de molt importants o importants			
(específiqui):	1	2	
(específiqui):	1	2	
(específiqui):	1	2	

Entrevistador/-a: realitzi p.11B si l'entrevistat/-da ha fundat una empresa (codi 6 a p. 8)

11B. Quins han estat per a vostè els problemes que ha tingut en la creació d'una empresa pròpia? (*espontani*)

.....

Alguna cosa més?

.....

David Urbano

12. Valori cadascun dels atributs següents relatius a l'empresari/-ària català/-ana. Per a això, utilitzi l'escala següent:

- Hi estic totalment d'acord 4
- Hi estic d'acord 3
- Hi estic en desacord 2
- Hi estic totalment en desacord 1
- NS/NC 9

(Entrevistador/-a: llegeixi ítems i respostes.)

	Hi estic totalment d'acord	Hi estic d'acord	Hi estic en desacord	Hi estic totalment en desacord	NS/NC
Són persones dinàmiques	4	3	2	1	9
Tenen gran capacitat d'organització	4	3	2	1	9
Tenen grans dots financers i de gestió	4	3	2	1	9
La seva mentalitat és innovadora	4	3	2	1	9
Són persones molt preparades professionalment	4	3	2	1	9
Són capaços d'assumir riscos a la seva empresa	4	3	2	1	9
Tenen una gran visió de futur	4	3	2	1	9
Inverteixen diners	4	3	2	1	9
Creen ocupació	4	3	2	1	9
Ajuden al desenvolupament del país	4	3	2	1	9
Guanyen molts diners	4	3	2	1	9
Són capaços de dialogar amb els/les treballadors/es	4	3	2	1	9
Són persones morals i honrades	4	3	2	1	9
Són persones amb un criteri clar de justícia social	4	3	2	1	9

13. Digui'ns quina valoració (segons prestigi, estatus) tenen al seu parer les professions següents a la societat catalana. Per a això, utilitzi l'escala d'1 a 7, en la qual 1 és poc prestigi/estatus, 4 és el punt central i 7 és molt prestigi/estatus. Naturalment, hi ha puntuacions intermèdies (*entrevistador/-a: llegeixi professions i respostes*).

	Poc							Molt
	1	2	3	4	5	6	7	
Mestre/-a	1	2	3	4	5	6	7	
Advocat/-ada	1	2	3	4	5	6	7	
Metge/-essa	1	2	3	4	5	6	7	
Enginyer/-a	1	2	3	4	5	6	7	
Economista	1	2	3	4	5	6	7	
Empresari/-ària	1	2	3	4	5	6	7	
Directiu/-iva de gran empresa	1	2	3	4	5	6	7	
Periodista	1	2	3	4	5	6	7	
Físic/-a	1	2	3	4	5	6	7	
Psicòleg/-òloga	1	2	3	4	5	6	7	
Publicitari/-ària	1	2	3	4	5	6	7	
Químic/-a	1	2	3	4	5	6	7	
Sociòleg/-òloga	1	2	3	4	5	6	7	
Traductor/-a i intèrpret	1	2	3	4	5	6	7	

14. Em podria indicar quin és el seu nivell d'estudis?

Entrevistador/-a: consideri només estudis finalitzats.

No sap llegir (analfabet)	1
Sense estudis. Sap llegir o estudis primaris incomplets (preescolar)	3
Ensenyament de primer grau (EGB 1a etapa, ingrés, 1r i 2n d'ESO, etc.): fins als 10 anys	4
Ensenyament de segon grau/1er cicle (EGB 2a etapa, 4t de batxillerat, graduat escolar, auxiliar administratiu, cultura general, 3r i 4t d'ESO, etc.): fins als 14 anys	5
Ensenyament de segon grau/2n cicle (BUP, COU, FP1, FP2, preu, batxillerat superior, accés a la Universitat, escola d'idiomes, etc.): fins als 18 anys	6
Ensenyament de tercer grau (escoles universitàries, enginyeries tècniques/peritatge, diplomats, ATS, graduat social, magisteri, tres anys de carrera, etc.)	7
Ensenyament de tercer grau universitari (facultats, escoles tècniques superiors, llicenciats, etc., tots els cursos realitzats)	8
Altres (específic)	
.....	

David Urbano

15. Digui'ns quina és la seva professió actual (o anterior, en el cas d'estar inactiu).

Entrevistador/-a: detalli-ho al màxim i anoti-ho.

Entrevistador/-a: codifiqui la professió tenint en compte les respostes.

	15	16A	16B
Treball per compte propi			
<input type="checkbox"/> Agricultura/pesca			
<input type="checkbox"/> Membres de cooperatives agràries	01	01	01
<input type="checkbox"/> Propietari agrícola sense treballadors	02	02	02
<input type="checkbox"/> Empresaris agrícoles (1 a 9 treballadors)	03	03	03
<input type="checkbox"/> Empresaris agrícoles (10 o més treballadors)	04	04	04
<input type="checkbox"/> Comerç/indústria			
<input type="checkbox"/> Membres de cooperatives no agràries	05	05	05
<input type="checkbox"/> Empresari/comerciant sense treballadors	06	06	06
<input type="checkbox"/> Empresari/comerciant (1 a 9 treballadors)	07	07	07
<input type="checkbox"/> Empresari/comerciant (10 o més treballadors)	08	08	08
<input type="checkbox"/> Professionals i tècnics per compte propi (metges, advocats...)	09	09	09
<input type="checkbox"/> Treballadors manuals artesans per compte propi (paleta, lampista...)	10	10	10
Treball per compte d'altri			
<input type="checkbox"/> Directors d'empreses públiques i privades amb 25 o més treballadors	11	11	11
<input type="checkbox"/> Directors d'empreses públiques i privades amb menys de 25 treballadors	12	12	12
<input type="checkbox"/> Caps superiors/treballadors a nivell superior d'empreses (administració i caps d'exèrcit) empreses/administració i caps d'exèrcit	13	13	13
<input type="checkbox"/> Caps intermedis/treballadors a nivell mitjà d'empreses/administració i oficials d'exèrcit	14	14	14
<input type="checkbox"/> Capatàs, encarregats, sotsoficials d'exèrcit	15	15	15
<input type="checkbox"/> Agents comercials, representants	16	16	16
<input type="checkbox"/> Administratius	17	17	17
<input type="checkbox"/> Obrers especialitzats, policia, números de la guàrdia civil	18	18	18
<input type="checkbox"/> Venedors, dependents	19	19	19
<input type="checkbox"/> Obrers sense especialitzar, peons, servei domèstic	20	20	20
<input type="checkbox"/> Treballadors subalterns (conserges...)	21	21	21
<input type="checkbox"/> Altres de no qualificats	22	22	22
<input type="checkbox"/> Jornalers del camp	23	23	23
<input type="checkbox"/> Resta (especifiqui):			

Ens pot indicar quin és (o era) la professió dels seus pares?.

16A. Pare (entrevistador/-a: detalli-ho al màxim i anoti-ho):

Entrevistador/-a: codifiqui'n la professió tenint en compte les respostes

16B. Mare (entrevistador/-a: detalli-ho al màxim i anoti-ho):

Entrevistador/-a: codifiqui'n la professió tenint en compte les respostes.

17. Actualment, hi ha cap empresari o empresària a la seva família?

Sí 1

No 2 > passi a D.1

18. Quin és el parentiu d'aquesta/-es persona/-es empresària/àries amb relació a vostè: el(la)/els és/són el seu/els seus...
(Espontani. Multiresposta)

Pare 1

Mare 2

Avi/àvia 3

Germà/-ana 4

Fill/-a 5

Nét/-a 6

Altres (especifiqui):

D.1 Nom de l'entrevistat/-da:

D.2 Rol familiar: (entrevistador/-a: llegeixi'n respostes)

Cap de família 1

Mestressa 2

Ambdós 3

Un altre 4

D.3 Telèfon:

D.4 (Entrevistador/-a: si està pensant a crear una empresa (codis 3 a 7 a p. 8): DYPANEL està realitzant aquest estudi per a la Universitat Autònoma de Barcelona. En el cas que aquesta Universitat estigüés interessada a contactar amb persones com vostè per preguntar-los sobre el procés de creació de la seva empresa, estaria disposat/-ada a col·laborar en l'estudi?

(Entrevistador/-a: espontani. Una única resposta.)

Sí 1

No 2

Moltes gràcies per la seva col·laboració.

Codificador/-a:

Verificador/-a:

ANNEX 2.5. QÜESTIONARI DE L'ENQUESTA ADMINISTRADA ALS ESTUDIANTS UNIVERSITARIS SOBRE ELS FACTORS INFORMALS DE LA CREACIÓ D'EMPRESES

Si us plau, marqui amb una X l'alternativa que correspongui.

En algunes preguntes hi ha una línia addicional perquè hi pugui anotar la resposta que correspongui si cap de les respostes estàndard és adequada o si escau.

1. Considera desitjable el fet de crear o fundar una empresa pròpia?
 1. Sí 1
 2. No 2
2. Considera que és més fàcil o més difícil el fet de crear una empresa en l'actualitat que en dècades anteriors?
 1. Més fàcil 1
 2. Més difícil 2
3. Quins són al seu parer els factors que afavoreixen la creació de noves empreses en l'actualitat?
.....
4. Quins són al seu parer els factors principals que dificulten la creació d'una nova empresa en l'actualitat?
.....
5. Ha pensat seriosament a crear o fundar una empresa pròpia?
 1. No, mai 1
 2. No, però penso integrar-me en una empresa de la família 2
 3. Sí, vagament 3
 4. Sí, seriosament 4
 5. Sí, tinc el propòsit ferm de fundar una empresa 5
6. En cas afirmatiu, a quant de temps vista?
 1. Quan acabi els estudis 1
 2. D'aquí a un o dos anys 2
 3. D'aquí a tres o cinc anys 3
 4. Passats cinc anys vista 4
 5. No ho tinc decidit 5

7. Quins són o serien per a vostè els motius de crear una empresa pròpia?

No cal que en marqui tots els motius, sinó únicament aquells que consideri molt importants o importants. Tampoc no ha de limitar-se a marcar-ne només un si per a vostè són diversos els importants.

	Molt important	Important
1. Independència personal (llibertat de decisió i d'acció)	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/>
2. Afany de guanyar més diners que treballant a sou	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/>
3. Impossibilitat o dificultat de trobar una feina adequada o d'aconseguir els meus objectius en altres camps	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/>
4. Insatisfacció en l'ocupació anterior	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/>
5. Aconseguir una retribució justa a la meva feina	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/>
6. Possibilitat de posar en pràctica les meves pròpies idees	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/>
7. Afany d'independència econòmica	<input type="checkbox"/> 07	<input type="checkbox"/>
8. Estar al capdavant d'una organització i/o dirigir un grup humà	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/>
9. Invertir un patrimoni personal	<input type="checkbox"/> 09	<input type="checkbox"/>
10. Aconseguir un patrimoni personal	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/>
11. Tradició familiar	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/>
12. Prestigi o estatus de l'empresari/-ària	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/>
13. Crear quelcom propi	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/>
14.	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/>

David Urbano

8. Quins són o serien per a vostè els frens o inconvenients a la creació d'una empresa pròpia?

No cal que en marqui tots els motius, sinó únicament aquells que consideri molt importants o importants. Tampoc ha de limitar-se a marcar-ne només un si per a vostè són diversos els importants.

	Molt important	Important
1. Risc massa elevat	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/>
2. Situació econòmica (competència)	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/>
3. Falta de capital inicial	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/>
4. Càrregues fiscals	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/>
5. Problemes amb el personal	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/>
6. Bones perspectives de «fer carrera» amb una ocupació a sou	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/>
7. Falta de sou mínim assegurat	<input type="checkbox"/> 07	<input type="checkbox"/>
8. Temor a fracassar i quedar en ridícul	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/>
9. Imatge negativa de l'empresari/-ària	<input type="checkbox"/> 09	<input type="checkbox"/>
10. Ingressos irregulars en ser residuals	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/>
11. Haver de treballar massa hores	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/>
12. Falta de coneixements i experiència en la direcció d'empreses	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/>
13. Dubtar de la meua capacitat d'empresari/-ària	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/>
14. Retir i jubilació insatisfactoris	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/>
15.	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/>
16.	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/>

David Urbano

10. En una escala d'1 a 10, determini en quina mesura se sent una persona emprenedora, plena d'idees i iniciatives per posar en pràctica a la seva feina.

Molt poc emprenedora 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Molt emprenedora

11. Valori cadascun dels atributs següents relatius a l'empresari/-ària català/-ana:

Atributs	Hi estic totalment d'acord	Hi estic d'acord	Hi estic en desacord	Hi estic totalment en desacord	NS/NC
Són persones dinàmiques Tenen gran capacitat d'organització Tenen grans dots financers i de gestió La seva mentalitat és innovadora Són persones molt preparades professionalment Són capaços d'assumir riscos a la seva empresa Tenen una gran visió de futur Inverteixen diners Creen ocupació Ajuden al desenvolupament del país Guanyen molts diners Són capaços de dialogar amb els/les treballadors/-es Són persones morals i honrades Són persones amb un criteri clar de justícia social					

12. Puntuï la valoració que al seu parer tenen les professions següents a la societat catalana:

Professió	Poc							Molt
	1	2	3	4	5	6	7	
Mestre/-a								
Advocat/-ada								
Metge/-essa								
Enginyer/-a								
Economista								
Empresari/-ària								
Directiu/-iva de gran empresa								
Periodista								
Físic/-a								
Psicòleg/-òloga								
Publicitari/-ària								
Químic								
Sociòleg/-òloga								
Traductor/-a i intèrpret								

13. Edat:

14. Sexe:

1. Masculí 1

2. Femení 2

15. Lloc de naixement:

16. Lloc de residència:

17. Universitat on estudia:

18. Quins estudis cursa?

19. En quin curs de la titulació es troba?

1. Tercer 1

2. Quart 2

3. Altres 3

Nombre de crèdits per acabar els estudis:

David Urbano

21. Té experiència professional?

- Sí 1
- No 2

21. En cas afirmatiu,

En quin tipus de feina?

En quin sector?

22. Participa o ha participat en alguna associació de caràcter benèfic, esportiu, religiós, polític...?

- Sí 1
- No 2

23. En cas afirmatiu, indiqui el tipus d'associació:

24. Professió del pare:

25. Professió de la mare:

26. Hi ha cap empresari/-ària a la seva família?

- Sí 1
- No 2

27. En cas afirmatiu, quin és el parentiu?

- 1. Pare 1
- 2. Mare 2
- 3. Germà 3
- 4. Germana 4
- 5. Altres 5

ANNEX 2.6. QÜESTIONARI DE L'ENQUESTA ENVIADA PER CORREU ELECTRÒNIC ALS DIRECTIUS D'EMPRESA SOBRE ELS FACTORS INFORMALS DE L'ENTORN

Si us plau, marqui l'alternativa que correspongui. En algunes preguntes hi ha un espai en blanc perquè pugui anotar-hi la resposta adequada.

1. Considera desitjable el fet de crear o fundar una empresa pròpia?
 - Sí
 - No

2. Considera que és més fàcil o més difícil crear una empresa en l'actualitat que en dècades anteriors?
 - Més fàcil
 - Més difícil

3. Quins són al seu parer els factors que afavoreixen la creació de noves empreses en l'actualitat?
 - Suport governamental
 - Accés al finançament
 - Noves tecnologies
 - Millor nivell de formació
 - Globalització de l'economia
 - Altres

4. Quins són al seu parer els factors principals que dificulten la creació d'una nova empresa en l'actualitat?
 - Manca de capital inicial
 - Entrebancs administratius
 - Competència
 - Càrregues fiscals
 - Dificultat d'aconseguir finançament
 - Altres

5. Ha pensat seriosament en el fet de crear o fundar una empresa pròpia?
 - No, mai
 - No, però penso integrar-me en una empresa de la família
 - Sí, vagament
 - Sí, seriosament
 - Sí, tinc el ferm propòsit de crear una empresa

David Urbano

6. Quins són o serien per a vostè els motius de crear una empresa pròpia?

No cal que en marqui tots els motius, sinó únicament aquells que consideri molt importants o importants. Tampoc ha de limitar-se a marcar-ne només un si per a vostè són diversos els importants.

	Molt important	Important
1. Independència personal (llibertat de decisió i d'acció)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Afany de guanyar més diners que treballant a sou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Impossibilitat o dificultat de trobar una feina adequada o d'aconseguir els meus objectius en altres camps	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Insatisfacció en l'ocupació anterior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Aconseguir una retribució justa a la meua feina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Possibilitat de posar en pràctica les meves pròpies idees	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Afany d'independència econòmica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Estar al capdavant d'una organització i/o dirigir un grup humà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Invertir un patrimoni personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Aconseguir un patrimoni personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Tradició familiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Prestigi o estatus de l'empresari/-ària	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Crear quelcom propi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Quins són o serien per a vostè els frens o inconvenients a la creació d'una empresa pròpia?

No cal que en marqui tots els motius, sinó únicament aquells que consideri molt importants o importants. Tampoc ha de limitar-se a marcar-ne només un si per a vostè són diversos els importants.

	Molt important	Important
1. Risc massa elevat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Situació econòmica (competència)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Falta de capital inicial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Càrregues fiscals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Problemes amb el personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Bones perspectives de «fer carrera» amb una ocupació a sou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Falta de sou mínim assegurat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Temor a fracassar i quedar en ridícul	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Imatge negativa de l'empresari/-ària	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ingressos irregulars en ser residuals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Haver de treballar massa hores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Falta de coneixements i experiència en la direcció d'empreses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Dubtar de la meua capacitat d'empresari/-ària	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Retir i jubilació insatisfactoris	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Valori de l'1 al 4 cadascun dels atributs següents relatius a l'empresari/-ària català/-ana (1: mínima puntuació i 4: màxima puntuació):

1. Són persones dinàmiques
2. Tenen gran capacitat d'organització
3. Tenen grans dots financers i de gestió
4. La seva mentalitat és innovadora
5. Són persones molt preparades professionalment
6. Són capaços d'assumir riscos a la seva empresa
7. Tenen una gran visió de futur
8. Inverteixen diners
9. Creen ocupació
10. Ajuden al desenvolupament del país
11. Guanyen molts diners
12. Són capaços de dialogar amb els/les treballadors/-es
13. Són persones morals i honrades
14. Són persones amb un criteri clar de justícia social

9. Puntuï la valoració que al seu parer tenen les següents professions en la societat catalana (1: mínima puntuació i 7: màxima puntuació):

1. Mestre/-a
2. Advocat/-ada
3. Metge/-essa
4. Enginyer/-a
5. Economista
6. Empresari/-ària
7. Directiu/-iva de gran empresa
8. Periodista
9. Físic/-a
10. Psicòleg/-òloga
11. Publicitari/-ària
12. Químic/-a
13. Sociòleg/-òloga
14. Traductor/-a i intèrpret

David Urbano

10. Quin és en l'actualitat el seu càrrec a l'empresa?
11. Quina grandària en nombre de treballadors té l'empresa en què treballa?
12. Any de naixement
13. Lloc de naixement
14. Sexe:
- Masculí
 - Femení
15. Formació acadèmica
16. Professió del pare
17. Professió de la mare
18. Hi ha cap empresari/-ària a la seva família?
- Sí
 - No
19. En cas afirmatiu, quin és el parentiu?

Oficina central

Pg. de Gràcia, 129
08008 Barcelona
Tel. 93 476 72 00
Fax 93 476 73 00
info@cidem.gencat.net
www.cidem.com

Xarxa Territorial del CIDEM a Catalunya

Delegació Bages
Muralla de Sant Domènec, 24 baixos
Edifici Consell Comarcal del Bages
08240 Manresa
Tel. 93 693 03 58
Fax 93 876 82 12

Delegació Berguedà
C/ Barcelona, 49 3r
08600 Berga
Tel. 93 821 35 53
Fax 93 822 09 55

Delegació Girona
C/ Migdia, 50-52
17003 Girona
Tel. 972 94 01 20
Fax 972 94 01 64

Delegació Lleida
Av. Segre, 7
25007 Lleida
Tel. 973 72 80 00
Fax 973 22 19 58

Delegació Tarragona
C/ Pompeu Fabra, 1
43004 Tarragona
Tel. 977 25 17 17
Fax 977 25 17 10

Delegació Terres de l'Ebre
C/ de la Rosa, 9
43500 Tortosa
Tel. 977 44 93 33
Fax 977 44 95 75

