

LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN CATALUNYA:  
ORGANISMOS DE APOYO Y ACTITUDES  
HACIA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

DAVID URBANO

**LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN CATALUNYA:  
ORGANISMOS DE APOYO Y ACTITUDES  
HACIA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA**

**Urbano, David**

La Creación de empresas en Catalunya : organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora. - (Col·lecció d'estudis)

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

ISBN 84-393-6972-7

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

1. Empreses - Creació - Catalunya

658.1(467.1)

El texto puede ser reproducido total o parcialmente, previa autorización del autor. En cuanto al diseño gráfico y artístico, el CIDEM se reserva todos los derechos.

© Generalitat de Catalunya

Departament de Treball i Indústria  
Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial  
(CIDEM)  
Tel. 93 476 72 00  
e-mail: info@cidem.gencat.net  
www.cidem.com

Autor: David Urbano, profesor del Departamento de Economía de la Empresa de la UAB.  
e-mail: David.Urbano@uab.es

Coordinado por CIDEM

Este estudio ha recibido el apoyo del proyecto de investigación "SEC2003 - Eficiencia de las organizaciones, productividad total de los factores y restricciones financieras", del Ministerio de Ciencia y Tecnología, y del Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Diseño y realización: *Addenda*  
Pau Claris, 92. 08010 Barcelona  
e-mail: addenda@addenda.es  
www.addenda.es

1.ª edición: Enero 2006  
Edición: 500 ejemplares  
Depósito legal: ???

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

## ÍNDICE

<b>Prólogo</b>	13
<b>Presentación</b>	15
<b>Capítulo 1. Introducción: objetivos del estudio y fundamentos teóricos</b>	17
1.1. Objetivos y metodología del estudio	17
1.2. Justificación de la investigación	19
1.3. La creación de empresas: estado de la cuestión en Catalunya	20
1.4. Los factores del entorno que condicionan la creación de empresas y la teoría económica institucional	22
1.5. Estructura del trabajo	24
<b>Capítulo 2. Estructura y demografía empresarial en Catalunya. Análisis del periodo 1996-2001</b>	27
2.1. Rasgos principales de las empresas en Catalunya	27
2.1.1. Número de empresas	28
2.1.2. Distribución sectorial	32
2.1.3. Dimensión en número de empleados	35
2.1.4. Forma jurídica	40
2.1.5. Densidad empresarial en Catalunya	42
2.1.6. Resumen de los rasgos principales de las empresas en Catalunya	46
2.2. Crecimiento del número de empresas en Catalunya	47
2.2.1. Tasa de crecimiento anual del número de empresas	48
2.2.2. Crecimiento sectorial del número de empresas	51
2.2.3. Crecimiento por tamaño del número de empresas	53
2.2.4. Crecimiento por forma jurídica del número de empresas	53
2.2.5. Resumen del crecimiento del número de empresas en Catalunya	55
2.2.6. Crecimiento del número de empresas y densidad empresarial en Catalunya	56
2.3. Creación y desaparición de empresas en Catalunya	58
2.3.1. Tasa de entrada de nuevas empresas	59
2.3.2. Tasa de salida de empresas	62
2.3.3. Rotación empresarial: comparación entre las tasas de entrada y las tasas de salida de empresas	65
2.4. Mortalidad y supervivencia empresarial en Catalunya	67
2.4.1. Función de riesgo empresarial	68
2.4.2. Función de supervivencia empresarial	72
2.4.3. Resumen de las tasas de mortalidad y de supervivencia empresarial en Catalunya	76

<b>Capítulo 3. Organismos y medidas de apoyo a la creación de empresas en Catalunya</b>	79
3.1. Marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya	80
3.1.1. Tipos de organismos de apoyo a la creación de empresas	81
3.1.2. Tipos de medidas de apoyo a la creación de empresas: medidas generales y específicas	82
3.2. Demanda de servicios de apoyo a la creación de empresas en Catalunya	84
3.2.1. Características de la muestra de empresarios actuales y de la muestra de <i>empresarios potenciales</i>	85
3.2.2. Características de las nuevas empresas de la muestra de empresarios actuales y de la muestra de empresarios potenciales	87
3.2.3. Comparación entre la muestra de empresarios actuales y la muestra de empresarios potenciales con relación al conocimiento, la utilización y la valoración de los servicios y programas de apoyo a la creación de empresas	89
3.2.4. Análisis de la existencia de relación de dependencia entre las variables «utilización de algún programa» y «valoración del programa utilizado» con las variables tipológicas del empresario potencial de la muestra de Catalunya	92
3.2.5. Análisis de la existencia de relación de dependencia entre la variable «creación de una empresa» y la variable «utilización de algún programa» por parte del empresario potencial de la muestra de Catalunya	95
3.2.6. Análisis de la opinión global sobre las medidas de apoyo a la creación de empresas en Catalunya por parte de las dos muestras de empresarios	96
3.3. Adecuación entre la oferta y la demanda de los servicios de apoyo en Catalunya	97
<b>Capítulo 4. Actitudes hacia la creación de empresas en Catalunya</b>	103
4.1. Características de las muestras	104
4.1.1. Muestra de la población general	104
4.1.2. Muestras de estudiantes universitarios	105
4.1.3. Muestra de directivos de empresa	108
4.2. Actitudes hacia la creación de empresas por parte de la sociedad catalana	111
4.2.1. Deseo de crear una empresa	111
4.2.2. Viabilidad de crear una empresa	112
4.2.3. Intención de crear una empresa	113
4.2.4. Relaciones de dependencia entre las variables tipológicas y el deseo, la viabilidad y la intención de crear una empresa para la muestra de la población general	115

4.3. Factores que favorecen y factores que dificultan la creación de nuevas empresas según la sociedad catalana	120
4.3.1. Factores que favorecen la creación de nuevas empresas	120
4.3.2. Factores que dificultan la creación de nuevas empresas	122
4.4. Motivos y frenos hacia la creación de nuevas empresas según la sociedad catalana	125
4.4.1. Motivos para la creación de empresas	125
4.4.2. Frenos a la creación de empresas	130
4.5. Imagen del empresario catalán según las muestras de la sociedad catalana	133
4.5.1. Atributos del empresario catalán	133
4.5.2. Valoración de la profesión de empresario	136
<b>Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones</b>	145
5.1. Conclusiones principales	145
5.2. Algunas recomendaciones	149
<b>Índice de tablas</b>	155
<b>Índice de figuras</b>	161
<b>Bibliografía</b>	165
<b>Anexos</b>	
Anexo 1: Fichas técnicas de la investigación	177
Anexo 2: Instrumentos metodológicos utilizados en la investigación	181

---

## PRÓLOGO

La riqueza y el bienestar social de cualquier país mantienen una relación estrecha, entre otras variables, con su capacidad de crear y desarrollar nuevas empresas. Asimismo, el nivel de diversidad, solidez y capacidad de emprender de un modelo económico es, sin duda, un buen termómetro para medir su competitividad.

Esta capacidad emprendedora, así pues, es un elemento fundamental para afrontar la transformación del modelo productivo que necesita la economía catalana; porque los emprendedores reúnen muchas de las capacidades y características imprescindibles para hacer realidad estos cambios: el dinamismo, la flexibilidad, la formación y la preparación, y, en definitiva, la innovación constante.

La generación de ocupación de un país, así como su potencial innovador, mantienen una estrecha relación con su capacidad para hacer nacer y crecer nuevas actividades. El estudio que presentamos a continuación profundiza en el mundo de la creación de empresas. Los emprendedores y emprendedoras, personas con una notable capacidad para asumir los retos que suponen poner en marcha nuevos proyectos, contribuyen a aumentar la capacidad productiva de nuestra economía y a crear oportunidades para otros empresarios.

Tal como se explica a lo largo del estudio, la creación de una empresa es un camino difícil, y aun tenemos que trabajar mucho para simplificarlo y favorecerlo. Es preciso crear un entorno favorable, y estimular a las bases del empresariado desde la misma educación. Es preciso mejorar la consideración social de la figura del emprendedor y crear un entorno favorable a la creación de empresas: mejor marco fiscal, acceso a formación de calidad, fomento de instrumentos eficaces de financiación, una comunicación eficiente entre el mundo de la investigación y el mercado, un entorno administrativo simplificado, y coordinación de todos los agentes vinculados al mundo de la empresa.

También hay que dedicar una atención especial a la fase de consolidación de las empresas, durante la cual los proyectos emprendedores pasan la etapa más crítica; es fundamental que las nuevas empresas reciban el máximo apoyo a lo largo de esta fase. Desde el Departament de Treball i Indústria priorizamos la promoción y el impulso de las nuevas empresas, convencidos de que esta dedicación permitirá crear puestos de trabajo y riqueza, y mejorará nuestra competitividad.

Para acabar, querría felicitar y animar a todas las personas que han creado o crearán empresas en Catalunya. Las consideramos una pieza clave del desarrollo de Catalunya, y, por lo tanto, el motor de futuro económico de nuestro país.

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

---

## PRESENTACIÓN

La creación de empresas se ha convertido en un tema estrella en las últimas décadas tanto en el ámbito científico como en el político debido a la estrecha relación existente entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico y regional.

En el ámbito académico la creación de empresas como campo de estudio ha adquirido entidad propia. Buena prueba de ello es la proliferación de conferencias y congresos nacionales e internacionales en que se presentan y debaten los resultados de las investigaciones empíricas así como de revistas científicas en que se publican luego estos resultados. Por otra parte, en la mayoría de los países europeos se han creado en los últimos años cátedras de creación de empresas. España es uno de los pocos países de la Unión Europea en que la creación de empresas constituyen sólo una asignatura optativa.

En el campo de la política, a partir de la década de los ochenta las administraciones públicas de todos los colores y niveles (central, regional y local) han establecido programas de apoyo a la creación de empresas, que van desde la orientación, formación y asesoramiento hasta la concesión de todo tipo de ayudas económicas. En términos generales, estos programas se han concentrado más en ofrecer ayudas directas a los creadores de empresas que en fomentar unas actitudes positivas hacia la actividad emprendedora y el empresario, en general.

Por otra parte, las políticas de fomento a la creación de empresas no siempre han estado exentas de problemas. El primero y más importante ha sido y sigue siendo el desconocimiento. Mientras que en la política económica existe una teoría y una larga experiencia sobre el efecto que las principales variables (tipos de interés, presión fiscal, etc.) tienen sobre las distintas magnitudes macroeconómicas (inflación, nivel de ahorro, inversión, etc.), en el campo de la creación de empresas, por ser un campo de estudio relativamente joven, no se dispone aún ni de una única teoría ni de la misma larga experiencia.

He aquí algunas de las cuestiones que se desconocen:

1. ¿Es más eficaz dirigir las medidas al grupo de parados, a los graduados e investigadores universitarios, a los directivos o a la población en general?
2. ¿Cuándo, dónde y cómo intervenir? ¿Antes de iniciar el proceso de creación de una empresa? ¿Durante el proceso de su creación? ¿Después de haber sido creada para ayudarla a crecer? ¿A qué nivel (nacional, autonómico o local) y con qué instrumentos? ¿Cuáles son las mejoras prácticas («best practices»)?
3. ¿Cuál sería el coste de cada nuevo puesto de trabajo creado a raíz de una determinada ayuda?
4. ¿Cuántas empresas se hubieran dejado de crear sin estas ayudas?

De ahí que el «Green Paper» de la Comisión Europea se planteara como primera pregunta: «¿Cuáles deberían ser los objetivos clave de una agenda para el fomento de la creación de empresas en la Unión Europea y cuál debería ser su relación con otros objetivos políticos?» Dicho estudio concluye que el objetivo prioritario es «producir» más empresarios fomentando actitudes más positivas hacia el empresario y hacia la creación de empresas.

El desconocimiento de estas cuestiones se debe a la escasez de investigaciones empíricas al respecto y, concretamente, a la falta de una adecuada evaluación de los programas de apoyo. Sólo en algunas ocasiones, al establecer un programa de ayuda se definen de antemano cuáles van a ser los criterios que se van a utilizar para la evaluación de los resultados conseguidos con el mismo y se establecen los plazos y medios de evaluación.

Otro de los problemas importantes ha sido la coordinación. La proliferación de organismos y programas de apoyo en todos los países en los últimos años ha evidenciado la falta de coordinación entre los mismos.

Los resultados de la investigación del Dr. David Urbano, profesor del Departamento de Economía de la Empresa de la UAB, que se presentan en este trabajo, vienen a llenar un vacío en el campo de los programas de fomento y de las actitudes hacia la creación de empresas en Catalunya, además de contextualizar el tejido empresarial catalán a partir del análisis de su estructura y de la demografía de las nuevas empresas durante la segunda mitad de la década de los años 90 (1996-2001).

En cuanto a los organismos de apoyo, el presente estudio se centra en una serie de cuestiones de suma importancia, tales como: a) cuál es el grado de conocimiento de los programas existentes por parte de empresarios potenciales y actuales, b) qué programas han sido los más utilizados; c) cuál ha sido el nivel de satisfacción con los programas utilizados, y d) cuál es el grado de adecuación de estos programas a las necesidades de la demanda.

En lo referente a las actitudes hacia la creación de empresas por parte de la sociedad catalana, en este trabajo se analiza la percepción de deseo y viabilidad así como la intención de crear una empresa tanto en la población en general como en los estudiantes universitarios y directivos.

Los resultados de este estudio han de ser de suma importancia para todas aquellas personas, organismos y autoridades que tienen la misión de decidir y llevar a la práctica programas de ayuda a la creación de empresas.

La investigación del profesor Urbano se inserta en un amplio proyecto de investigación que se está llevando a cabo en el marco del *European Doctoral Programme in Entrepreneurship and Small Business Management* del Departamento de Economía de la Empresa de la UAB basado en la teoría institucional y es parte de su tesis doctoral que mereció la máxima calificación.

Josep M<sup>a</sup> Veciana  
Catedrático de Universidad Emérito de la UAB

Bellaterra, enero de 2005

# 1

## INTRODUCCIÓN: OBJETIVOS DEL ESTUDIO Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS

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

### 1.1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El propósito principal de este estudio es analizar los factores del entorno que condicionan la creación de empresas en Catalunya, considerando tanto los factores institucionales formales (organismos y medidas de apoyo a la creación de empresas), como los factores institucionales informales (actitudes de la sociedad catalana hacia la creación de empresas).

Previamente se describe el tejido empresarial catalán a partir del análisis de su estructura y de la demografía de las nuevas empresas durante la segunda mitad de la década de los años 90 (1996-2001).

De esta manera, los objetivos específicos del presente trabajo son los siguientes:

a) En referencia a la estructura y la demografía empresarial:

1. Analizar los rasgos principales de las nuevas empresas catalanas, considerando el número de empresas, la distribución sectorial, la dimensión en número de empleados, la forma jurídica y la densidad empresarial.

2. Estudiar el proceso de creación, así como el crecimiento y desaparición del número de empresas catalanas, incidiendo especialmente en las tasas de mortalidad y supervivencia de las mismas para el periodo analizado.

b) En cuanto a los factores institucionales formales:

3. Analizar la oferta de medidas de apoyo a la creación de nuevas empresas en Catalunya, especialmente en lo referido a organismos y mecanismos de fomento.

4. Estudiar la demanda de medidas de apoyo a la creación de nuevas empresas en referencia al grado de conocimiento, utilización y valoración de los organismos y programas de apoyo por parte de los nuevos empresarios.

5. Examinar la relación de dependencia entre las variables tipológicas del nuevo empresario (sexo, edad, nivel de estudios y antecedentes de empresarios en la familia) y el grado de conocimiento, utilización y valoración de los programas de apoyo.

6. Analizar el grado de adecuación entre las medidas de apoyo ofrecidas por los organismos y las expectativas del nuevo empresario.

c) En referencia a los factores institucionales informales:

7. Analizar la percepción de la sociedad catalana en cuanto al grado de deseo de crear una empresa propia, así como la imagen del empresario.

8. Estudiar la percepción de la sociedad catalana sobre el grado de viabilidad de crear una empresa propia, distinguiendo los factores que favorecen y los factores que dificultan dicha creación.

9. Averiguar el grado de intención de fundar una nueva empresa por parte de la sociedad catalana, considerando los motivos y los frenos que impidan su creación.

10. Examinar la relación de dependencia entre las variables tipológicas del potencial empresario (sexo, edad, nivel de estudios y antecedentes de empresarios en la familia) y la percepción de deseo, viabilidad e intención de crear una empresa propia en Catalunya.

Además, se sugerirán algunas recomendaciones tanto en lo referente a la adecuación entre la oferta y la demanda de programas de asistencia a los nuevos empresarios, como a la mejora de las actitudes de la sociedad catalana hacia la creación de nuevas empresas.

Por lo que respecta a la metodología utilizada en la investigación empírica, dada la complejidad que supone el análisis de los factores del entorno que afectan la creación de nuevas empresas, se ha creído conveniente realizar una triangulación. De esta manera, se han utilizado tanto fuentes de datos primarios y secundarios, como métodos cuantitativos y cualitativos de recogida de la información. Por un lado, para el análisis de la estructura y la demografía de las nuevas empresas catalanas se ha consultado información procedente de distintas fuentes estadísticas (principalmente el DIRCE-INE<sup>1</sup> y de IDESCAT)<sup>2</sup>, así como trabajado con una muestra de 1.609 empresas catalanas<sup>3</sup> creadas en el año 1996 y pertenecientes al municipio de Terrassa (Barcelona). Por otro, para el estudio de los factores formales, en cuanto a la oferta de servicios de apoyo, se realizaron entrevistas personales a los responsables del área de creación de empresas de los organismos catalanes más importantes, completando esta información con distintas fuentes de datos secundarios. En referencia a la

---

1. El DIRCE es un proyecto desarrollado por el INE (Instituto Nacional de Estadística) desde el año 1989 que reúne un sistema de información único, a todas las empresas españolas y a sus unidades locales ubicadas en territorio español. Proporciona datos estructurales del número de empresas existentes en España clasificados por actividad económica, por tamaño (número de asalariados), condición jurídica y ubicación geográfica (por comunidades autónomas). También ofrece datos sobre las altas, permanencias y bajas de las empresas, actualizados anualmente.

2. El Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT) es el organismo autónomo, adscrito al Departamento de Economía y Finanzas de la Generalitat de Catalunya, especializado en información estadística. Su misión es la gestión del Sistema Estadístico de Catalunya mediante la planificación, la coordinación, la normalización de la actividad estadística y la prestación de asistencia técnica estadística. El IDESCAT produce estadísticas económicas, demográficas y sociales en el ámbito geográfico de Catalunya, realizando el seguimiento regular de las mismas.

3. Cabe decir que la muestra considerada es una muestra de conveniencia y que según la información obtenida a partir del DIRCE (datos para el año 1996), dicha muestra mantiene, respecto al sector de actividad, la dimensión (tamaño en número de empleados) y la forma jurídica, los mismos pesos que el total de empresas catalanas, lo que nos permite suponer que en términos generales el comportamiento relativo a la demografía de las nuevas empresas de Terrassa puede ser similar al de las empresas catalanas.

demanda, se efectuaron encuestas telefónicas a empresarios potenciales que se encontraban en el proceso de crear su propia empresa, además de entrevistas personales a empresarios actuales que habían creado su propia empresa recientemente. Por último, para el análisis de los factores informales se procedió a encuestar a varios colectivos potencialmente fundadores de empresas como son la población general, los estudiantes universitarios y los directivos de empresa de Catalunya (para una información detallada de las fichas técnicas de la investigación consultar el Anexo 1).

Cabe decir que los resultados obtenidos en cada una de las distintas fases del estudio se han ido comparando con los de otras investigaciones realizadas en Catalunya, España, y en el ámbito internacional.

## **1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La relevancia de esta investigación vendrá explicada desde tres puntos de vista diferentes, pero a la vez complementarios entre ellos: el académico, el empresarial y el de política económica.

### **1) Desde el punto de vista académico:**

En la literatura sobre creación de empresas se encuentra a faltar (y aún más en el caso específico de Catalunya) un modelo que analice tanto los factores institucionales formales como los informales. A pesar de que existen muchas investigaciones que han tratado los factores del entorno como condicionantes de la creación de empresas, la mayoría de ellas lo han hecho de forma fragmentada y demasiado descriptiva. Además los trabajos empíricos centrandos en el análisis de los factores socioculturales (actitudes, valores, creencias, etc.) como determinantes de la creación de empresas brillan por su ausencia.

### **2) Desde el punto de vista empresarial (creación y gestión de nuevas empresas):**

Dada la excesiva diversificación de organismos y de programas de apoyo a las nuevas empresas, el presente estudio posiblemente resultará de gran utilidad para los nuevos empresarios en el proceso de creación de su propia empresa. Tener una noción clara del marco institucional de la creación de empresas puede incidir positivamente en su éxito inicial. En este sentido, los resultados empíricos obtenidos en este trabajo podrían servir de ejemplos o pruebas que hagan verosímil la posibilidad de fundar una empresa propia, sensibilizando asimismo a los colectivos de potenciales empresarios y a la sociedad catalana en general de la importancia de generar actividad emprendedora, tanto en términos económicos como sociales.

### **3) Desde el punto de vista de política económica:**

El análisis en profundidad de los rasgos principales del tejido empresarial catalán, especialmente en lo referente a la demografía de las nuevas empresas (mortalidad y supervivencia) puede orientar las políticas públicas en el ámbito de la creación de empresas.

Por su parte, el estudio del entorno institucional de la creación de empresas realizado, probablemente ayudará a las administraciones públicas catalanas a revisar los organismos de apoyo a las nuevas iniciativas empresariales, así como a mejorar la oferta de servicios de asistencia, adecuándola a las necesidades de las nuevas empresas. El estudio de la adecuación entre la oferta y la demanda de servicios de apoyo podría resultar fundamental para el diseño de eficientes políticas activas de creación de nuevas empresas, así como de pertinentes mecanismos de apoyo a los nuevos empresarios. El conocimiento de los factores socioculturales que envuelven el fenómeno de la actividad emprendedora también puede ser de gran utilidad para el diseño de dichas políticas gubernamentales.

### 1.3. LA CREACIÓN DE EMPRESAS: ESTADO ACTUAL DE LA CUESTIÓN EN CATALUNYA

En la actualidad es ampliamente reconocida la gran importancia de las nuevas empresas y las PYMEs como eje fundamental en la generación de empleo y motor del crecimiento económico. Su flexibilidad y capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios del entorno, así como su potencial innovador, hacen de este tipo de empresas una pieza clave para la mejora de la competitividad y el desarrollo económico.

Consecuentemente, el apoyo a la creación de nuevas empresas se ha convertido en las últimas décadas en objetivo principal de las administraciones públicas occidentales de todas las ideologías políticas y de todos los niveles, asumiendo que la utilización de mecanismos de fomento puede tener un efecto positivo tanto en el número de empresas creadas como en las tasas de supervivencia de las mismas.

Por su parte, cada vez tiene mayor relevancia el papel del entorno en la decisión de crear una empresa, pero no sólo en lo referido a los aspectos legales, la política pública y los servicios de apoyo, sino sobre todo en lo relativo al contexto social y cultural. Las creencias, los valores y las actitudes de una sociedad determinada condicionan las decisiones y los comportamientos de sus miembros. Las percepciones de deseo y de viabilidad en el caso concreto de la creación de una empresa, son en buena medida producto del entorno sociocultural y pueden afectar de una forma importante en la decisión de una persona para convertirse en empresario.

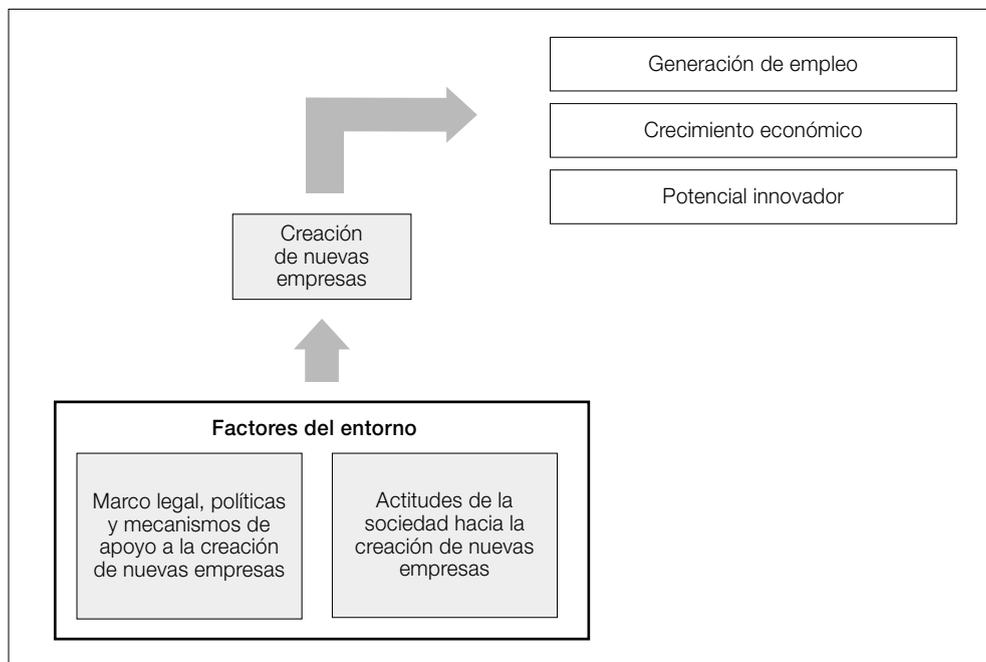
En este sentido, Catalunya no es una excepción. Por un lado, tanto la Generalitat como las diputaciones y ayuntamientos vienen desarrollando en los últimos años distintas políticas y programas dirigidos al fomento y la consolidación de nuevas empresas. Además, se están reduciendo de forma progresiva las barreras a la creación de empresas (cargas fiscales, trámites y costes de constitución). Por otro, se cuenta con una importante tradición y espíritu emprendedor que incentiva la iniciativa empresarial (GEM-Catalunya 2003).<sup>4</sup> En Catalunya

---

4. En el año 2003 dentro del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se realizó por primera vez el análisis de la tasa de actividad emprendedora en Catalunya. Para más información consultar: Veciana, J.M., Vaillant, Y.,

existen en la actualidad casi medio millón de empresas de las cuales el 99,9% son PYMEs, naciendo cada año aproximadamente 50.000 nuevas empresas. No obstante, cabe decir que a pesar del papel fundamental de las administraciones y del peso de la cultura empresarial, el elevado porcentaje de nuevas empresas que desaparecen en los primeros años de vida (más del 50% cesa su actividad a los 5 años) indica que posiblemente debe transformarse el entorno institucional.

**Figura 1.1. Factores del entorno como condicionantes de la creación de nuevas empresas e impacto en la generación de empleo, el crecimiento económico y el potencial innovador**



Fuente: elaboración propia.

De esta manera, se parte de la base de que medidas de apoyo tales como unos eficientes servicios de información y de asesoramiento, una oferta de formación adecuada para el empresario, unos canales accesibles a la financiación requerida y la mejora de las condiciones administrativas y legales, así como la actitud favorable de la sociedad hacia la creación de

Genescà, E., Piqué y Urbano, D. (2004): GEM. *Informe Ejecutivo 2003*. Catalunya. Departament d'Economia de l'Empresa (UAB), Diputació de Barcelona y Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona. Es importante destacar que en el ámbito regional también se realizaron estudios en Andalucía y Extremadura. Para ampliar información al respecto consultar: Hernández, R. y Díaz, C. (2004): GEM. *Informe Ejecutivo 2003*. Extremadura. Fundación Xavier de Salas. Ediciones La Coria. Colección de Estudios Económicos de Extremadura, y Ruíz, J., Medina, J., Lorenzo, D., y Rojas, A. (2004): GEM. *Informe Ejecutivo 2003*. Andalucía, Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz.

empresas, pueden en efecto favorecer la creación de nuevas empresas, teniendo un impacto positivo en la generación de empleo, el crecimiento económico y la innovación (figura 1.1).

#### 1.4. LOS FACTORES DEL ENTORNO QUE CONDICIONAN LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y LA TEORÍA ECONÓMICA INSTITUCIONAL

En este contexto, considerar la creación de nuevas empresas como el motor del desarrollo económico y social conllevará tener en cuenta el entorno institucional que afecta la actividad empresarial. Así pues, la **teoría económica institucional** que presta atención no tan sólo a las cuestiones económicas sino también a los aspectos políticos y socioculturales que afectan el comportamiento de los individuos, parece ser el marco teórico más apropiado para analizar la influencia de los factores del entorno en la creación de empresas. Varios son los autores que utilizan esta teoría con propósitos similares en distintos contextos.<sup>5</sup> Entre ellos, destaca Veciana (1999: 25) que plantea que «la teoría institucional es, sin duda, la teoría que actualmente proporciona un marco conceptual más consistente y apropiado para el estudio de la influencia de los factores del entorno en la función empresarial y la creación de empresas». Buen ejemplo de ello es que el *Sexto Informe periódico sobre la situación y la evolución socioeconómicas de las regiones de la Unión Europea* (1999) de la Comisión Europea dedica un apartado a las instituciones formales e informales de North como factores condicionantes del crecimiento y del desarrollo económico de las regiones y países europeos. Así mismo el marco analítico de North es utilizado en los últimos *Informes sobre el Desarrollo Mundial del Banco Mundial*, sobre todo en los informes de los años 2001 y 2002, donde se plantea la eficacia de las instituciones y la importancia de las reglas formales e informales para el desarrollo económico sostenible.

De esta manera, en el presente trabajo se ha tomado como marco teórico la teoría económica institucional y, más concretamente, las aportaciones de Douglass North en su obra titulada *Institutions, Institutional Change and Economic Performance* (1990).<sup>6</sup>

North plantea que «las instituciones son las reglas de juego en una sociedad o, expresado más formalmente, las instituciones serían las limitaciones ideadas por las personas que dan forma a la interacción humana». Este autor distingue entre instituciones formales, que comprenden las leyes, los reglamentos y los procedimientos gubernamentales, e insti-

---

5. Cabe decir que la mayoría de ellos aplican el enfoque institucional de North para el estudio de la creación de empresas en economías en transición (Nee y Young, 1991; Nee, 1992; Litwack, 1993; Brautigam, 1997; Trulsson, 1997; Peng y Shekshnia, 2001; y Stein, 2002). Westhead, 1995 y Veciana, 1999, son una excepción, puesto que lo hacen en entornos europeos.

6. Obra traducida al español con el título «Instituciones, cambio institucional y desempeño económico», edición del año 1993. Douglass North forma parte de la Nueva Economía Institucional, más concretamente de la corriente denominada Nueva Historia Económica, a la cual ha hecho contribuciones teóricas fundamentales. En 1993 North obtiene el Premio Nobel de Economía compartido con Robert Fogel por haber renovado la investigación de la historia económica aplicando la teoría económica y métodos cuantitativos para explicar el cambio económico e institucional.

tuciones informales que incluyen las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de las personas, o sea la cultura de una sociedad determinada.

Así pues, para este estudio, las denominadas por North instituciones formales constituirán los factores institucionales formales que condicionan la creación de nuevas empresas en Catalunya, que son los organismos y las medidas de apoyo a la creación de empresas. Por otra parte, las instituciones informales se referirán a los factores institucionales informales: las actitudes de la sociedad catalana hacia la creación de empresas (tabla 1.1).

**Tabla 1.1. Factores institucionales formales e informales**

Instituciones formales	Instituciones informales
<b>Factores institucionales formales</b>	<b>Factores institucionales informales</b>
– Organismos y medidas de apoyo a la creación de empresas	– Actitudes de la sociedad catalana hacia la creación de empresas

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la literatura que trata sobre los factores condicionantes de la creación de empresas, se puede encontrar gran diversidad de trabajos, tanto teóricos como empíricos que abordan el tema en cuestión. A pesar de ello, la mayor parte de estudios tratan el tema de forma fragmentada y demasiado descriptiva. Además, son muy pocas las investigaciones que aplican el enfoque institucional en el ámbito concreto de la creación de empresas.

En referencia a los *factores formales*, los estudios más relevantes tratan sobre políticas gubernamentales; la oferta y la demanda de mecanismos de apoyo; la evaluación del impacto de los programas de apoyo en la creación de nuevas empresas; y las medidas específicas de apoyo a los nuevos empresarios (económicas y no económicas).

Por su parte, respecto a los *factores informales*, destacan las investigaciones que analizan la cultura como barrera o herramienta de la actividad emprendedora; el espíritu emprendedor de una sociedad determinada; la legitimación de la función empresarial y el prestigio social del empresario; el proceso de socialización del futuro empresario (antecedentes empresariales en la familia); el miedo al fracaso empresarial, y las actitudes de la sociedad hacia la creación de empresas.

Los conceptos básicos de la *teoría económica institucional* se pueden sintetizar a partir de los tres modelos teóricos siguientes: el modelo de Veciana (1988), el modelo de Gnyawali y Fogel (1994) y el modelo de Krueger y Brazeal (1994).

Por un lado, *Veciana* (1988), plantea los factores principales que condicionan la creación de una empresa distinguiendo los «factores fundamentales» de los «factores precipitantes». Los primeros, los «factores fundamentales», se refieren a los antecedentes y atributos personales del empresario, a la organización incubadora y al entorno, mientras que los «factores precipitantes» aluden a la insatisfacción o el deterioro del rol y la oportunidad o la necesidad de crear una empresa. Además, *Veciana* relaciona estos factores con las fases de creación

de una nueva empresa (gestación, creación, lanzamiento y consolidación). Así pues, la combinación de factores fundamentales y precipitantes producida en una fase determinada del proceso de creación de una empresa puede llevar al empresario potencial a tomar la decisión de crear una empresa propia.

Por otro lado, el modelo de *Gnyawali y Fogel* (1994) vincula las distintas dimensiones del entorno con la oportunidad, la predisposición y la habilidad de crear una empresa propia. Estos autores plantean que factores del entorno tales como la legislación y las políticas gubernamentales, los aspectos socioculturales, las medidas de apoyo económicas y no económicas y la formación y capacitación del empresario potencial pueden incidir en alguno de los elementos clave (oportunidad, predisposición y habilidad) para tomar la decisión de crear una empresa propia. De este modo, cada factor considerado del entorno estaría relacionado con un aspecto específico del proceso de creación de empresas que puede incidir en la decisión final de fundar una empresa propia.

Por último, el modelo de *Krueger y Brazeal* (1994) se centra en el análisis de la percepción de deseo y de viabilidad como origen de la intención de crear una empresa. La percepción de deseo (tener afán e interés) y de viabilidad (pensar que es posible) de crear una empresa puede hacer más creíble el evento fundacional, unida con la habilidad y preparación necesarias y la previa predisposición del individuo a actuar en este sentido, desencadenará en la intención de crear dicha empresa. Ahora bien, normalmente suele producirse algún suceso que desencadena el proceso de creación («suceso disparador») que, junto con la identificación de una oportunidad empresarial en forma de necesidad real a satisfacer en el mercado, influirá determinadamente en la intención final de crear una empresa propia.

Así pues, mientras que el modelo de Veciana encuadra el presente trabajo en el marco general de los factores que condicionan la creación de empresas haciendo énfasis en los factores del entorno, el modelo de Gnyawali y Fogel se centra en ambos tipos de factores, tanto formales como informales. Finalmente, el modelo de Krueger y Brazeal sitúa el estudio en el ámbito específico de los factores informales del entorno: las actitudes y las percepciones hacia la creación de empresas.

## 1.5. ESTRUCTURA DEL TRABAJO

El presente estudio se ha dividido en cinco capítulos, además de la bibliografía y algunos anexos.

En este primer capítulo, se detallan los objetivos principales del trabajo, comentando sucintamente la metodología utilizada en la investigación empírica, además de justificar la importancia del estudio desde el punto de vista académico, empresarial y de política económica.

También se ha destacado la importancia del entorno institucional en la decisión de crear una empresa, tanto por lo que respecta al papel de los organismos y las medidas de apoyo

al nuevo empresario, como al papel de los factores socioculturales (hábitos, valores y actitudes de la sociedad catalana) frente a la actividad empresarial. Se han planteado brevemente los principios básicos de la teoría económica institucional como marco teórico del estudio, así como su aplicación a la creación de empresas, resaltando los aspectos más relevantes de la literatura que trata sobre los factores del entorno que condicionan la creación de empresas.

En el capítulo 2 se ofrece una panorámica de la creación de empresas en Catalunya durante el periodo 1996-2001, con especial atención al papel de las nuevas empresas en la economía catalana a través de un análisis estructural y demográfico de las mismas.

En los capítulos 3 y 4 se presentan los resultados de la investigación correspondientes al análisis del marco institucional formal e informal. En cuanto a los factores formales (capítulo 3) se analizan los organismos y medidas de apoyo a la creación de empresas más relevantes en Catalunya, mientras que en referencia a los factores informales (capítulo 4) se estudian las actitudes de la sociedad catalana hacia la creación de empresas.

Finalmente, el capítulo 5 resume las principales conclusiones del trabajo, así como las posibles implicaciones del mismo en forma de recomendaciones para mejorar el entorno institucional de la creación de empresas en Catalunya.

El autor quiere agradecer el apoyo y los comentarios aportados a lo largo del proceso de redacción por parte de los profesores del Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Autónoma de Barcelona: Enric Genescà, Àlex Rialp, Josep Rialp, Lluís Rodríguez, Esteve van Hemmen y Yancy Vaillant, y muy especialmente a Josep Maria Veciana, director de la tesis doctoral en la que se fundamenta el presente estudio.

También mostrar el agradecimiento por su apoyo en todo momento a los profesores Marinés Aponte (Universidad de Puerto Rico), Carlos Díaz y Ricardo Hernández (Universidad de Extremadura), José María Gómez e Ignacio Mira (Universidad Miguel Hernández), Álvaro Rojas y José Ruiz (Universidad de Cádiz), Martina Menguzzato, José Pla, Domingo Ribeiro y Francisco Roig (Universidad de Valencia), Rosa Batista (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria), Francesc Solé Parellada (Universitat Politècnica de Catalunya), David Kirby (University of Surrey, Reino Unido) y Bengt Johannisson (Växjö University, Suecia), así como a los compañeros y compañeras del *European Doctoral Programme in Entrepreneurship and Small Business Management*.

# 2

## ESTRUCTURA Y DEMOGRAFÍA EMPRESARIAL EN CATALUNYA. ANÁLISIS DEL PERIODO 1996-2001

*«Lo importante no es nacer sino sobrevivir.»*  
(Anónimo)

Como ya se mencionó en el capítulo anterior, es indiscutible en la actualidad el papel fundamental que tienen las PYMEs en general, y las nuevas empresas en particular, como fuentes generadoras de empleo y de riqueza. Concretamente, en Catalunya existen hoy por hoy aproximadamente medio millón de empresas que representan casi un 20% del total de España, siendo Catalunya la Comunidad Autónoma con mayor número de empresas.

Por otro lado, en la última década el número de empresas ubicadas en territorio catalán ha aumentado en más de un 10%, hecho que, junto a las elevadas tasas de entrada y salida de empresas, pone de manifiesto la fuerte dinámica empresarial experimentada en Catalunya en los últimos años.

A pesar de la importancia que reflejan los datos anteriormente mencionados, se encuentran a faltar en la literatura sobre el tema en cuestión estudios que analicen esta realidad empresarial tanto desde un punto de vista estático como dinámico, en el ámbito específico de Catalunya.<sup>7</sup>

En este sentido, el presente capítulo pretende cubrir el hueco existente en la literatura sobre el tema, analizando tanto la estructura empresarial como la dinámica de las nuevas empresas en Catalunya para el periodo 1996-2001. Se estudian los rasgos principales del tejido empresarial catalán utilizando datos obtenidos del DIRCE e IDESCAT, así como la demografía empresarial a partir de una muestra de empresas catalanas.

### 2.1. RASGOS PRINCIPALES DE LAS EMPRESAS EN CATALUNYA

A continuación se analiza la estructura de las PYME y de las nuevas empresas en Catalunya durante la segunda mitad de la década de los años 90 (1996-2001), comparando dicha

---

7. De todos modos, se debe decir que a finales de los años 70, Veciana y Llonc (1979) realizaron un estudio pionero de estructura empresarial titulado «La creación de nuevas industrias en el sector metalúrgico en Catalunya. Periodo 1967-1976». Por otro lado, también destacan tanto los estudios de las Cámaras de Comercio (2001, 2002 y 2003) sobre la creación y consolidación de empresas en España, como la investigación sobre creación y supervivencia de las empresas industriales españolas de Segarra (2002).

estructura con la de España y, en algunos casos, con la Unión Europea (UE-15) y Estados Unidos. Así pues, para ello se consideran el número de empresas, la distribución sectorial, su tamaño y forma jurídica, así como la densidad empresarial.

### 2.1.1. Número de empresas<sup>8</sup>

Como muestra la tabla 2.1, en el año 2001, el número de empresas<sup>9</sup> en Catalunya ascendía a 494.153, de las cuales el 75,69% estaban ubicadas en Barcelona mientras que el resto de empresas (24,30%) se repartían entre Girona (9,80%), Tarragona (8,81%) y Lleida (5,69%).

**Tabla 2.1. Número de empresas en Catalunya y provincias, en frecuencias. Comparación con España y la Unión Europea-15 (1996-2001)**

	1996	% Cat.	1997	1998	1999	2000	2001	% Cat.	Diferencia 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
España	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.: datos no disponibles. \*\* Corresponde a los años 1996-2000.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) y de EUROSTAT.

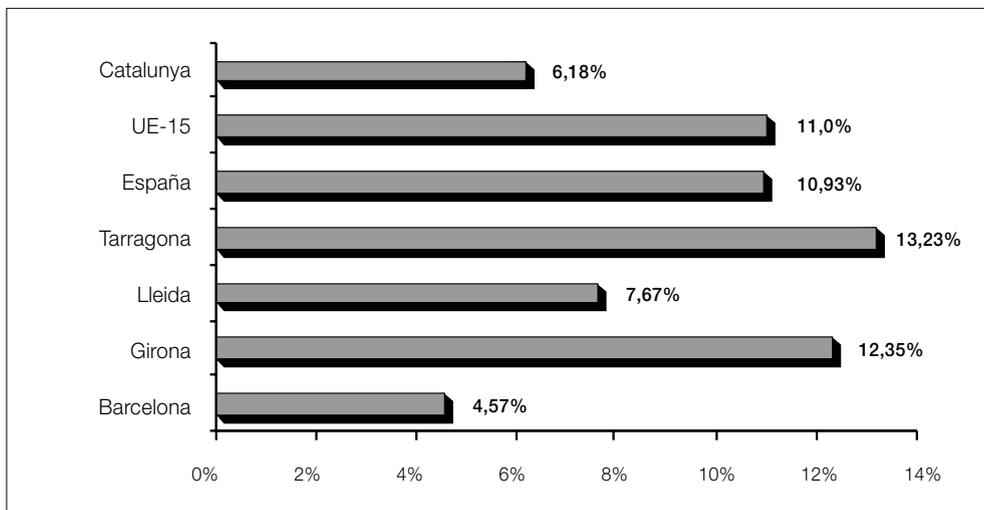
En cuanto a la evolución del número de empresas entre los años 1996 y 2001, la figura 2.1 refleja que la variación de las mismas, aún siendo positiva (casi 29.000 nuevas empresas), ha sido más reducida para el conjunto de Catalunya (6,18%) que para España y la Unión Europea, con un aumento del número de empresas de alrededor del 11%. Destacan también Tarragona (13,23%) y Girona (12,35%) con las variaciones más elevadas y las más reducidas de Barcelona (4,57%) y de Lleida (7,67%).

De momento no se valorará si el mayor aumento del número de empresas debe considerarse o no positivamente, sino simplemente constatar los hechos que se desprenden de la información disponible.

8. De aquí en adelante todos los datos se referirán a 1 de enero del año de referencia.

9. En todo el análisis realizado en este capítulo, se trabaja con «empresas», no con «establecimientos», a no ser que se indique lo contrario.

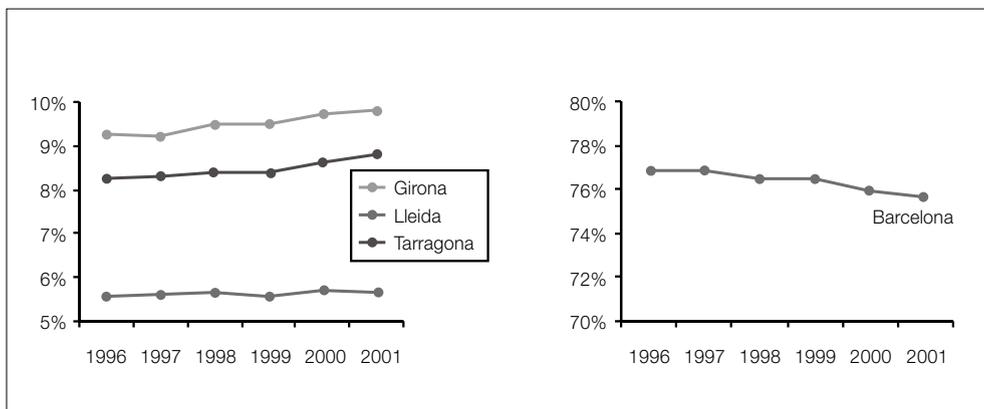
**Figura 2.1. Variación, en porcentajes, del número de empresas para Catalunya y provincias. Comparación con España y la UE-15 (1996-2001)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) y de EUROSTAT.

La siguiente figura pone de relieve que, aunque Barcelona continúa representando para el periodo considerado más de un 75% del total de empresas catalanas, su peso relativo ha disminuido en favor de las provincias de Tarragona y Girona, que han visto aumentado su porcentaje de empresas respecto al total de Catalunya. Por su parte, en Lleida se ha mantenido el porcentaje.

**Figura 2.2. Evolución del peso del número de empresas por provincias sobre el total de Catalunya, en porcentajes (1996-2001)**



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE (INE).

Descendiendo al ámbito comarcal de Catalunya, la tabla 2.2 muestra que, en el año 2001, las cinco comarcas con más importancia en número de empresas sobre el total de Catalunya son las siguientes: Barcelonès (33,76%), Vallès Occidental (11,25%), Baix Llobregat (9,62%), Maresme (5,54%) y Vallès Oriental (5,27%). Cabe destacar que el resto de comarcas sólo albergan un 34,56% del total de empresas catalanas.

**Tabla 2.2. Número de empresas por comarcas catalanas más relevantes\*, en frecuencias (1996-2001)**

	1996	% Cat.	1997	1998	1999	2000	2001	% Cat.	Diferencia 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
Otras comarcas	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

\* Comarcas catalanas con mayor número de empresas.

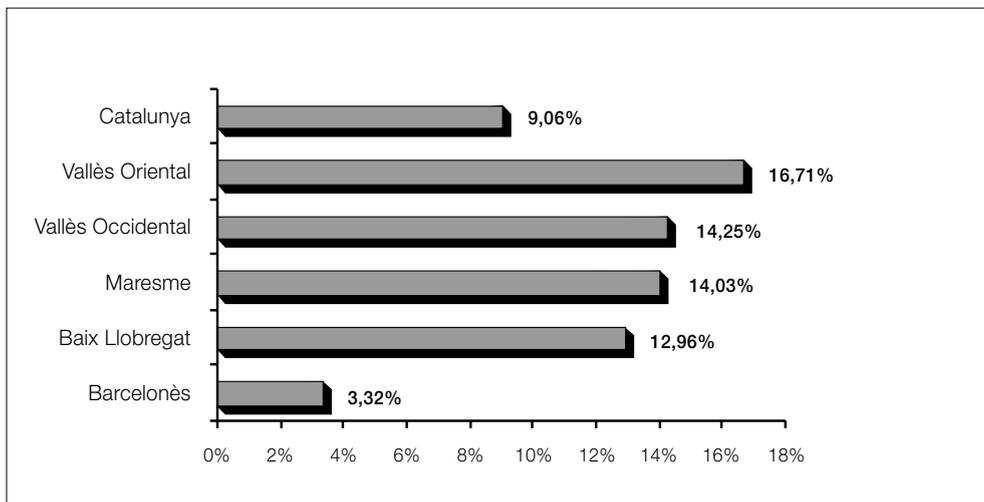
Fuente: elaboración propia a partir de datos del IDESCAT.

Notar que los datos facilitados por IDESCAT en cuanto al número de empresas catalanas no coinciden con los datos del DIRCE (INE). Esto se debe al distinto sistema de contabilización utilizado por ambos organismos. De todas formas, para la información sobre comarcas catalanas se utilizará la información de IDESCAT al no disponer de los datos de ámbito comarcal procedentes del DIRCE.

Por su parte, la figura 2.3 refleja como la variación del número de empresas en las 5 comarcas catalanas más relevantes es significativamente distinta para el Barcelonès (sólo ha aumentado un 3,32%), mientras que para el resto de comarcas el aumento fue considerablemente superior (entre un 10 y un 17%), siendo en el Vallès Oriental donde se produjo un aumento mayor (16,71%).

Estos datos, junto a los vistos anteriormente, parecen indicar una tendencia a la baja del número de empresas en las zonas de Catalunya donde, en términos absolutos, hay más concentración empresarial: Barcelona y especialmente el Barcelonès.

**Figura 2.3. Variación, en porcentajes, del número de empresas para Catalunya y comarcas (1996-2001)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos del IDESCAT.

En referencia a la comparación del número de empresas en Catalunya con otras regiones españolas, la tabla 2.3 pone de manifiesto la importancia de las empresas catalanas en el conjunto de la economía española, ya que, aún y habiéndose reducido el peso total de las mismas de un 19,52% a un 18,68% durante el periodo 1996-2001, Catalunya sigue siendo la comunidad autónoma con mayor número de empresas. Por el contrario, en lo referente a la variación del número de empresas en el periodo considerado, Catalunya se sitúa entre las comunidades autónomas que, a pesar de aumentar el número de empresas, han experimentado menor variación de las mismas, con un porcentaje de 6,18%, muy lejos de la variación para el promedio de España (10,93%), y de las variaciones más elevadas experimentadas por Canarias (22,83%) y País Vasco (21,86%). Cabe decir que Extremadura y Navarra son las únicas comunidades en que se ha reducido el número de empresas, con unas variaciones de -4,68% y de -1,33%, respectivamente.

**Tabla 2.3. Número de empresas por Comunidades españolas, en frecuencias y porcentajes (1996-2001)**

	1996		2001		Diferencia 2001-1996	Var. (%) 2001-1996
	Frec.	% Esp	Frec.	% Esp		
Andalucía	340.882	14,29	384.086	14,52	43.204	12,67
Aragón	74.110	3,11	80.586	3,05	6.476	8,74
Asturias	59.429	2,49	65.301	2,47	5.872	9,88
Baleares	61.918	2,60	71.424	2,70	9.506	15,35
Canarias	88.432	3,71	108.619	4,11	20.187	22,83
Cantabria	29.824	1,25	32.288	1,22	2.464	8,26
Castilla y León	138.546	5,81	147.775	5,59	9.229	6,66
Castilla-La Mancha	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
Galicia	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
Murcia	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 Vasco	125.323	5,26	152.722	5,77	27.399	21,86
La Rioja	17.677	0,74	18.985	0,72	1.308	7,40
Ceuta y 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
España	2.384.711	100,00	2.645.317	100,00	260.606	10,93

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

### 2.1.2. Distribución sectorial<sup>10</sup>

Tal y como se puede observar en la tabla 2.4, de las 494.153 empresas existentes en Catalunya en el año 2001, la gran mayoría (76,71%) se dedicaban a la prestación de servicios (sector del comercio y otros servicios). El resto de empresas pertenecían al sector de la construcción (12,3%) y de la industria (10,9%).

10. La distribución sectorial obedece a la clasificación utilizada por el DIRCE que divide los grandes sectores en industria, construcción, comercio y otros servicios. No se considera el sector de la pesca y la agricultura.

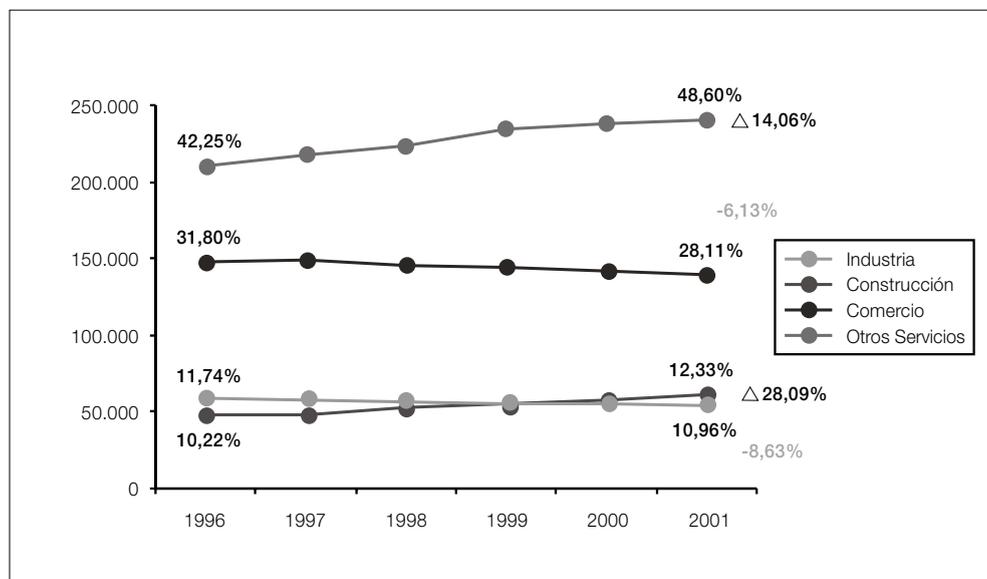
**Tabla 2.4. Número de empresas en Catalunya por sector, en frecuencias (1996-2001)**

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

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

En cuanto a la evolución del número de empresas catalanas por sectores de actividad, por un lado, es importante destacar que, mientras que en la construcción y el sector otros servicios el número de empresas para el periodo 1996-2001 ha aumentado (en variaciones de 28,39% y 14,06%, respectivamente), en la industria y el comercio dicho número ha disminuido (en variaciones de -8,63% y -6,13%).

**Figura 2.4. Evolución del número de empresas en Catalunya por sector económico y variación media, en porcentajes (1996-2001)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

Por otro lado, en el periodo considerado se ha producido en la economía catalana un intercambio de pesos relativos entre la industria y la construcción. En 1996, la industria representaba el 12,7% y la construcción el 10,2%, mientras que en el año 2001 la industria pasó a representar el 10,5% y la construcción el 12,5% (ver figura 2.4).

La tabla 2.5 refleja que la distribución sectorial por provincias catalanas para el 2001 es muy similar a la del conjunto de Catalunya, sobre todo en el caso de Barcelona. De todas formas cabe destacar la mayor terciarización de Lleida (73,5%) y Barcelona (74%), así como la importancia del sector de la construcción tanto en Girona (19,51%) como en Tarragona (18,27%), acompañado de porcentajes menores en la industria (9,61% y 9,15%, respectivamente).

Por su parte, en cuanto a la evolución en el periodo 1996-2001 de la distribución sectorial por provincias catalanas, en dichas provincias se han producido diferencias similares a las del conjunto de Catalunya, aunque cabe destacar el fuerte aumento en el sector de la industria para Lleida (16,18%) y la reducción para Barcelona (-0,25%); el aumento de la construcción para Tarragona (43,51%); la disminución del comercio en Barcelona (-3,74%); y el aumento de los otros servicios para Girona (22,8%) y Tarragona (21,27%).

**Tabla 2.5. Distribución sectorial de las empresas en Catalunya por provincias, en porcentajes (1996-2001)**

	1996				2001				Variación (%) 1996-2001			
	Indu.	Cons.	Come.	Oser.	Indu.	Cons.	Come.	Oser.	Indu.	Cons.	Come.	Oser.
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

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de IDESCAT.

De igual modo, en la tabla 2.6 se compara la distribución sectorial de Catalunya con la de España, la Unión Europea y Estados Unidos. Esta tabla muestra que, mientras que la distribución sectorial de Catalunya es muy similar a la del conjunto de la Unión Europea (sólo hay diferencias en los porcentajes de servicios), existen grandes diferencias con España y Estados Unidos, donde la terciarización de la economía es más elevada. Concretamente el peso del comercio y los otros servicios en España es del 79,73% y en Estados Unidos del 84,11%,<sup>11</sup> mientras que en Catalunya y la Unión Europea es de 76,71% y 76%, respectivamente.

11. Conviene llamar la atención sobre la dificultad derivada de comparar estos resultados con los del ámbito internacional debido fundamentalmente al uso de fuentes de información estadística diferentes que no permiten hacer un análisis comparativo riguroso de datos homogéneos.

**Tabla 2.6. Distribución sectorial de las empresas en Catalunya, en porcentajes (2001). Comparación con España, la UE-15 y Estados Unidos**

	Industria	Construcción	Comercio	Otros Servicios
Catalunya	10,96	12,33	28,11	48,60
España	10,41	9,85	33,6	46,13
UE-15*	10,58	13,42	27,82	48,18
EEUU**	5,69	10,21	22,45	61,66

\* Los datos corresponden al año 2000, en empresas (20.455.000).

\*\*Los datos corresponden al año 2000, en establecimientos (6.977.342).

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE), de EUROSTAT y de US Census Bureau (<http://www.census.gov>).

### 2.1.3. Dimensión en número de empleados

A continuación se presenta la dimensión de las empresas catalanas. Por un lado, en la tabla 2.7 se puede observar que el tamaño de las empresas catalanas en el año 2001 es muy reducido. El 93,17% de las empresas son microempresas (menos de 10 empleados), mientras que de éstas, el 52,6% no tienen ningún empleado.

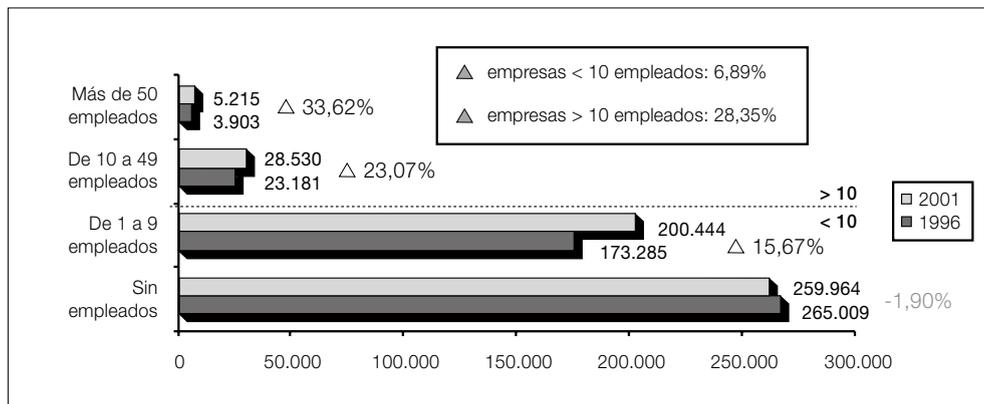
**Tabla 2.7. Número de empresas en Catalunya por tamaño (en número de empleados), en frecuencias (1996-2001)**

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

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

En el periodo 1996-2001, a pesar de que las microempresas siguen manteniendo la hegemonía, fue el número de empresas de más de 10 empleados (28,35%) y en especial las de más de 50 (33,62%), el que más aumentó, mientras que las empresas de menos de 10 empleados sólo aumentaron en un 6,89%, produciéndose una reducción del 1,90% en las empresas sin empleados.

**Figura 2.5. Evolución del número de empresas en Catalunya por tamaño, en frecuencias. Variaciones en porcentajes (1996 y 2001)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

Como muestra la tabla 2.8, en el año 2001, se mantienen los porcentajes del conjunto de Catalunya tanto en las provincias catalanas como para España. En este sentido la micro-empresa (93,17% en Catalunya y 94,04% en España), y especialmente las empresas sin asalariados son las que mayor peso específico tienen en el tejido empresarial catalán y español (52,61% y 53,26%, respectivamente).

**Tabla 2.8. Número de empresas en Catalunya y provincias por tamaño (en número de empleados), en porcentajes. Comparación con España (1996 y 2001)**

	1996				2001				Variación (%) 1996-2001			
	0	1-9	10-49	Más de 50	0	1-9	10-49	Más de 50	0	1-9	10-49	Más 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
España	57,48	37,38	4,43	0,72	53,26	40,78	5,08	0,88	2,79	21,03	27,35	35,62

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE (INE).

Las variaciones del número de empresas por tamaño de las provincias catalanas son muy similares a las del conjunto de Catalunya, a excepción de Tarragona, que es la provincia que sufre un aumento más elevado en todos los intervalos.

Con relación a la comparación de las variaciones del número de empresas por tamaño entre Catalunya y España, en la tabla 2.8 se observa claramente que los aumentos son muy superiores para España, sobre todo en las empresas entre 10 y 49 asalariados (27,35%) y de más de 50 (35,62%).

Si comparamos el tamaño en número de empleados de las empresas catalanas con la Unión Europea y Estados Unidos, la tabla 2.9 muestra, por un lado, que las empresas del conjunto de la Unión Europea tienen, con relación a las catalanas, un 10% menos de empresas sin empleados, aunque en el intervalo de entre 1 y 9 empleados la Unión Europea tiene un porcentaje superior (44,11% *versus* 40,56%). De todas formas, cabe indicar que el porcentaje de microempresas es muy similar, de alrededor del 93%.

**Tabla 2.9. Número de empleados de las empresas en Catalunya, en porcentajes (2001)**

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

\* Los datos corresponden al año 2000 en empresas (20.455.000).

\*\* Los datos corresponden al año 2000 en establecimientos (7.070.048) e incluyen el sector de agricultura y pesca. Los intervalos de empleados corresponden en este caso a 1-19, 20-99 y más de 100.

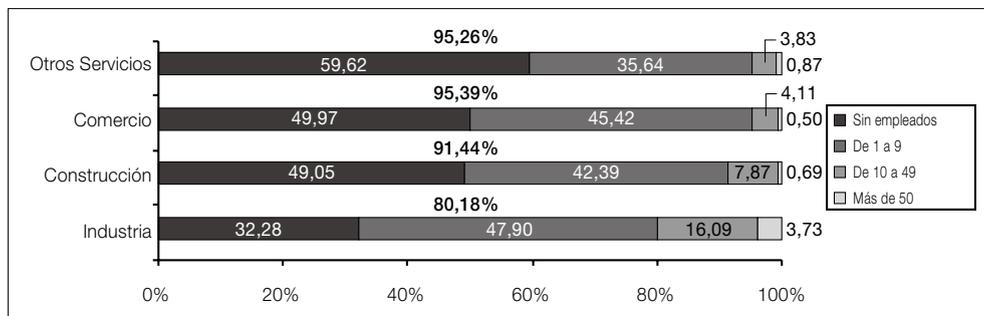
Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE), de EUROSTAT y de US Census Bureau (<http://www.census.gov>).

La diferencia importante viene de la comparación con Estados Unidos, ya que a pesar de las limitaciones debidas a la distinta clasificación de los intervalos de empleados, se puede entrever que el porcentaje de microempresas es menor, mientras que el de empresas medianas y grandes es, en este país, mayor que en Catalunya.

Si nos referimos a la dimensión de las empresas catalanas por sector de actividad para el año 2001, en la figura 2.6 se puede observar que mientras que para la prestación de servicios el tamaño de las empresas es más reducido (85,26% de las empresas son de menos de 10 empleados), la construcción y principalmente la industria requieren de mayor dimensión (en la industria alrededor de un 20% de las empresas son de más de 10 trabajadores). Por el contrario, en los otros servicios casi el 60% son sin empleados (para más información ver Anexos).

Estos resultados coinciden con los datos de las empresas españolas y europeas en el sentido de que las empresas industriales suelen ser, en número de empleados, más grandes que las de otros sectores. Igualmente, las empresas de servicios acostumbran a tener pocos empleados y, en un alto porcentaje, ninguno.

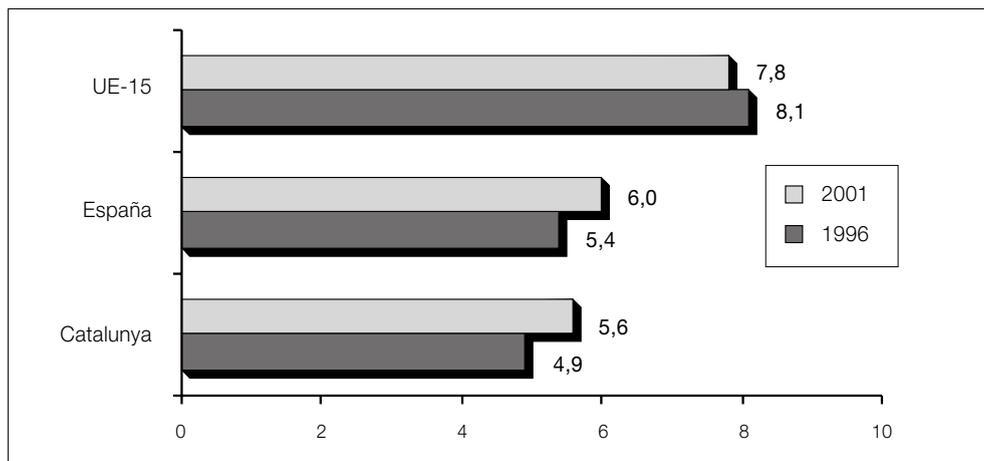
**Figura 2.6. Tamaño en número de empleados por sector económico de las empresas en Catalunya, en porcentajes (2001)**



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE (INE).

Por otro lado, si se considera la dimensión media en número de ocupados,<sup>12</sup> de la figura 2.7 se desprende que existen diferencias importantes entre la Unión Europea, España y Catalunya. De esta manera, en el año 2001, las empresas europeas tenían una dimensión media mucho más elevada (casi 8 ocupados por empresa) que las españolas (6 ocupados) y sobre todo que las catalanas (5,6). En este sentido cabe destacar la menor dimensión de las empresas catalanas.

**Figura 2.7. Dimensión media en número de ocupados por empresa en Catalunya (1996-2001). Comparación con España y la Unión Europea**



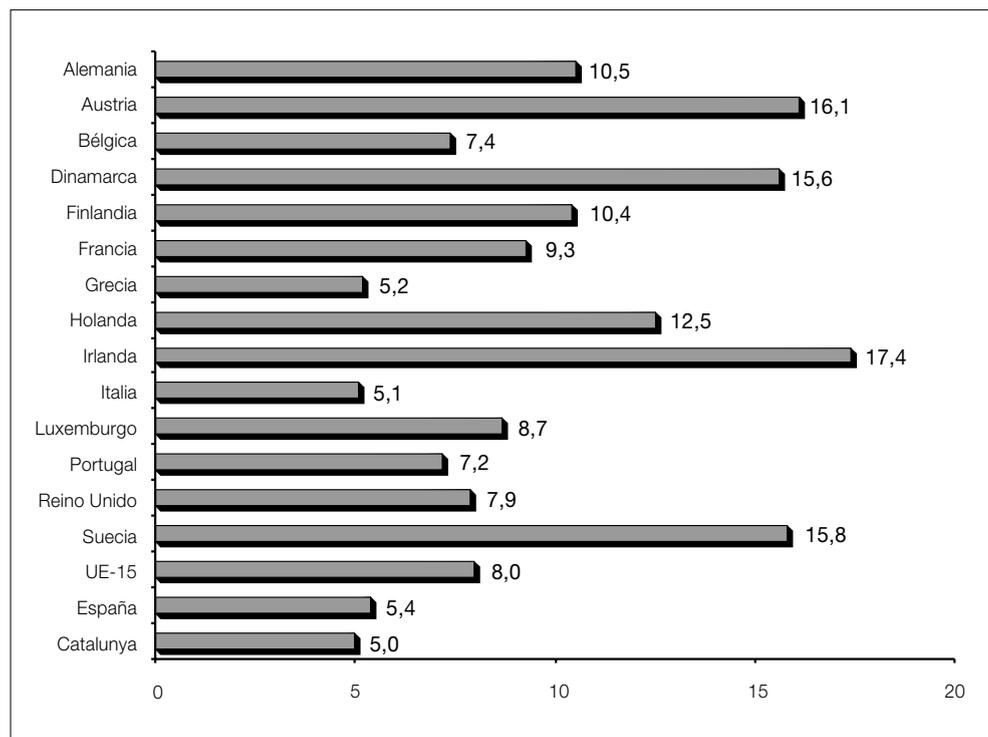
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la EPA (INE), DIRCE y de EUROSTAT.

12. La dimensión media en número de ocupados por empresa corresponde a  $\text{Dim Mit} = (\text{N.º Ocupados} / \text{N.º Empresas})$ .

En cuanto a la evolución de la dimensión media correspondiente al periodo 1996-2001, mientras que en Catalunya y España se ha producido un aumento (0,6 y 0,7, respectivamente), en la Unión Europea ha experimentado una ligera reducción (0,3), aunque dicha dimensión sigue siendo muy superior para Europa.

Asimismo si consideramos la dimensión media en número de ocupados en el año 1997 para la Unión Europea distinguiendo por los países miembros, en la figura 2.8 se observa que dicha dimensión es en todos los casos más elevada que en Catalunya. Destacan sobre todo las dimensiones elevadas de Austria (16,1 empleados), Dinamarca (15,6), Irlanda (17,4), Suecia (15,8). Por otro lado, con dimensiones muy similares se encuentran países del sur de Europa como Grecia (5,2), Italia (5,1), coincidiendo con los 5,4 ocupados de media por empresa española.

**Figura 2.8.** Dimensión media en número de ocupados por empresa en Catalunya (1997).  
Comparación con la Unión Europea y los países miembros



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la EPA (INE), DIRCE y de EUROSTAT.

De esta manera, observamos que la dimensión media en número de ocupados por empresa es más reducida en Catalunya que en Europa.

### 2.1.4. Forma jurídica

En el año 2001, el 60% de las empresas catalanas adoptaron como forma jurídica la de empresario individual. La siguiente forma jurídica más utilizada fue la de sociedad limitada con un 25,5% (ver tabla 2.10).

**Tabla 2.10. Número de empresas en Catalunya por forma jurídica, en frecuencias (1996-2001)**

	1996	% Total	1997	1998	1999	2000	2001	% Total	Diferencia 2001-1996	Var. (%) 1996-2001
Empresario Individual	315.894	67,88	314.778	312.148	310.865	305.101	296.558	60,01	-19.336	-6,12
Sociedades de Resp.Limitada	78.503	16,87	87.616	95.901	107.237	116.038	126.233	25,55	47.730	60,80
Sociedades Anónimas	37.288	8,01	36.683	35.451	34.769	33.747	32.696	6,62	-4.592	-12,31
Comunidades de bienes	5.244	1,13	5.092	4.894	4.839	4.742	4.634	0,94	-610	-11,63
Sociedades Cooperativas	5.061	1,09	5.515	5.834	5.999	5.879	5.706	1,15	645	12,74
Otras	23.388	5,03	24.122	24.506	25.947	27.039	28.326	5,73	4.938	21,11
<b>Total</b>	<b>465.378</b>	<b>100,00</b>	<b>473.806</b>	<b>478.734</b>	<b>489.656</b>	<b>492.546</b>	<b>494.153</b>	<b>100,00</b>	<b>28.775</b>	<b>6,18</b>

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

Estos porcentajes se mantienen para las 4 provincias catalanas y para España, aunque cabe destacar que la sociedad anónima es sensiblemente más utilizada en Catalunya (6,62%) que en España (4,9%), mientras que sucede lo contrario con la comunidad de bienes que es adoptada por un 2,9% de las empresas españolas y sólo por un 0,94% de las catalanas (ver tabla 2.11).

En cuanto a la evolución de la forma jurídica en el periodo 1996-2001, cabe señalar que tanto para las provincias catalanas, como para el conjunto de Catalunya y España, el número de empresas que escogieron la sociedad limitada ha aumentado alrededor del 60%, reduciéndose un 10% el uso de la sociedad anónima.

**Tabla 2.11. Forma jurídica de las empresas en Catalunya y provincias, en porcentajes. Comparación con España (1996 y 2001)\***

	1996						2001						Variación (%) 1996-2001					
	E.I.	S.L.	S.A.	C.B.	Co.	Ot.	E.I.	S.L.	S.A.	C.B.	Co.	Ot.	E.I.	S.L.	S.A.	C.B.	Co.	Ot.
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
España	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

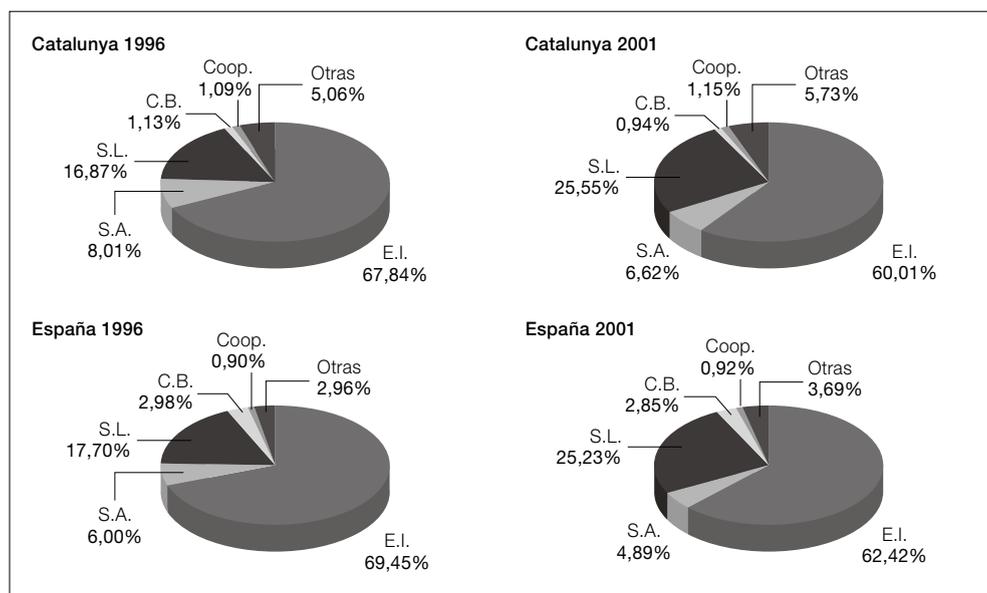
\* Las frecuencias se pueden consultar en Anexos.

E.I.: Empresario Individual; S.L.: Sociedad Limitada; S.A.: Sociedad Anónima; C.B.: Comunidad de bienes; Co.: Sociedad Cooperativa; Ot.: Otras.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

En términos generales cabe destacar también el aumento de las cooperativas, así como la reducción del número de empresarios individuales, aunque sin afectar su gran representatividad (ver tabla 2.11 y figura 2.9).

**Figura 2.9. Evolución de la forma jurídica de las empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con España (1996 y 2001)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) y de EUROSTAT.

De esta manera se puede decir que a pesar de continuar siendo la forma jurídica más comúnmente adoptada, el empresario individual ha disminuido en los últimos años, mientras que el uso de la sociedad limitada va en aumento. Seguramente con la aparición de la «sociedad limitada nueva empresa»,<sup>13</sup> esta tendencia se irá reforzando, reduciéndose aún más la adopción de la forma jurídica empresario individual en favor de la nueva forma de sociedad limitada.

### 2.1.5. Densidad empresarial en Catalunya

La densidad empresarial se calcula como el número de empresas de un territorio determinado por cada 1.000 habitantes. Este indicador puede dar una idea del nivel empresarial del territorio analizado.

En este sentido, la tabla 2.12 muestra que en el año 2001, y para el conjunto de Catalunya, el número de empresas por cada 1.000 habitantes fue de 77,68. En referencia a las provincias catalanas, mientras que Barcelona (77,85) y Lleida (77,09) tuvieron una densidad similar, la de Tarragona resultó ser un poco inferior (71,15) y la de Girona superior (83,56), experimentando una de las densidades más elevadas de toda España.

Como se aprecia en esta misma tabla, la densidad empresarial de España y de la UE-15 para el año 2001 es mucho más reducida que la de Catalunya (64,34 y 63,26, respectivamente).

**Tabla 2.12. Densidad empresarial para Catalunya y provincias. Comparación con España y la Unión Europea (1996-2001)**

	1996	1997*	1998	1999	2000	2001	Diferencia 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
España	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**

\* Se ha considerado la media entre la densidad de 1996 y la de 1998 por falta de datos de población a 1-1-97.

\*\* Corresponde a los años 1996-2000.

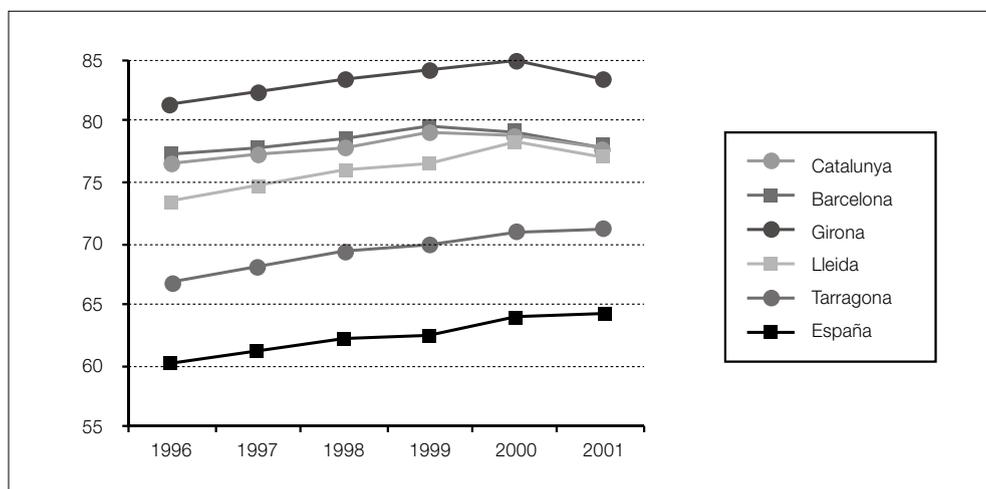
n.d.: datos no disponibles.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) y censos de población.

13. Las características principales de esta nueva forma jurídica son las siguientes: (Consultar [www.sociedadnuevaempresa.com](http://www.sociedadnuevaempresa.com))

En cuanto a la evolución de la densidad empresarial experimentada en los años 1996-2001, mientras que en España se ha producido un aumento de más de cuatro empresas por cada 1.000 habitantes, para el conjunto de Catalunya y Barcelona el aumento ha sido de sólo 1,26 y 0,57 empresas, respectivamente; la variación para el resto de provincias catalanas resultó ser más similar a la de España. De todas formas, es interesante remarcar que la densidad en Catalunya sigue siendo notablemente superior a la de España y a la de la UE-15 (ver tabla 2.12 y figura 2.10).

Figura 2.10. Evolución de la densidad empresarial para Catalunya y provincias. Comparación con España (1996-2001)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) y censos de población.

La distinción a nivel comarcal permite apreciar diferencias notables (tabla 2.13). Así, las comarcas con mayor densidad empresarial en el año 2001 son la Val d’Aran, con casi 118 empresas por cada 1.000 habitantes, la Cerdanya (con más de 104) y la Alta Ribagorça (con 98). Por otro lado, las comarcas de menor densidad son Les Garrigues, el Baix Llobregat y el Tarragonès, con alrededor de 59 empresas por cada 1.000 habitantes.

En cuanto a la evolución de la densidad empresarial para el periodo 1996-2001 en el ámbito comarcal, de esta misma tabla se desprende que los mayores aumentos fueron por parte de la Val d’Aran (con casi 13 empresas), la Cerdanya y el Pallars Sobirà (con 9). El descenso más pronunciado vino protagonizado por Les Garrigues, con una reducción de más de dos empresas por cada 1.000 habitantes.

Cabe señalar que en términos generales, las comarcas con mayor número de empresas son las que tienen unas densidades empresariales menores y además, han experimentado un aumento de las mismas para el periodo considerado menos pronunciado. Sucede lo contrario

en el caso de las comarcas con un menor número de empresas, donde las densidades son muy elevadas y el aumento de empresas en el periodo 1996-2001 cuenta con altos porcentajes.

**Tabla 2.13.** Densidad empresarial por comarcas catalanas (1996 y 2001), por orden alfabético.  
Selección para el año 2001 de las 4 comarcas con mayor densidad, de las 4 comarcas con menor densidad, de las 5 comarcas con mayor número de empresas y de las 4 con menor número de empresas para el 2001

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

\* Los datos de Catalunya son los del DIRCE (INE).

(1) Cuatro comarcas con más densidad empresarial.

(2) Cuatro comarcas con menos densidad empresarial.

(3) Cinco comarcas con mayor número de empresas.

(4) Cuatro comarcas con menor número de empresas.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del IDESCAT y del DIRCE.

En cuanto a la densidad empresarial por sectores económicos en Catalunya, la tabla 2.14 pone de manifiesto que en el año 2001 las principales densidades empresariales se producen en los sectores de servicios (21,84 para el comercio y 37,75 para los otros servicios). Cabe destacar que la densidad en el periodo 1996-2001 aumenta en el sector otros servicios (con más de 3 empresas por 1.000 habitantes) y en la construcción (con casi 2 empresas por 1.000 habitantes), mientras que disminuye en el comercio (con más de 2 empresas por 1.000 habitantes) y en la industria, aunque sigue siendo en el sector terciario donde se concentran aproximadamente 60 de las casi 78 empresas por 1000 habitantes del total de densidad empresarial de Catalunya.

**Tabla 2.14. Densidad empresarial en Catalunya por sectores (1996-2001)**

	1996	1997*	1998	1999	2000	2001	Diferencia 2001-1996
Industria	9,73	9,45	9,16	8,95	8,79	8,51	-1,22
Construcción	7,81	8,22	8,62	8,84	9,20	9,57	1,77
Comercio	24,30	23,98	23,66	23,24	22,61	21,84	-2,46
Otros Servicios	34,58	35,50	36,43	37,85	38,05	37,75	3,18
<b>Total</b>	<b>77,28</b>	<b>77,58</b>	<b>77,87</b>	<b>78,88</b>	<b>78,66</b>	<b>77,68</b>	<b>0,40</b>

\* Al no disponer de datos de población de 1997 se ha considerado la media aritmética entre las densidades 1996 y 1998.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE y de censos de población.

Por su parte, si comparamos la densidad empresarial de Catalunya con otras Comunidades Autónomas, vemos que Catalunya tiene, en el año 2001, una de las densidades empresariales más elevadas, sólo superada por Baleares con un 81,3. En el caso opuesto se encuentra Extremadura, con sólo 45,2 empresas por cada 1.000 habitantes (ver tabla 2.15).

**Tabla 2.15. Densidad empresarial por Comunidades Autónomas (1996 y 2001)**

	1996	2001	Diferencia 2001-1996
Andalucía	47,1	51,9	4,8
Aragón	62,4	67,2	4,8
Asturias	54,6	60,7	6,1
Baleares	81,4	81,3	-0,1
Canarias	55,0	61,0	6,0
Cantabria	56,5	60,1	3,6
Castilla y León	55,2	59,6	4,4
Castilla-La Mancha	53,7	57,4	3,7
C.Valenciana	62,4	67,1	4,7
Extremadura	46,8	44,5	-2,3
Galicia	55,6	61,4	5,8
Madrid	66,8	70,3	3,5
Murcia	54,3	58,7	4,4
Navarra	71,3	65,8	-5,5
País Vasco	59,7	72,7	13,0
La Rioja	66,7	70,2	3,5
Ceuta y Melilla	47,9	47,7	-0,2
Catalunya	76,4	77,7	1,3
España	60,1	64,3	4,2

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE y censos de población.

Por lo que se refiere a la evolución de la densidad empresarial para el periodo 1996-2001, el País Vasco es la región con mayor aumento de la misma (con 13 empresas por cada 1.000 habitantes), seguida de Canarias, Galicia y Asturias (con alrededor 6 empresas por cada 1.000 habitantes de aumento).

Por otro lado, con reducción de densidad empresarial destacan Navarra (con un descenso de más de 5 empresas) y Extremadura (con más de 2). Como ya se comentó anteriormente, la densidad para Catalunya aumentó sólo en 1,3 empresas por cada 1.000 habitantes, variación muy inferior a la de España que fue de más de 4.

### 2.1.6. Resumen de los rasgos principales de las empresas en Catalunya

En las tablas 2.16 y 2.17 se presenta una síntesis de los aspectos más relevantes en cuanto a los rasgos principales de las empresas en Catalunya en los años 1996 y 2001.

**Tabla 2.16. Número de empresas y densidad empresarial (1996-2001). Resumen para Catalunya, provincias y comarcas catalanas, España, selección de Comunidades Autónomas y UE-15**

	N.º empresas 1996	% Cat.	N.º empresas 2001	% Cat. 1996-2001	Variación n.º empresas	Densidad 1996	Densidad 2001	Variación densidad 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.				
España	2.384.711		2.645.317		10,93	60,4	64,3	4,2
Andalucía	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
Galicia	152.495	6,39	167.732	6,34	9,99	55,6	61,4	5,8
País Vasco	125.323	5,26	152.722	5,77	21,86	59,7	72,7	13,0
<b>UE-15</b>	<b>18.427.443</b>		<b>20.455.000*</b>		<b>11,0**</b>	<b>49,47</b>	<b>54,33*</b>	<b>4,86**</b>

\* Datos correspondientes al año 2000.

\*\* Corresponde a los años 1996-2000.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE), IDESCAT y EUROSTAT.

**Tabla 2.17. Número de empresas (1996-2001). Resumen comparativo entre Catalunya y España**

	Catalunya					España				
	N.º empresas 1996	% Cat.	N.º empresas 2001	% Cat.	Variación 1996-2001	N.º empresas 1996	% Esp.	N.º empresas 2001	% Esp.	Variación 1996-2001
<b>Sector económico</b>										
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
Oser.	210.566	45,25	240.173	48,60	14,06	1.100.131	46,13	1.289.660	48,75	17,23
<b>Tamaño en número de empresas</b>										
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
<b>Forma jurídica</b>										
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
Otras	23.388	5,03	28.326	5,73	21,11	70.617	3,0	97.549	3,7	38,1

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) e IDESCAT.

## 2.2. CRECIMIENTO DEL NÚMERO DE EMPRESAS EN CATALUNYA

Después de haber resaltado los rasgos principales de las empresas catalanas, en el presente apartado se determinará, para el periodo 1996-2001, el crecimiento anual neto del número de empresas en Catalunya, considerando tanto el crecimiento sectorial del número de empresas, como el crecimiento por dimensión y por forma jurídica. Los resultados obtenidos también se compararán con los de España y con los de otros ámbitos internacionales.

### 2.2.1. Tasa de crecimiento anual del número de empresas<sup>14</sup>

Según la tabla 2.18, en el periodo 1996-2001, se produjo un incremento neto de 28.775 empresas en Catalunya, que se traduce en una tasa media de crecimiento anual del número de empresas del 1,21%. Se pasó de 465.378 empresas en el año 1996 a 494.153 en el 2001.

Para las provincias catalanas esta tasa fue diversa. Mientras que Tarragona experimentó la más elevada (2,52%), Barcelona tuvo la más reducida (0,91%). Por su parte, la tasa media de crecimiento anual de empresas para España es casi un punto porcentual más elevada que para Catalunya, donde se sitúa en el 2,10%.

**Tabla 2.18. Tasa de crecimiento anual del número de empresas para Catalunya y provincias, en porcentajes. Comparación con España (1996-2001)**

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Tasa media de crecimiento 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
España	2,27	1,47	1,78	3,04	1,92	2,10

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

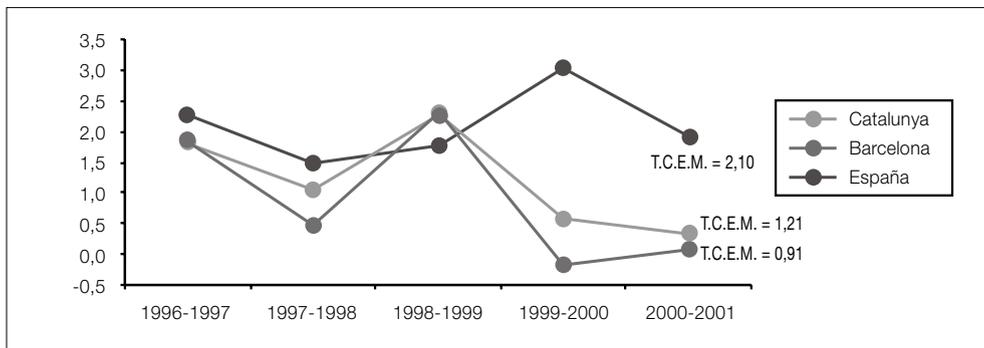
Cabe destacar que, para el periodo considerado, el crecimiento del número de empresas tanto para Catalunya como España ha experimentado algunas oscilaciones, aunque no demasiado importantes. Por un lado, la tasa media de aumento de empresas siempre ha sido, a excepción de los años 1998-1999 más elevada para España, sobre todo para 1999-2000 (3,04% *versus* 0,59%, respectivamente) y 2000-2001 (1,92% *versus* 0,33%, respectivamente).

Por otro, las caídas del ritmo de aumento de empresas para Catalunya en los distintos años considerados suelen ser porcentualmente superiores a las caídas de dicho ritmo para España, así como la aceleración del ritmo de crecimiento del número de empresas para España suele ser superior al de Catalunya.

Por último, y con relación a Barcelona, se puede afirmar que el aumento del número de empresas en el periodo considerado sigue la evolución de Catalunya, pero con unas tasas de crecimiento anual inferiores (ver tabla 2.18 y figura 2.11).

14. La tasa de crecimiento anual del número de empresas viene expresada por la siguiente fórmula:  
 $TCE = (n^\circ \text{ de empresas año } t - n^\circ \text{ de empresas año } t-1) * 100 / n^\circ \text{ de empresas año } t-1.$

**Figura 2.11.** Evolución de la tasa de crecimiento anual del número de empresas para Catalunya y provincias, en porcentajes. Comparación con España (1996-2001)

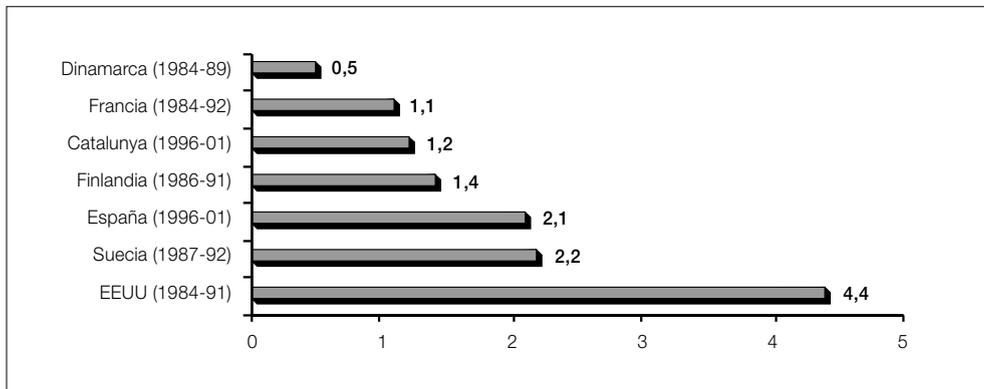


\* T.C.E.M.: tasa media (1996-2001).

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

Si se comparan las tasas medias de Catalunya y España con otros países (ver figura 2.12), se comprueba que éstas se encuentran en la zona intermedia, entre el 4,4% de Estados Unidos por la zona alta y el 0,5% de Dinamarca correspondiente a la zona baja. De esta manera, el aumento anual de empresas en España es medio-alto, mientras que el de Catalunya es medio-bajo con relación a los datos anteriores. De todas formas, tal y como ya se comentó anteriormente y también se advierte en el estudio *La creación de empresas* de Cámaras de Comercio (2001), es necesario interpretar con cautela estos resultados, ya que se refieren a distintos momentos del tiempo, con lo que puede haber influido el ciclo económico, y además seguramente se han utilizado metodologías distintas en la recopilación de los datos.

**Figura 2.12.** Tasa media de crecimiento anual del número de empresas para Catalunya (1996-2001), en porcentajes. Comparación con España y con el ámbito internacional (distintos periodos)



Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) y de Cámaras de Comercio (2001).

Por otra parte, la tabla 2.19 muestra las comarcas catalanas con mayor y menor tasa media anual de crecimiento para el periodo 1996-2001. La tasa más elevada correspondió al Baix Penedès (5,54%), mientras que la más reducida fue la de Les Garrigues (-0,84%). Cabe decir que la tasa de crecimiento del Baix Penedès es muy superior a la de las provincias catalanas (tabla 21), así como a la del conjunto de Catalunya.

En dicha tabla se comprueba que ni las comarcas que tienen una tasa media anual de crecimiento más elevada (Baix Penedès 5,54%; Garraf, 4,78%; Cerdanya, 3,75% y Val d'Aran, 3,61%), ni las de menos tasa (Pallars Jussà, -1,15%, Garrigues, -0,89%, Noguera, -0,46% y Segarra, 0,12%) coinciden con las que tienen más peso (en número de empresas) en el tejido empresarial catalán (Barcelonès, Baix Llobregat, etc.), aunque cabe destacar que, a excepción del Barcelonès (0,72%), estas últimas comarcas cuentan con unas tasas que se sitúan muy cercanas a las de las comarcas de mayor crecimiento.

**Tabla 2.19. Tasa de crecimiento anual del número de empresas por comarcas catalanas (1996-2001), en porcentajes. Selección de las 4 comarcas con tasa media de crecimiento más elevada y de las 4 comarcas con menor tasa media. Comparación con Catalunya y comarcas con mayor número de empresas**

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Tasa media 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

\* Comarcas con mayor número de empresas.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) y de IDESCAT.

Según la tabla 2.20, en comparación con las demás regiones españolas, Catalunya se sitúa en el grupo de tasas medias de crecimiento más reducidas, por debajo también del promedio para España (2,1%). Es Canarias (4,51%), la región con la tasa más elevada y Extremadura con la más reducida (-0,1%).

**Tabla 2.20. Tasa de crecimiento anual del número de empresas por regiones españolas (1996-2001), en porcentajes. Selección de las cuatro regiones con tasas medias de crecimiento más elevadas y de las cuatro con menor tasa**

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Tasa media 1996-2001
Canarias	3,79	4,56	4,22	5,22	3,22	4,20
País Vasco	6,69	-0,60	10,55	2,20	1,70	4,11
Asturias	3,66	-2,22	-22,63	35,44	3,43	3,54
Murcia	1,95	4,39	3,26	3,98	2,55	3,23
La Rioja	0,17	3,49	0,40	1,73	1,44	1,45
Castilla y León	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
España	2,27	1,47	1,78	3,04	1,92	2,10

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

## 2.2.2. Crecimiento sectorial del número de empresas<sup>15</sup>

En el ámbito sectorial, el aumento de 28.775 empresas entre 1996 y 2001 para el conjunto de Catalunya ha venido liderado por las empresas del sector «otros servicios» que han registrado una tasa media de crecimiento anual del número de empresas del 2,68%, aumentando las empresas de dicho sector en 29.607 (ver tabla 2.21).

15. La tasa de crecimiento anual del número de empresas por sector económico viene expresada por la siguiente fórmula:

$$TCE_s = (n^\circ \text{ de empresas año } t_s - n^\circ \text{ de empresas año } t-1_s) \cdot 100 / n^\circ \text{ de empresas año } t-1_s; (s=\text{sector})$$

**Tabla 2.21. Tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya por sectores económicos (1996-2001), en porcentajes**

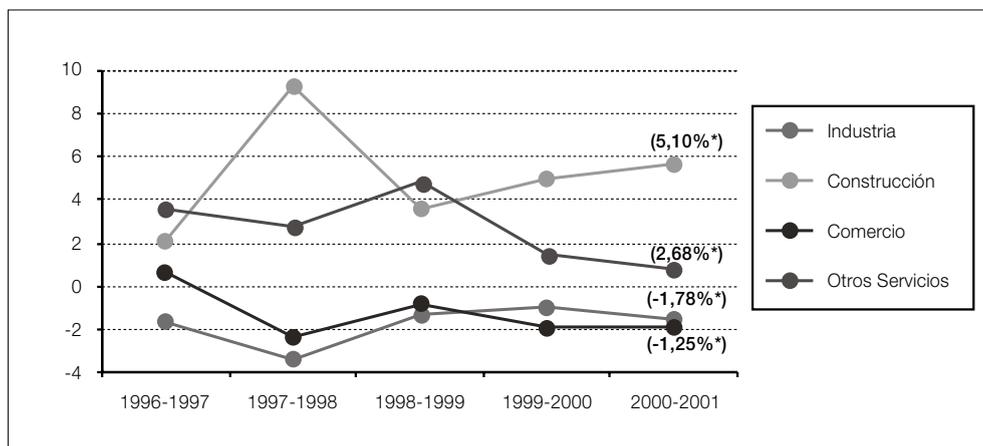
	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Tasa media 1996-2001	Variación* 1996-2001
Industria	-1,70	-3,38	-1,32	-0,95	-1,58	-1,78	-5.114
Construcción	2,01	9,27	3,55	5,01	5,67	5,10	13.357
Comercio	0,71	-2,41	-0,81	-1,86	-1,90	-1,25	-9.075
Otros Servicios	3,53	2,75	4,89	1,43	0,79	2,68	29.607
<b>Total</b>	<b>1,81</b>	<b>1,04</b>	<b>2,28</b>	<b>0,59</b>	<b>0,33</b>	<b>1,21</b>	<b>28.775</b>

\* Variación en número de empresas.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

De todas formas, según la figura 2.13, es el sector de la construcción el que ha tenido, para el periodo considerado, unas tasas de crecimiento anuales más elevadas, así como también la tasa media superior (5,10%).

**Figura 2.13. Evolución de la tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya, en porcentajes, por sectores económicos (1996-2001)**



\* Los porcentajes entre paréntesis indican la tasa media de crecimiento anual del número de empresas en porcentaje para el periodo 1996- 2001.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) y de IDESCAT.

### 2.2.3. Crecimiento por tamaño del número de empresas<sup>16</sup>

En cuanto al crecimiento por tamaño (en número de empleados) para el periodo 1996-2001, son las empresas catalanas de entre 1 y 9 empleados las que absorben un aumento mayor del número de empresas con 27.159, a una tasa media anual de crecimiento del 2,96%, aunque en este caso las tasas medias más elevadas son las que corresponden a las empresas de 10 a 49 empleados (6,51%) y a las de 50 o más empleados (6,00%) (ver tabla 2.22).

**Tabla 2.22. Tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya, por tamaño, en número de empleados (1996-2001), en porcentajes**

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Tasa media 1996-2001	Variación* 1996-2001
Sin empleados	0,56	-0,41	1,17	-1,13	-2,08	-0,38	-5.045
De 1 a 9 empleados 27.159		3,38	2,35	3,31	1,94	3,81	2,96
De 10 a 49 empleados	4,31	4,11	7,75	-26,25	42,61	6,51	5.349
De 50 o más empleados	1,90	6,64	8,06	8,16	5,20	6,00	1.312
<b>Total</b>	<b>1,81</b>	<b>1,04</b>	<b>2,28</b>	<b>0,59</b>	<b>0,33</b>	<b>1,21</b>	<b>28.775</b>

\* Variación en número de empresas.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

### 2.2.4. Crecimiento por forma jurídica del número de empresas<sup>17</sup>

Según la tabla 2.23 y en referencia al crecimiento del número de empresas por forma jurídica, son las sociedades de responsabilidad limitada las que experimentan, en el periodo considerado, un mayor aumento en número (47.730), registrando también la tasa media anual más elevada (9,98%). Por su parte, los empresarios individuales son los que sufren una reducción más acusada (con 19.336), así como los que tienen una tasa media más reducida (-1,25%).

16. La tasa de crecimiento anual del número de empresas por tamaño en número de empleados viene expresada por la siguiente fórmula:

$$TCE_{te} = \frac{(n.º \text{ de empresas año } t_{te} - n.º \text{ de empresas año } t-1_{te}) \cdot 100}{n.º \text{ de empresas año } t-1_{te}}$$

(te=tamaño en número de empleados).

17. La tasa de crecimiento anual del número de empresas viene expresada por la siguiente fórmula:

$$TCE_f = \frac{(n.º \text{ de empresas año } t_f - n.º \text{ de empresas año } t-1_f) \cdot 100}{n.º \text{ de empresas año } t-1_f}$$

(f=forma jurídica).

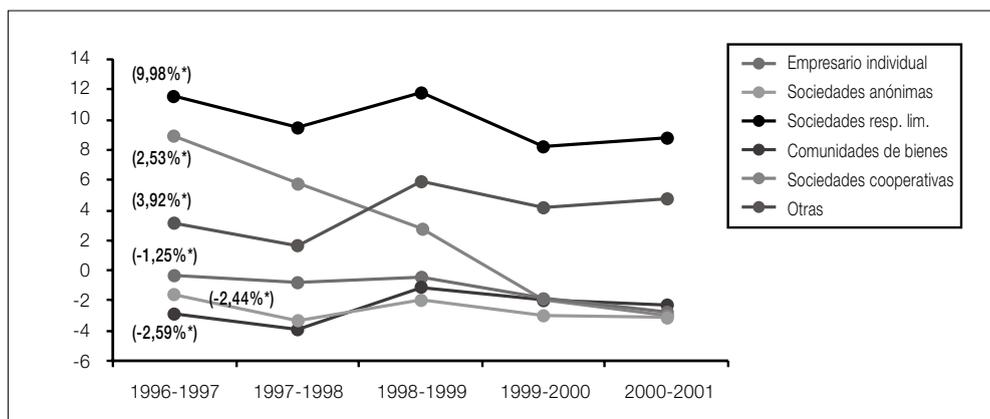
**Tabla 2.23. Tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya, por forma jurídica (1996-2001), en porcentajes**

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Tasa media 1996-2001	Variación 1996-2001
Empresario individual	-0,35	-0,84	-0,41	-1,85	-2,80	-1,25	-19.336
Sociedades resp. lim.	11,61	9,46	11,82	8,21	8,79	9,98	47.730
Sociedades anónimas	-1,62	-3,36	-1,92	-2,94	-3,11	-2,59	-4.592
Comunidades de bienes	-2,90	-3,89	-1,12	-2,00	-2,28	-2,44	-610
Sociedades cooperativas	8,97	5,78	2,83	-2,00	-2,94	2,53	645
Otras	3,14	1,59	5,88	4,21	4,76	3,92	4.938
<b>Total</b>	<b>1,81</b>	<b>1,04</b>	<b>2,28</b>	<b>0,59</b>	<b>0,33</b>	<b>1,21</b>	<b>28.775</b>

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

La figura 2.14 pone claramente de manifiesto el liderazgo de las sociedades de responsabilidad limitada en el crecimiento del número de empresas catalanas para el periodo 1996-2001. En esta figura, entre otras cuestiones, también se refleja la caída bastante pronunciada de las tasas de crecimiento anual de las sociedades cooperativas.

**Figura 2.14. Evolución de la tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya, en porcentajes por forma jurídica (1996-2001)**



\* Los porcentajes entre paréntesis indican la tasa media de crecimiento anual del número de empresas para el periodo 1996-2001.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

## 2.2.5. Resumen del crecimiento del número de empresas en Catalunya

En las tablas 2.24 y 2.25 se presenta una síntesis de los aspectos más relevantes que hacen referencia al crecimiento del número de empresas en Catalunya para el periodo 1996-2001.

**Tabla 2.24.** Tasa de crecimiento anual del número de empresas, en porcentajes. Resumen para Catalunya, provincias y selección de comarcas catalanas. Comparación con España y selección de regiones españolas

	Tasa crecimiento 1996-1997	Tasa crecimiento 2000-2001	Tasa media 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
Andalucía	1,95	1,98	2,42
Madrid	2,47	3,48	2,41
C. Valenciana	2,43	2,14	2,41
Galicia	1,68	1,00	1,95
Canarias	3,79	3,22	4,20
País Vasco	6,69	1,70	4,11
Navarra	1,37	11,54	0,09
Extremadura	3,35	-1,12	-0,83
España	2,27	1,92	2,10

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) y de IDESCAT.

**Tabla 2.25. Tasa de crecimiento anual del número de empresas (1996-2001), en porcentajes.  
Resumen para Catalunya por sectores económicos, tamaño y forma jurídica**

	Crecimiento 1996-1997	Crecimiento 2000-2001	Tasa media 1996-2001
<b>Sector económico</b>			
Industria	-1,70	-1,58	-1,78
Construcción	2,01	5,67	5,10
Comercio	0,71	-1,90	-1,25
Otros Servicios	3,53	0,79	2,68
<b>Tamaño en número de empresas</b>			
Sin empleados	0,56	-2,08	-0,38
1 a 9 empleados	3,38	3,81	2,96
10 a 49 empleados	4,31	42,61	6,51
> 50 empleados	1,90	5,20	6,00
<b>Forma jurídica</b>			
Empresario individual	-0,35	-2,8	-1,25
Sociedad limitada	11,61	8,79	9,98
Sociedad anónima	-1,62	-3,11	-2,59
Comunidad de bienes	-2,9	-2,28	-2,44
Cooperativas	8,97	-2,94	2,53
Otras	3,14	4,76	3,92
Catalunya	1,81	0,33	1,21

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).

## 2.2.6. Crecimiento del número de empresas y densidad empresarial en Catalunya

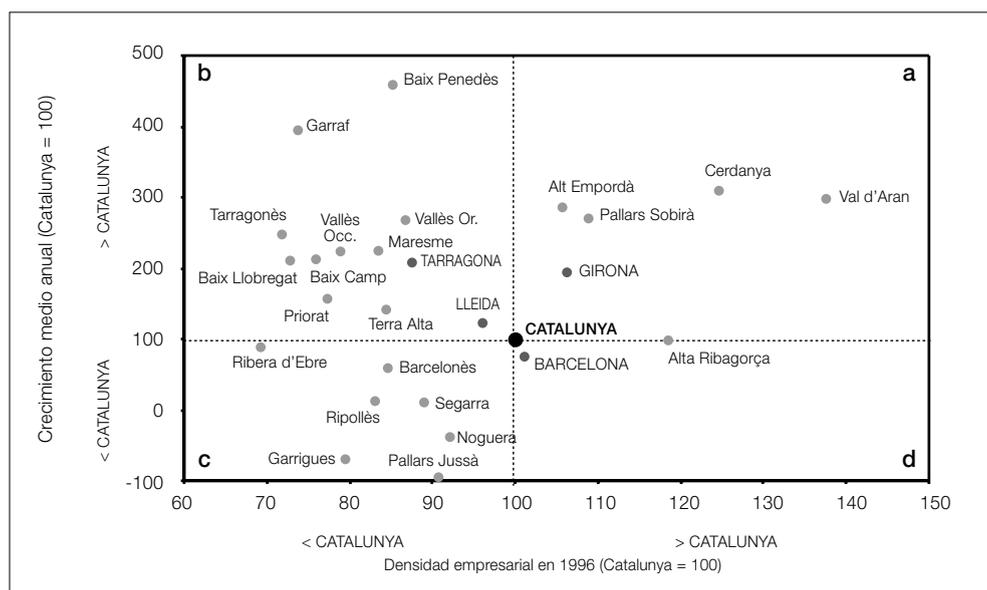
El crecimiento del número de empresas, referido al aumento neto del número de empresas en un periodo determinado, puede ser, a pesar de incluir tanto la creación como la desaparición de empresas, un buen indicador de la creación de empresas de un territorio, región o país. Si además se considera el número de empresas, así como su densidad en un momento del tiempo determinado, como ya se comentó anteriormente, se obtendrá no sólo una posible medida de la resultante de la dinámica empresarial. De esta manera la figura 2.15 relaciona el crecimiento medio anual del número de empresas con la densidad empresarial en el periodo 1996-2001 con la finalidad de detectar aquellas provincias y comarcas catalanas más dinámicas, así como las más estancadas con relación al conjunto de Catalunya. En

este sentido, se ha considerado el crecimiento medio anual del número de empresas entre 1996 y 2001 para Catalunya como base 100 y la densidad empresarial del año 1996 para Catalunya también como base 100.

Por lo tanto, las comarcas y/o provincias que se sitúan a la derecha de la línea vertical correspondiente al valor 100 son las que tienen una densidad superior a la media de Catalunya, mientras que las comarcas y/o provincias situadas a la izquierda son las que tienen una densidad inferior a dicha media. De igual forma, las comarcas y/o provincias situadas por encima o por debajo de la línea horizontal de valor 100 representarán las zonas con un crecimiento medio del número de empresas superior e inferior al promedio catalán, respectivamente.

Así pues, en la figura 2.15 las comarcas y regiones se dividen en cuatro grupos correspondientes a los distintos cuadrantes de la misma:

**Figura 2.15.** Relación entre el crecimiento del número de empresas y la densidad empresarial en Catalunya, por provincias y comarcas catalanas (1996-2001)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE) y de IDESCAT.

a) Provincias y comarcas con densidad empresarial y tasa de crecimiento del número de empresas superior a la media de Catalunya: Girona, Alt Empordà, Pallars Sobirà, Cerdanya y La Val d'Aran.

b) Provincias y comarcas con densidad inferior a la media y tasa de crecimiento superior a la media de Catalunya. Tarragona, Lleida, Terra Alta, Priorat, Baix Camp, Baix Llobregat, Vallès Occidental, Tarragonès, Maresme, Vallès Oriental, Garraf y Baix Penedès.

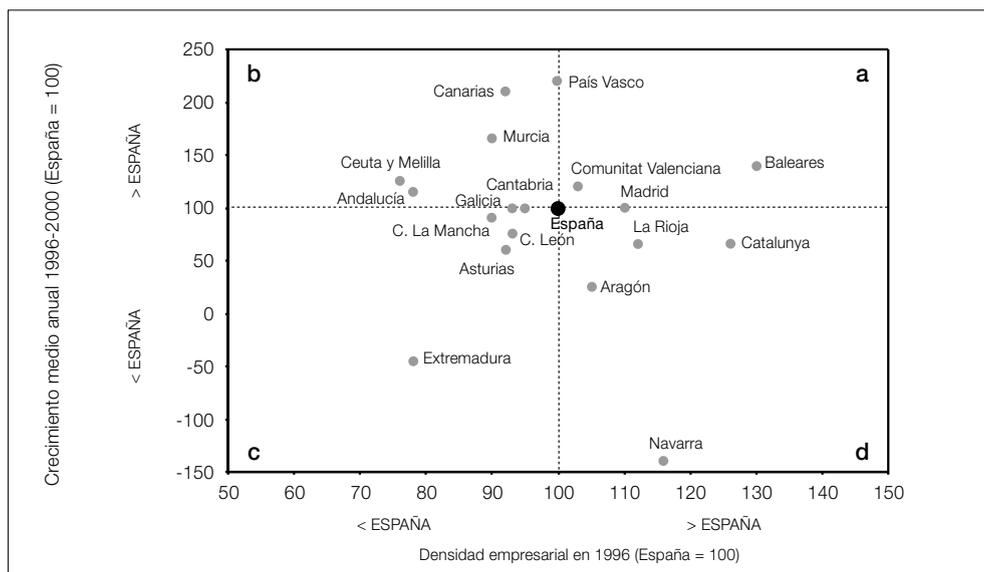
c) Provincias y comarcas con densidad y tasa de crecimiento inferior al promedio de Catalunya Barcelonès, Ribera d’Ebre, Ripollès, Segarra, Noguera, Les Garrigues y Pallars Jussà.

d) Provincias y comarcas con densidad superior a la media y tasa de crecimiento inferior a la misma. Barcelona y Alta Ribagorça.

Consecuentemente, y a tenor de la información recogida en la figura 2.15, se puede afirmar que buena parte de las comarcas catalanas se encuentran ubicadas en los cuadrantes b y c.

En la figura 2.16 se observa la situación de Catalunya en comparación a otras regiones españolas. En este caso, y siguiendo la misma clasificación anterior, Catalunya se sitúa en el cuadrante correspondiente a las regiones denominadas de bajo crecimiento.

**Figura 2.16. Relación entre el crecimiento del número de empresas y la densidad empresarial en España por provincias españolas. Comparación con Catalunya (1996-2000)**



Fuente: elaboración propia a partir de Cámaras de Comercio (2001).

### 2.3. CREACIÓN Y DESAPARICIÓN DE EMPRESAS EN CATALUNYA

Anualmente, un número muy elevado de empresas entran y salen del tejido empresarial, produciéndose una intensa rotación empresarial, ya que mientras aparecen nuevas empresas también otras cesan su actividad

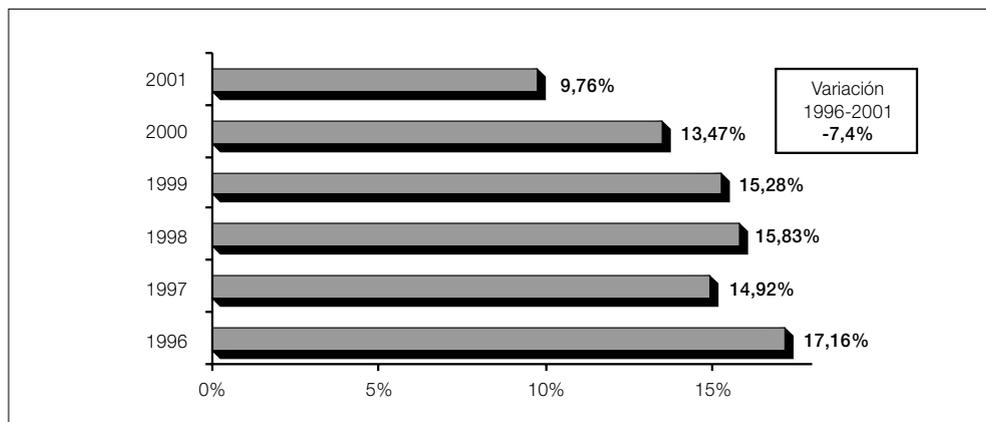
Así pues, en el presente apartado se estudiará la creación y desaparición de las nuevas empresas en Catalunya para el periodo 1996-2001 a partir de una muestra de empresas del

municipio barcelonès de Terrassa.<sup>18</sup> Con tal finalidad se analizará la rotación empresarial a través de las tasas de entrada (tasa de creación de empresas o de natalidad empresarial) y de salida de empresas (desaparición de empresas). Los resultados obtenidos para la muestra catalana se compararán con los obtenidos para España<sup>19</sup> y los del Arco Mediterráneo.<sup>20</sup> También se procederá a comparar, en la medida de lo posible, algunos resultados obtenidos con los de la Unión Europea y de la OCDE.

### 2.3.1. Tasa de entrada de nuevas empresas

La tasa de entrada bruta<sup>21</sup> para las nuevas empresas catalanas se ha calculado a partir del alta de las mismas en el impuesto de actividades económicas (IAE). Dicha tasa alcanza para los años 1996-2001 unos valores anuales medios del 14%, siendo el máximo valor en el año 1996, con un 17,2%, y el mínimo en el 2001, con un 9,7%; se produce de esta manera en el periodo considerado una reducción de más de 7 puntos porcentuales (ver figura 2.17).

**Figura 2.17.** Tasa de entrada de empresas en Catalunya, en porcentajes (1996-2001)



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002).

18. Tal y como se comentó en el capítulo 1, la muestra de empresas catalanas corresponde a 1.609 empresas creadas en el año 1996 en el municipio de Terrassa (Barcelona). Según la información obtenida en el DIRCE, dicha muestra de conveniencia mantiene los mismos pesos que el total de empresas catalanas respecto al sector de actividad, la dimensión y la forma jurídica, lo que nos permite suponer que en términos generales el comportamiento relativo a la demografía de las empresas de Terrassa puede ser similar al de las empresas catalanas. En este sentido, de aquí en adelante se hablará exclusivamente de empresas en Catalunya.

19. Información obtenida a partir del DIRCE del INE.

20. Estudio elaborado por las Cámaras de Comercio (2001) sobre la creación de empresas en España, cuya información procede fundamentalmente del DIRCE (INE). El Arco Mediterráneo incluye Catalunya, Comunidad Valenciana, Murcia e Islas Baleares.

21. La tasa de entrada (bruta) de empresas del año  $t$  corresponde al porcentaje de empresas creadas en dicho año  $t$  con relación a las empresas ya existentes en el año  $t-1$ .  $TE_t = (e_t / \text{Emp}_{t-1}) * 100$  ( $e_t$  = empresas creadas en el año  $t$ ).

En cuanto a la comparación de la tasa de entrada bruta correspondiente a la muestra de empresas catalanas con las empresas del Arco Mediterráneo y de España, en este caso para el periodo 1997-2000, se observa que mientras que en la muestra catalana por cada 100 empresas nacen cada año aproximadamente 15, tanto en el Arco Mediterráneo como en España nacen 13, porcentaje algo más reducido (ver tabla 2.26).

**Tabla 2.26. Tasa de entrada de empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1996-2001)**

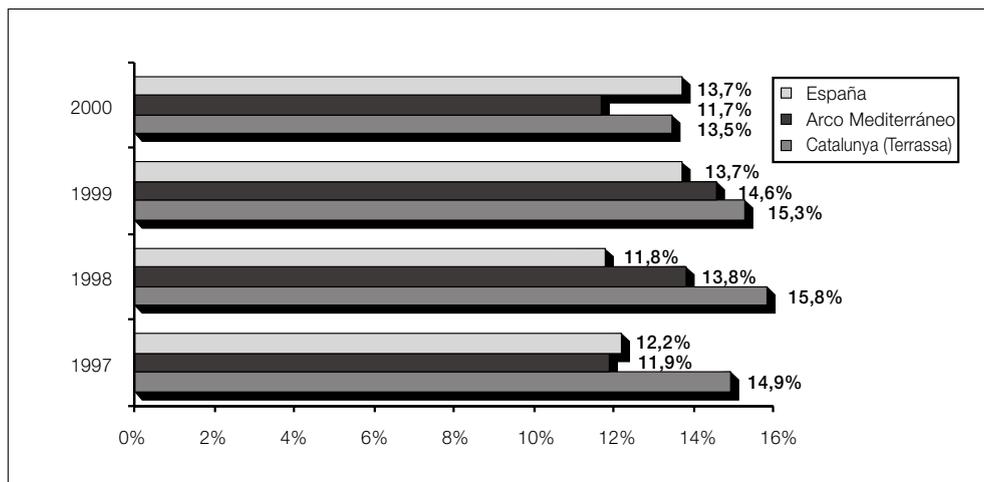
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Promedio (%) 1996-2001	Promedio (%) 1997-2000
Catalunya	17,2	14,9	15,8	15,3	13,5	9,7	14	14,9
Arco Mediterráneo	n.d.	11,9	13,8	14,6	11,7	n.d.	n.d.	13,0
España	15,9	12,2	11,8	13,7	13,7	13,3	13,4	12,8

n.d.: no se dispone de los datos correspondientes al Arco del Mediterráneo para los años 1996 y 2001.

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE (INE) (2002).

En la figura 2.18 se puede observar que las tasas más elevadas de entrada bruta de empresas corresponden, en todos los años, a la muestra catalana, a excepción del 2000, en el cual España tiene una tasa sensiblemente más alta.

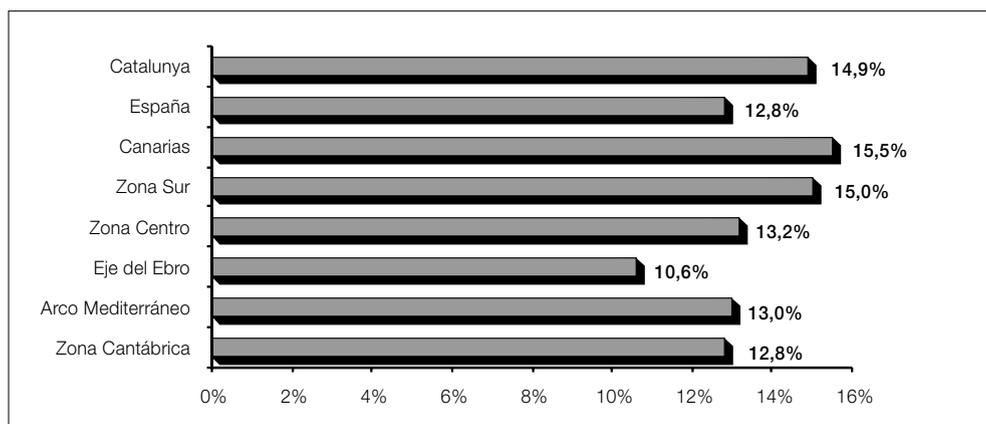
**Figura 2.18. Evolución de la tasa de entrada de empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1997-2000)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

Por otra parte, si se comparan las tasas de entrada de empresas en diferentes zonas del territorio español,<sup>22</sup> la figura 2.19 refleja que Catalunya (14,90%) tiene una de las tasas más elevadas, después de Canarias (15,50%) y de la Zona Sur (15,0%).

**Figura 2.19.** Evolución de la tasa de entrada de empresas media en Catalunya, en porcentajes. Comparación con España (1997-2000)



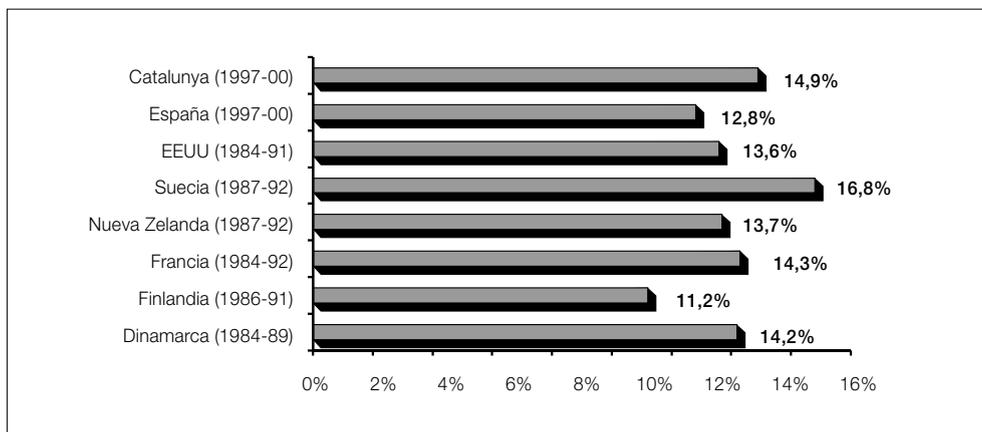
Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

En referencia a la comparación con otros países, la figura 2.20 refleja que la tasa de entrada media de la muestra considerada de empresas catalanas se encuentra entre las más elevadas, un poco alejada, eso sí, de la de Suecia (16,8%). No obstante, es necesario interpretar con precaución los datos anteriores, ya que las tasas de entrada corresponden a periodos de tiempo distintos.

En cualquier caso, si nos basamos en los datos que se desprenden de la muestra de empresas catalanas, se puede afirmar el gran potencial creador de empresas que tiene esta economía.

22. El estudio elaborado por las Cámaras de Comercio (2001) incluye una clasificación que divide España en 6 zonas de la siguiente manera: Zona Cantábrica (Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco), Arco Mediterráneo (Catalunya, Comunidad Valenciana, Murcia e Islas Baleares), Eje del Ebro (Aragón, Navarra y La Rioja), Zona Centro (Madrid y las dos Castillas), Zona Sur (Andalucía y Extremadura) y Canarias (incluye Ceuta y Melilla).

**Figura 2.20. Evolución de la tasa de entrada de empresas media en Catalunya, en porcentajes. Comparación con otros países de la OCDE (distintos periodos)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

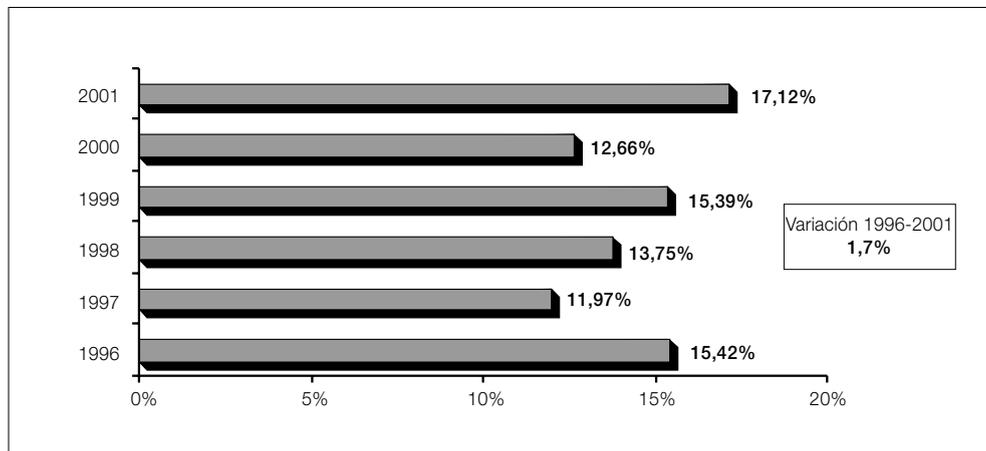
### 2.3.2. Tasa de salida de empresas

La tasa de salida bruta<sup>23</sup> para las nuevas empresas en Catalunya se ha calculado a partir de la baja de las mismas en el impuesto de actividades económicas (IAE), o dicho de otra forma, a partir del momento en que las empresas han dejado de pagar el IAE.

Así pues, para el periodo 1996-2001 la tasa bruta de salida de empresas alcanza para la muestra de Catalunya unos valores anuales promedio del 13,4%, registrándose el máximo valor en el año 2001, con un 17,12%, y el mínimo en el 1997, con un 11,97%. En los años considerados se ha producido un aumento de dicha tasa de menos de 2 puntos porcentuales (1,7%) (ver figura 2.21).

23. La tasa de salida (bruta) de empresas del año  $t$  corresponde al porcentaje de empresas que cierran en dicho año  $t$  con relación a las empresas ya existentes en el año  $t-1$ .  $TS_t = (s_t / Emp_{t-1}) * 100$ ; ( $S_t$  = empresas que cerraron en el año  $t$ )

**Figura 2.21. Tasa de salida de empresas en Catalunya, en porcentajes (1996-2001)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

Si comparamos la tasa bruta de salida de empresas correspondiente a la muestra de Catalunya con la del Arco Mediterráneo y de España para el periodo 1997-2000, se puede observar que Catalunya registra el promedio medio anual más elevado con 13,4% y, además, también tiene las tasas más altas para cada uno de los años considerados (ver tabla 2.27 y figura 2.22).

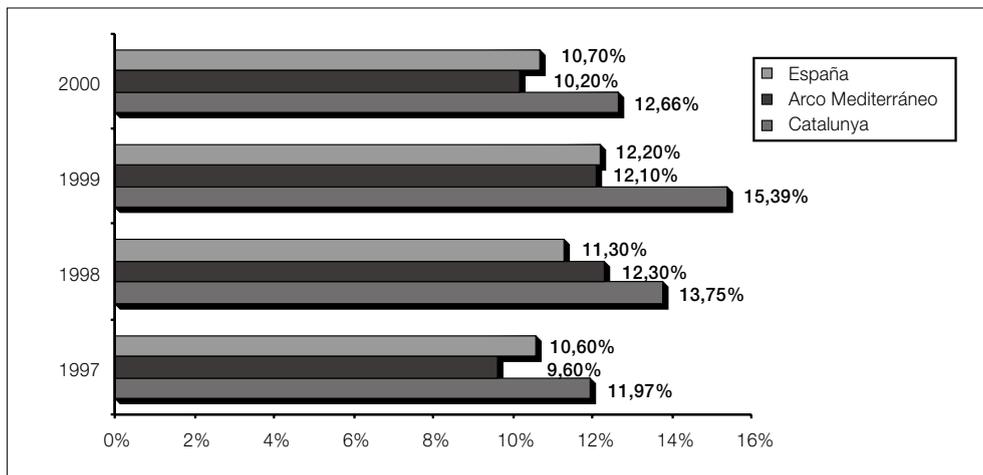
**Tabla 2.27. Tasa de salida de empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1996-2001)**

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Promedio (%) 1996-2001	Promedio (%) 1997-2000
Catalunya	15,4	12	13,7	15,4	12,7	17,1	14,4	13,4
Arco Mediterráneo	n.d.	9,6	12,3	12,1	10,2	n.d.	n.d.	11,1
España	12,4	10,6	11,3	12,2	10,7	10,8	11,3	11,2

n.d.: no se dispone de los datos correspondientes al Arco del Mediterráneo para los años 1996 y 2001.

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

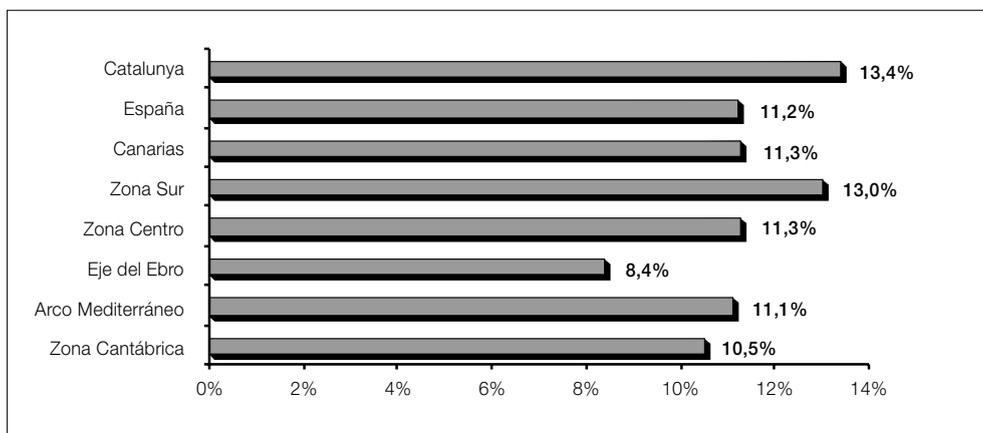
**Figura 2.22. Evolución de la tasa de salida de empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1997-2000)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

En lo que hace referencia a las tasas de salida de empresas experimentadas en diferentes zonas del territorio español, la figura 2.23 muestra que la zona sur, junto con la muestra de empresas de Catalunya, son las áreas con mayores tasas de salida, mientras que el Eje del Ebro es la zona con menor tasa de destrucción de empresas, con sólo un 8,4%.

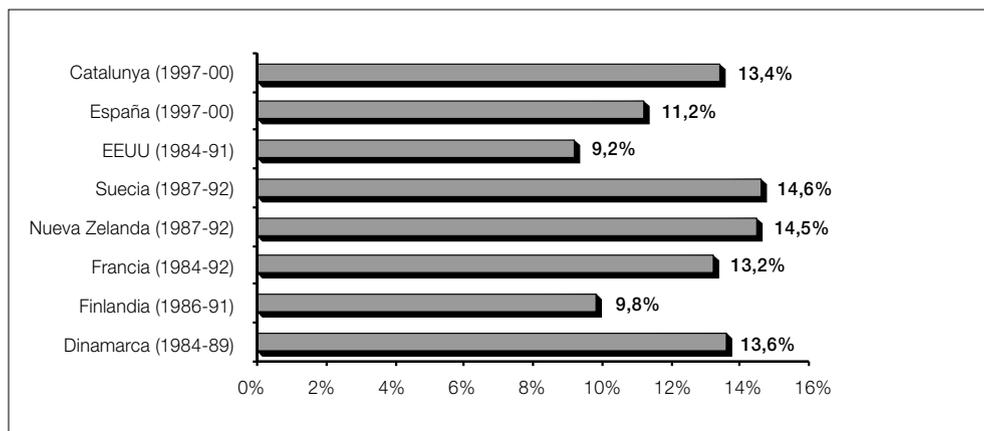
**Figura 2.23. Evolución de la tasa de salida de empresas promedio en Catalunya, en porcentajes. Comparación con otras regiones de España (1997-2000)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

La figura 2.24 refleja que si se compara la tasa de salida de empresas catalanas con otros países de la OCDE para el periodo 1997-2001, Catalunya también se sitúa dentro del grupo de territorios con tasas de destrucción de empresas más elevadas, sólo superada por Suecia con un 14,6%, Nueva Zelanda con un 14,5% y Dinamarca con 13,6%.

**Figura 2.24.** Evolución de la tasa de salida de empresas promedio en Catalunya, en porcentajes. Comparación con otros países de la OCDE



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

### 2.3.3. Rotación empresarial: comparación entre las tasas de entrada y las tasas de salida de empresas

La rotación empresarial<sup>24</sup> engloba el estudio de la creación y el cierre de empresas, o sea el análisis conjunto de la tasa de entrada y de salida de empresas.

La tabla 2.28 resume los principales resultados obtenidos para el periodo 1997-2000 en cuanto a las tasas de entrada y de salida de empresas en la muestra catalana, Arco Mediterráneo y España, distinguiendo también por grandes sectores económicos. Estos datos indican una estrecha relación entre las tasas de entrada y de salida de empresas, ya que todo parece indicar que elevadas (reducidas) tasas de entradas van acompañadas de elevadas (reducidas) tasas de salida.

24. Según la literatura sobre el tema en cuestión, la rotación empresarial es la suma de la tasa de entrada y de salida de empresas para un periodo de tiempo determinado y en un territorio concreto.  $RE = TE + TS$ . De todas formas, para efectos de la presente investigación se ha creído también interesante considerar la diferencia entre la tasa de entrada y la tasa de salida de empresas.

**Tabla 2.28.** Tabla resumen tasas de entrada y de salida de empresas promedio para Catalunya, por sectores económicos, en porcentajes. Arco Mediterráneo y España (1997-2000)

	Total				Industria				Construcción				Servicios			
	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
Arco																
Mediterráneo	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
España	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.: tasa de entrada de empresas; \*\* T.S.: tasa de salida de empresas; \*\*\* R.E. = T.E. + T.S.; \*\*\*\* Dif = T.E. - T.S.

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

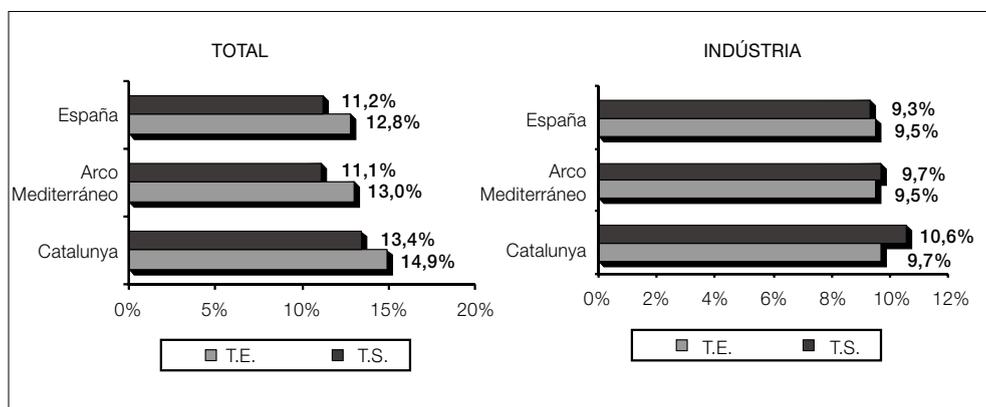
Por un lado, la figura 2.25 muestra que tanto en Catalunya como en el Arco Mediterráneo y en España las tasas de entrada de empresas son superiores a las de salida en 1,5, 1,9 y 1,6 puntos porcentuales respectivamente. De esta manera, en los tres territorios considerados la creación de empresas es superior a la destrucción de las mismas para el periodo 1997-2000. Cabe desatacar, aunque ya se comentó anteriormente, que tanto la tasa de entrada como la de salida son superiores para la muestra de empresas de Catalunya (14,9% y 13,4% respectivamente).

Por otro, la elevada rotación empresarial experimentada por parte de los tres territorios considerados (Catalunya, 28,3; Arco Mediterráneo, 24,1 y España, 24,0) para los años 1997-2000, expresa la intensa turbulencia que caracteriza los mercados en los que compiten las nuevas empresas, tanto desde el punto de vista de creación como de desaparición de empresas.

En cuanto a las tasas de entrada y de salida de empresas por sectores, la figura 2.25 refleja diferencias significativas para las zonas consideradas. Por una parte, se observa que para las empresas industriales, contrariamente a la tendencia encontrada en el ámbito general, las tasas de salida son superiores a las tasas de entrada de empresas tanto para la muestra catalana como para el Arco Mediterráneo, siendo también nuevamente la muestra de empresas catalanas a la que corresponden las tasas más elevadas, así como el balance en este caso negativo más alto entre las mismas (0,9%). Por otra parte, de esta figura se desprende también que las tasas de entrada de empresas de los sectores de la construcción y de servicios son muy superiores a las tasas de salida, sobre todo para el sector de la construcción, compensando de esta manera las mayores tasas de salida de empresas de la industria. En este caso, las diferencias en el sector de la construcción entre las tasas de entrada y de salida de empresas son mayores para España (5,1%) y el Arco Mediterráneo (5,0%) que para la muestra catalana (3,5%). Por último, en cuanto a la diferencia entre las tasas de entrada y de salida de las empresas del sector servicios se registra una diferencia a favor de las entradas de aproximadamente 2 puntos porcentuales para las tres zonas analizadas.

Cabe destacar que, por lo que respecta a la rotación empresarial, es el sector de construcción el que cuenta con tasas más elevadas (muestra catalana, 36,9%: Arco Mediterráneo, 31,0% y España, 30,3), siendo la muestra catalana nuevamente la que tiene una rotación más alta.<sup>25</sup> De la comparación de estos resultados con el estudio de Segarra (2002) se observa que tanto la diferencia entre la tasa de entrada y de salida de empresas manufactureras como la rotación empresarial es mucho más reducida (0,7% y 12,48% respectivamente).

**Figura 2.25.** Evolución de las tasas de entrada y de salida de empresas promedio de forma agregada y por sectores en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1997-2000)



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

De esta manera y como conclusión, los resultados obtenidos en este apartado indican que la rotación empresarial tanto para la muestra de empresas catalanas como para el Arco Mediterráneo y España se caracteriza en su conjunto para los años 1997-2000 por ser muy elevada, debido a las altas tasas de entrada y de salida de empresas, además de contar con una diferencia a favor de las entradas entre ambas tasas.

## 2.4. MORTALIDAD Y SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL EN CATALUNYA

Según la literatura sobre demografía empresarial, las empresas experimentan las mayores tasas de mortalidad en los primeros años posteriores a su creación, siendo de esta

25. Seguramente esto se debe a que en la construcción es habitual crear una empresa para cada proyecto (edificio u obra) y cuando el proyecto está terminado, la sociedad se disuelve.

manera las nuevas empresas la que se enfrentan con más dificultades en la lucha por la supervivencia.

Después de haber estudiado en el apartado anterior la relación entre tasas de entrada y de salida de empresas, a continuación se analizará la mortalidad y la supervivencia empresarial en Catalunya a través de la función de riesgo y la función de supervivencia durante el periodo 1996-2001 para la misma muestra de nuevas empresas catalanas, distinguiendo también por grandes sectores económicos. Así pues, la trayectoria de las nuevas empresas catalanas desde su nacimiento hasta su desaparición se comparará con los resultados correspondientes al Arco Mediterráneo y España.<sup>26</sup>

### 2.4.1. Función de riesgo empresarial

La mortalidad empresarial se expresará mediante la función de riesgo, que muestra la tasa de mortalidad de las nuevas empresas en cada año posterior al de su creación. De esta manera, cada uno de los puntos de la función de riesgo (1997, 1998, ...) refleja la tasa de mortalidad de las nuevas empresas creadas durante el año 1996. En la figura 2.26 se puede observar que el 17,8% de las empresas de la muestra catalana cesó su actividad en el año 1997. En los años posteriores, la tasa de mortalidad de las empresas de dicha muestra creadas durante el año 1996 se situó en el 11,5% para el 1998, 12,4% para el 1999, 14,4% para el 2000, y el 7,7% para las empresas creadas 5 años atrás.

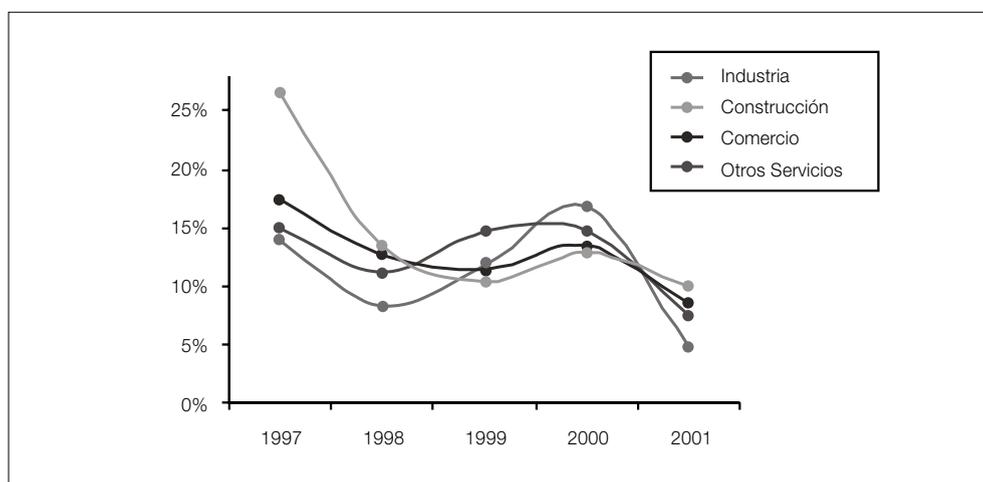
Cabe destacar que el elevado riesgo de desaparición de las empresas de esta muestra en el primer año de vida (1997) también se produce en el ámbito sectorial. Si se compara la función de riesgo año por año en los distintos sectores, se observa que, a excepción de la industria, las tasas más elevadas de mortalidad corresponden al primer año. Además el sector que experimenta una tasa de mortalidad más elevada es el de la construcción y en el primer año de vida (26,5%). De esta figura también se desprende que dicha tasa de mortalidad se reduce de forma importante en el quinto año de actividad para todos los sectores considerados. Sobre todo para el sector de la industria (con un 4,8%).

---

26. En este caso, tanto la información del Arco Mediterráneo como la de España fue obtenida del estudio elaborado por las Cámaras de Comercio (2001) sobre la creación de empresas en España.

**Figura 2.26.** Tasa de mortalidad<sup>27</sup> y función de riesgo de las empresas en Catalunya, total y por sectores económicos, en porcentajes (1996-2001)

	1997	1998	1999	2000	2001
Catalunya	17,8	11,5	12,4	14,4	7,7
Industria	13,8	8,4	11,8	16,8	4,8
Construcción	26,5	13,5	10,4	12,8	10,0
Comercio	17,5	12,6	11,5	13,6	8,5
Otros Servicios	15,0	11,1	14,7	14,7	7,5



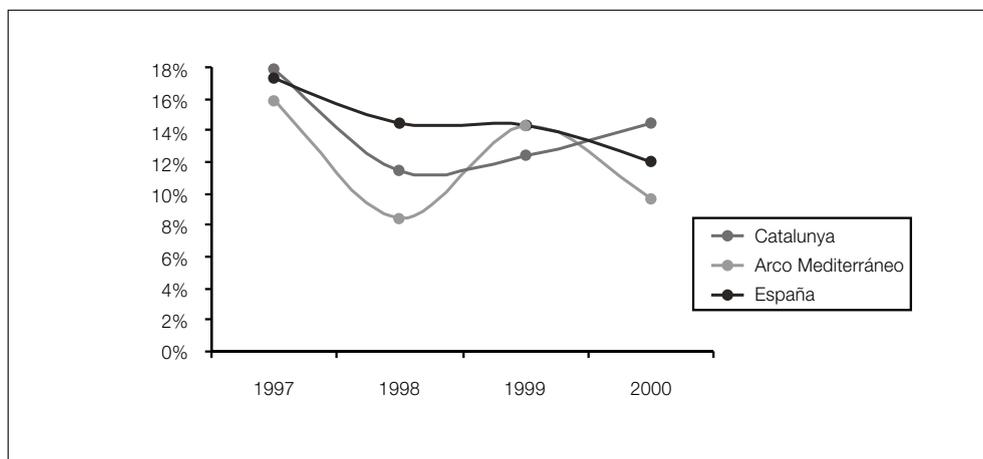
Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002), Cámaras de Comercio (2001) y DIRCE del INE (2002).

En cuanto a la comparación de la función de riesgo correspondiente a la muestra de empresas catalanas con las empresas del Arco de la Mediterránea y de España, en este caso para el periodo 1996-2000, en la figura 2.27 se puede observar que las tasas de mortalidad para Catalunya y España son muy similares en los distintos años considerados, mientras que para el Arco Mediterráneo dichas tasas se diferencian significativamente, sobre todo en el segundo (1998) y cuarto año de su creación (2000), donde son mucho más reducidas.

27. De aquí en adelante la tasa de mortalidad corresponde al 1 de Enero de cada año de referencia.

**Figura 2.27. Tasas de mortalidad y función de riesgo de las empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1996-1999)**

	1997	1998	1999	2000
Catalunya	17,8	11,5	12,4	14,4
Arco Mediterráneo	15,9	8,5	14,3	9,7
España	17,3	14,5	14,3	12,0



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002) y de Cámaras de Comercio (2001).

Por lo que hace referencia a la comparación para los años 1996-2000, entre las funciones de riesgo por sectores económicos de las empresas de la muestra de Catalunya con las del Arco Mediterráneo y España, en la tabla 2.29 y la figura 2.28 se observa, por un lado, que en la industria, las tasas de mortalidad más elevadas corresponden a la muestra de empresas catalanas (con un 13,8% el primer año y un 16,8% en el cuarto); así como las más reducidas (un 8,4% en el segundo año y un 11,8% en el tercero).

Por otro lado, para la construcción también sucede algo parecido, ya que Catalunya tiene las tasas más elevadas en el primer y cuarto año (26,5% y 12,8% respectivamente) y las más reducidas (13,5% en el segundo año, aunque compartido con España, 13,2% y 10,4% en el tercero).

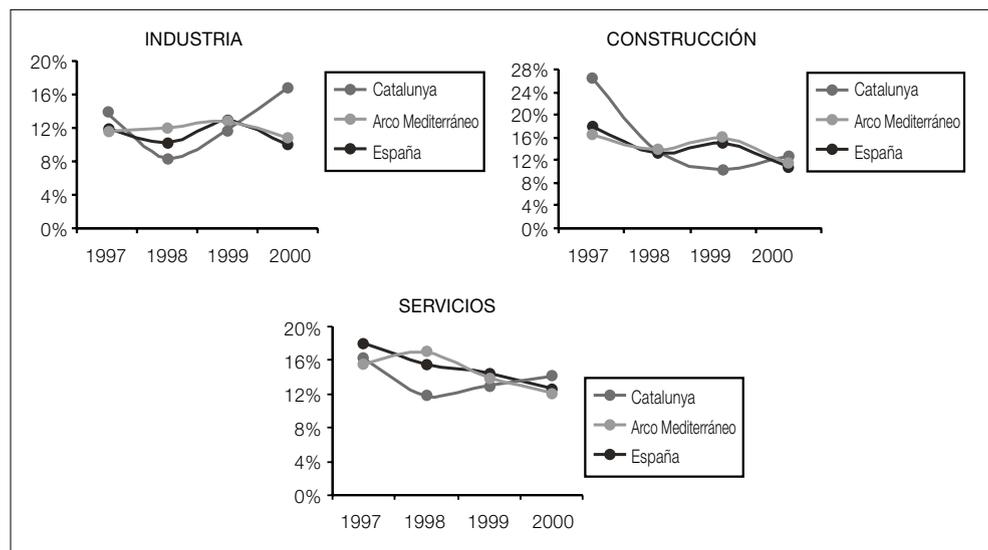
Por último, en el sector servicios es España la que tiene una tasa de mortalidad más elevada en el primer año y en el tercero (18% y 14,5% respectivamente), así como el Arco Mediterráneo en el segundo (16,9%) y Catalunya en el cuarto (14,2%). Como comentario general se puede decir que, a excepción del sector servicios, en que las empresas de las tres áreas consideradas difieren bastante, el Arco Mediterráneo y España siguen un patrón parecido en cuanto a las tasas de mortalidad por sectores.

**Tabla 2.29. Datos de la función de riesgo de las empresas en Catalunya, Arco Mediterráneo y España, por sectores económicos, en porcentajes (1996-2000)**

	1997	1998	1999	2000
<b>Catalunya</b>				
Industria	13,8	8,4	11,8	16,8
Construcción	26,5	13,5	10,4	12,8
Servicios	16,3	11,9	13,1	14,2
<b>Arco Mediterráneo</b>				
Industria	11,6	12,0	12,9	10,9
Construcción	16,5	14,0	15,8	11,5
Servicios	15,5	16,9	14,0	12,2
<b>España</b>				
Industria	12,0	10,2	12,9	10,0
Construcción	18,0	13,2	15,0	11,0
Servicios	18,0	15,5	14,5	12,7

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002) y de Cámaras de Comercio (2001).

**Figura 2.28. Tasas de mortalidad y función de riesgo empresarial en Catalunya por sectores económicos, en porcentajes. Comparación con Arco Mediterráneo y España (1996-2001)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002) y de Cámaras de Comercio (2001).

## 2.4.2. Función de supervivencia empresarial

La supervivencia de las nuevas empresas se expresará a través de la función de supervivencia que refleja el porcentaje de nuevas empresas que continúan desarrollando su actividad en cada año posterior al nacimiento de las mismas. Cada uno de los puntos de la función de supervivencia (1997, 1998...) muestra el porcentaje de empresas creadas en el año 1996 que aún mantienen su actividad en cada uno de los años siguientes.

La figura 2.29 refleja el seguimiento de la trayectoria vital de la muestra nuevas empresas catalanas creadas en el año 1996. Según estos datos, en el primer año de vida mantienen su actividad un 82,2% de las mismas, en el segundo un 72,8%, en el tercero un 63,8%, en el cuarto un 54,6% y, después de 5 años, sólo el 50,2% de las nuevas empresas continúan en activo.

En cuanto a la distinción a nivel sectorial en Catalunya, en la misma figura se observa que no existen diferencias significativas con relación a las tasas de supervivencia relativas al total de la muestra catalana, a excepción de la reducida tasa (73,5%) obtenida para el primer año en el caso del sector de la construcción, que concuerda obviamente con la función de riesgo para el mismo año presentada en la tabla 2.29.

Si se compara la supervivencia de las empresas de la muestra de Catalunya con la del vivero de empresas de Terrassa (Ajuntament de Terrassa, Foment de Terrassa, SA),<sup>28</sup> y la del de Sabadell (Ajuntament de Sabadell),<sup>29</sup> en las tablas 2.30 y 2.31 se comprueba que las tasas de supervivencia intraanual son mucho más elevadas para los viveros de empresas. En el caso concreto del vivero de Terrassa, la supervivencia de las empresas que nacieron el año 1996 después de cinco años de vida es del 100%. Además, ninguna de las 75 empresas creadas desde ese año ha desaparecido en años posteriores.

Estos resultados confirman los supuestos de la literatura sobre el tema que afirma que los viveros y en general los mecanismos de apoyo favorecen el éxito inicial de las nuevas empresas, así como su supervivencia. No obstante, debemos nuevamente interpretar con cautela estos datos al tratarse de una muestra de dos viveros de los 26 que hay en Catalunya.<sup>30</sup>

Dichas tablas recogen también las características más relevantes de las nuevas empresas ubicadas en los viveros de Terrassa y de Sabadell, respectivamente.

Por un lado, de las 75 empresas ubicadas en el vivero de Terrassa, el 66,7% pertenecen al sector servicios y el resto a la industria, habiendo generado 257 puestos de trabajo con una media de más de tres empleados por empresa. Por su parte, el número de empresas vinculadas al vivero de Sabadell es más reducido, con 18 empresas en el periodo 1996-2001, donde el total de empresas son del sector terciario. Este vivero ha generado 50 puestos de trabajo con una media de 2,6 empleados por empresa.

---

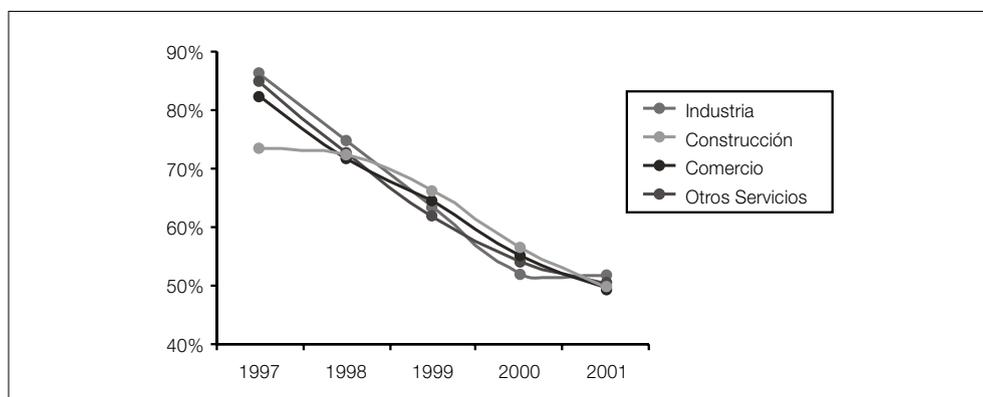
28. Este vivero de empresas está ubicado en Terrassa (Barcelona). Cabe recordar que la muestra de empresas de Catalunya se obtuvo de este municipio del Vallès Occidental.

29. Sabadell es otro municipio del Vallès Occidental de características muy similares a Terrassa.

30. Información obtenida del documento *Vivers d'empresa a Catalunya*, del CIDEM (2003).

**Figura 2.29. Tasas de supervivencia y función de supervivencia de las empresas en Catalunya por sectores económicos, en porcentajes (1996-2001)**

	1997	1998	1999	2000	2001
Catalunya	82,2	72,8	63,8	54,6	50,2
Industria	86,2	75,0	63,5	52,0	51,7
Construcción	73,5	72,3	66,1	56,5	49,5
Comercio	82,5	71,9	64,5	55,1	49,8
Otros Servicios	85,0	72,8	61,7	54,3	50,3



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002).

**Tabla 2.30. Creación y desaparición de las nuevas empresas en el vivero de empresas de Terrassa (Foment de Terrassa, S.A.) para el periodo 1996-2001. Características más relevantes de las nuevas empresas**

Año creación	Altas	Bajas	T.S. <sub>p</sub> * (%)	Sector (%)			Total empleados	Empleados (media)
				Ser.**	Ind.**	Otr.		
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
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>66,7</b>	<b>32,0</b>	<b>1,3</b>	<b>257</b>	<b>3,4</b>

\* T.S.<sub>p</sub>.: tasa de supervivencia intraanual; \*\* Ser: servicios; Ind.: industria.

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Vivero de empresas del Ajuntament de Terrassa y M. Borràs (Foment de Terrassa S.A.) (2002).

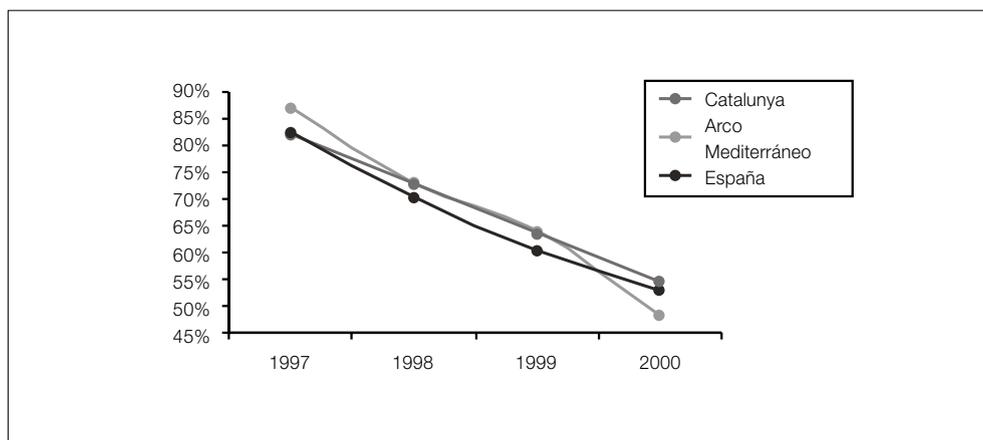
**Tabla 2.31. Creación y desaparición de las nuevas empresas en el vivero de empresas de Sabadell (Ajuntament de Sabadell) para el periodo 1996-2001. Características más relevantes de las nuevas empresas**

Año creación	Altas	Bajas	T.S. <sub>p</sub> * (%)	Sector (%)	Total empleados	Empleados (media)
				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
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>77,8</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>2,6</b>

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Vivero de empresas del Ajuntament de Sabadell y C. Torreguitart, 2002.

**Figura 2.30. Tasas de supervivencia y función de supervivencia empresarial en Catalunya, en porcentajes (1996-2001). Comparación con Arco Mediterráneo y España**

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



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002) y Cámaras de Comercio (2001).

En cuanto a la comparación de la función de supervivencia de las empresas de la muestra de Catalunya con la del Arco del Mediterráneo y de España, de la figura 2.30 se desprende que las tasas de supervivencia en el periodo 1996-2000 son similares para Catalunya y España, mientras que las empresas del Arco del Mediterráneo experimentan una tasa de supervivencia más elevada para el primer año (87,0%) y más reducida para el cuarto (48,5%).

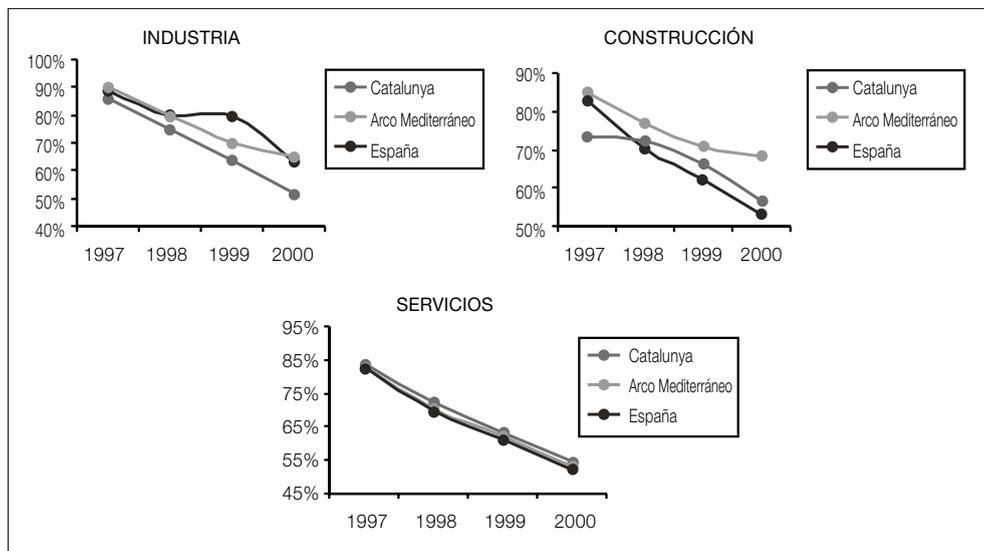
En referencia a la distinción por sectores económicos, la tabla 2.32 y la figura 2.31 ponen de manifiesto que las tasas de supervivencia para el periodo 1996-2000 son muy similares para las tres áreas consideradas en el caso de los servicios; que son sensiblemente superiores para el Arco Mediterráneo e inferiores para España la construcción y bastante dispares para el sector industria en el año 1999, donde la tasa de supervivencia es superior para España (79,9%) e inferior para Catalunya (63,5%), así como en el año 2000, con una tasa inferior por parte de la muestra catalana (52%).

**Tabla 2.32. Tasas de supervivencia de las empresas en Catalunya por sectores económicos, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1996-2000)**

	1997	1998	1999	2000
<b>Catalunya</b>				
Industria	86,2	75,0	63,5	52,0
Construcción	73,5	72,3	66,1	56,5
Servicios	83,7	72,3	63,1	54,7
<b>Arco Mediterráneo</b>				
Industria	90,0	80,0	70,0	65,0
Construcción	84,9	77,0	71,0	68,0
Servicios	85,0	75,0	65,0	58,0
<b>España</b>				
Industria	89,0	79,5	79,9	63,0
Construcción	83,0	70,1	62,0	53,0
Servicios	83,0	70,0	61,0	52,0

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002) y de Cámaras de Comercio (2001).

**Figura 2.31. Tasas de supervivencia y función de supervivencia empresarial en Catalunya, por sectores económicos, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España**



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002) y Cámaras de Comercio (2001).

### 2.4.3. Resumen tasas de mortalidad y de supervivencia empresarial en Catalunya

En la tabla 2.33, se presenta el resumen de las tasas de mortalidad y de supervivencia empresarial para el periodo 1996-2001 en la muestra catalana.

**Tabla 2.33. Resumen de las tasas de mortalidad y de supervivencia en Catalunya, en porcentajes (1996-2001)**

	1997		1998		1999		2000		2001	
	T.M. <sub>p</sub> *	T.S. <sub>g</sub> **	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
Industria	13,8	86,2	8,4	75,0	11,8	63,5	16,8	52,0	4,8	51,7
Construcción	26,5	73,5	13,5	72,3	10,4	66,1	12,8	56,5	10,0	49,5
Comercio	17,5	82,5	12,6	71,9	11,5	64,5	13,6	55,1	8,5	49,8
Otros Servicios	15,0	85,0	11,1	72,8	14,7	61,7	14,7	54,3	7,7	50,3
Arco Mediterráneo	13,0	87,0	14,3	73,0	8,5	64,0	15,9	48,5	n.d.***	n.d.
España	17,3	82,7	14,5	70,6	14,3	60,3	12,0	53,0	n.d.	n.d.

\* T.M.: tasa de mortalidad; \*\* T.S.: tasa de supervivencia; \*\*\* n.d.: información no disponible.

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ajuntament de Terrassa y J. Escofet (2002) y Cámaras de Comercio (2001).

De esta tabla se desprende que sólo el 50,2% de las empresas catalanas creadas en el año 1996 mantienen su actividad cinco años después de su fundación. Este porcentaje se mantiene en el ámbito sectorial, aunque cabe decir que la tasa de supervivencia es aún menor en los sectores de la construcción (49,5%) y el comercio (49,8%), y superior en la industria (51,7%), mientras que en los otros servicios es muy similar (50,3%) al conjunto de la muestra catalana.

Si comparamos las tasas de supervivencia de las empresas catalanas con las del Arco de Mediterráneo y de España, en este caso para el periodo 1996-2000, observamos que la muestra de empresas catalanas tiene una tasa superior de supervivencia ya que, mientras que el 54,6% de éstas permanecían en activo cuatro años después de su creación, sólo el 48,5% y el 53% lo hacían para el Arco Mediterráneo y España, respectivamente.

Por otro lado, en la misma tabla 2.34 se puede observar que, para la muestra de empresas catalanas, las tasas más elevadas de mortalidad se producen en el año siguiente al nacimiento de la empresa (17,8%), o sea la probabilidad de cierre de las nuevas empresas disminuye al aumentar su antigüedad, siendo generalmente la función de riesgo decreciente. Estos resultados coinciden para España, donde la tasa de mortalidad para el primer año es de 17,3%, pero se distancian de los del Arco Mediterráneo donde dicha tasa es del 13,0%.

En referencia al ámbito sectorial de Catalunya, la tasa de mortalidad en el año siguiente al nacimiento de la empresa para el sector terciario (comercio y otros servicios) es similar a la del conjunto de la muestra catalana, mientras que dicha tasa es muy superior para la construcción (26,5%) e inferior para la industria (13,8%).

En este capítulo se ha realizado una radiografía del tejido empresarial en Catalunya para los años 1996-2001, tanto desde un punto de vista estático como dinámico.

Por un lado, a partir de la información obtenida del DIRCE y de IDESCAT, se han descrito los rasgos básicos de las empresas catalanas en el periodo 1996-2001, dando respuesta a preguntas tales como las siguientes: ¿cuántas empresas existen en la actualidad en Catalunya?, ¿cuál ha sido la tasa de aumento en los últimos años?, ¿cómo ha evolucionado su distribución por sectores y su tamaño? y ¿qué aspectos distinguen la empresa catalana de la española y la europea?

Por otro lado, se ha analizado la rotación empresarial en dicho periodo, a partir de las tasas de entrada y de salida de la muestra considerada de empresas catalanas, detallando la relación entre dichas tasas. También se ha realizado un seguimiento durante los primeros cinco años de vida de la trayectoria de las empresas de dicha muestra, con la finalidad de analizar la tasa de supervivencia de las mismas, respondiendo entre otras, a las siguientes preguntas: ¿Cuántas empresas de las creadas en el año 1996, mantienen su actividad en el 2001?, ¿las tasas de mortalidad empresarial son más elevadas en los primeros años de vida? ¿qué sectores son los que sufren mayor número de bajas?, ¿son distintas las características demográficas de las empresas catalanas con relación a las empresas españolas y europeas?

# 3

## ORGANISMOS Y MEDIDAS DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN CATALUNYA

*«Hay cosas que deben hacernos perder la razón, o entonces es que no tenemos ninguna razón que perder.»*  
(Lessing)

En este capítulo se analiza el entorno institucional formal de la creación de empresas en Catalunya, en cuanto a organismos y medidas de apoyo, tanto desde el punto de vista de la oferta (organismos y programas de apoyo a la creación de empresas), como sobre todo desde el punto de vista de la demanda (conocimiento, utilización y valoración de los servicios de asistencia por parte de los nuevos empresarios). También se examina la relación de dependencia entre las variables tipológicas de los individuos de la muestra de *empresarios potenciales* («sexo», «edad», «nivel de estudios» y «antecedentes de empresarios en la familia») y el «conocimiento», la «utilización» y la «valoración» de los programas de apoyo.<sup>31</sup>

Según se señaló en el capítulo 1, en esta fase de la investigación para el análisis de los organismos y programas de apoyo se utilizó básicamente información secundaria. Además, se realizaron entrevistas personales a los responsables de los organismos de fomento a la creación de empresas (para el estudio de la oferta de apoyo) y entrevistas personales y telefónicas a los empresarios actuales y potenciales, respectivamente (para el estudio de la demanda de asistencia) (Consultar Anexo 2 para los cuestionarios utilizados).

Así pues, en este capítulo se parte de la base de que los factores institucionales formales tienen un papel fundamental en la creación de una empresa propia. De esta manera, la existencia de programas de apoyo adecuados a las necesidades de los nuevos empresarios, así como la mejora en el conocimiento, la utilización y la valoración de estos servicios de asistencia, pueden influir de forma positiva en la creación de nuevas empresas en Catalunya.

---

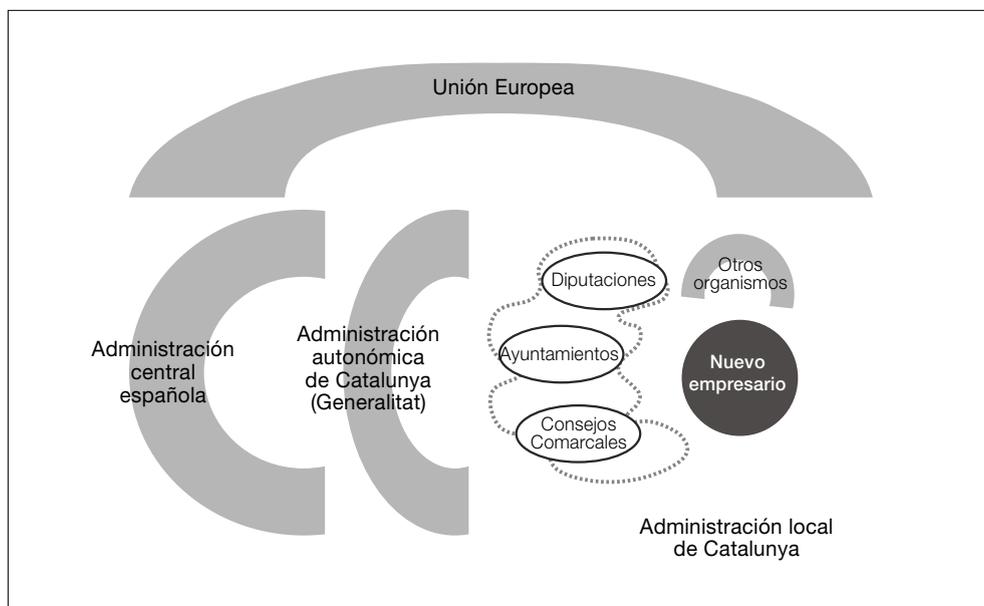
31. Para medir dichas relaciones de dependencia y comprobar su significación estadística se aplicó el test de la Chi-Cuadrado ( $\chi^2$ ). Además, aparte del análisis de frecuencias y porcentajes para la descripción de variables específicas de interés, también se utilizó el test estadístico de la «t» para contrastar medias correspondientes a ítems relativos a la opinión global de las medidas de apoyo por parte de las dos muestras de nuevos empresarios consideradas.

### 3.1. MARCO INSTITUCIONAL FORMAL DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN CATALUNYA

El marco institucional formal de apoyo a la creación de empresas en Catalunya se caracteriza por su amplitud y complejidad, tanto en lo referente al gran número de organismos implicados y las relaciones existentes entre éstos, así como por la variedad de servicios y programas de asistencia ofrecidos por dichos organismos.

En la figura 3.1 se pueden observar los distintos niveles en los que se insertan los organismos de apoyo a los nuevos empresarios catalanes.

Figura 3.1. Marco institucional global de la creación de empresas



Fuente: elaboración propia.

Según esta figura, la Unión Europea funciona como un gran paraguas que distribuye fondos públicos a la Administración Central Española y a las Administraciones Autonómica y Local Catalanas, así como a otro tipo de organismos. Finalmente, el nuevo empresario recibirá los servicios de apoyo a la creación de su empresa, procedentes en la mayoría de los casos de la Generalitat y de las Administraciones locales.

### **3.1.1. Tipos de organismos de apoyo a la creación de empresas<sup>32</sup>**

Concretamente, en el marco de los organismos de apoyo se distinguirá entre aquellos organismos que promocionan y financian los servicios de asistencia a las nuevas empresas y aquellos organismos que gestionan y ofrecen dichos servicios.

Por una parte, la Administración Pública (Europea, Española y Catalana) promociona y financia los servicios de apoyo a los nuevos empresarios, mientras que organismos públicos, privados y mixtos<sup>33</sup> gestionan los fondos públicos procedentes de la administración y ofrecen gratuitamente los servicios de asistencia a las nuevas empresas.

Por otra, existen organismos privados, como es el caso de las gestorías y las consultorías, que, de forma independiente a las administraciones públicas, se encargan de promover y ofrecer sus servicios a cambio de una contraprestación económica por parte del nuevo empresario. También se tendrán en cuenta organismos de carácter privado, como los bancos y cajas de ahorros, que tienen convenios con las administraciones públicas para facilitar la financiación de las nuevas empresas (líneas de crédito, subvenciones del tipo de interés, etc.).

Por último, los denominados otros agentes socioeconómicos, como es el caso de las cámaras de comercio, las patronales, los sindicatos y otro tipo de asociaciones, disponen de servicios gratuitos específicos para la creación de nuevas empresas, financiados en parte por fondos procedentes de la Administración Pública.

De esta manera, el marco institucional formal en Catalunya se dividirá en tres segmentos a los cuales puede acceder el nuevo empresario en busca de apoyo para la creación de su empresa (figura 3.2):

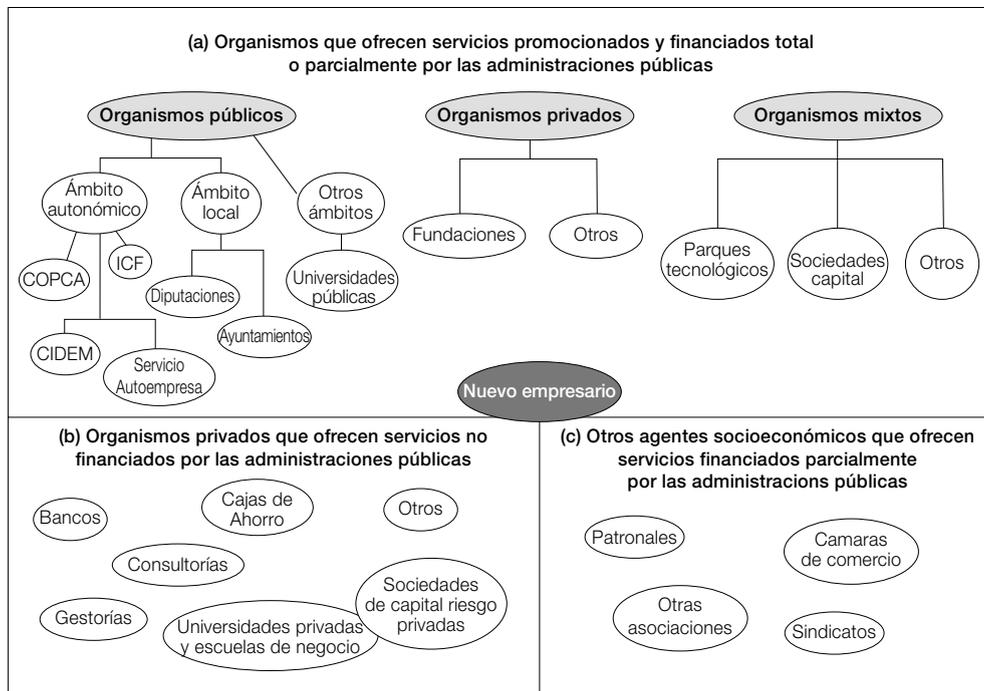
- a) Organismos públicos, privados y mixtos que ofrecen servicios promocionados y financiados total o parcialmente por la Administración Pública.
- b) Organismos privados que ofrecen este tipo de servicios sin recibir financiación de la Administración Pública.
- c) Otros agentes socioeconómicos que ofrecen servicios parcialmente financiados por la Administración Pública.

---

32. Para tener información más detallada sobre los organismos y programas de apoyo a la creación de empresas, consultar: «Marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya: Oferta y demanda de servicios de apoyo» (Urbano, 2003a).

33. Clasificación elaborada considerando la propiedad del capital por parte de las instituciones. En el caso de las instituciones públicas, el capital está en manos de la Administración Pública. En el caso de las instituciones privadas, el capital es propiedad de empresas privadas o particulares. Por último, para las instituciones mixtas la propiedad del capital está compartida por la Administración Pública y empresas privadas.

**Figura 3.2. Marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya: Organismos que ofrecen servicios y programas de apoyo**



Fuente: elaboración propia.

### 3.1.2. Tipos de medidas de apoyo a la creación de empresas: medidas generales y específicas

En cuanto al tipo de mecanismos de asistencia a la creación de nuevas empresas ofrecidas por los organismos anteriores, se distinguirán las medidas generales de las medidas específicas de apoyo.

Las medidas de carácter general se refieren fundamentalmente a las normas y regulaciones gubernamentales que afectan la creación de empresas y que van destinadas a mejorar el entorno en el que nacen y se desarrollan las nuevas iniciativas empresariales. Cabe decir que este tipo de medidas no serán tratadas explícitamente en este trabajo. De todas maneras, en la tabla 3.1 se presentan las medidas generales más relevantes.

**Tabla 3.1. Medidas generales de apoyo a la creación de empresas**

---

Medidas generales	
	Adecuación de los reglamentos, la legislación y los trámites administrativos a las necesidades del empresario (p.e. constitución y registro de empresas)
	Reducción y aceleración de los trámites administrativos necesarios para crear una empresa (p.e. ventanilla única para la realización de los trámites necesarios para la creación de empresas)
	Beneficios fiscales para las empresas de nueva creación (p.e. exención del impuesto sobre sociedades, bonificación en la cuota del impuesto sobre sociedades, etc.)
	Incentivación y potenciación del espíritu empresarial en el ámbito global de la sociedad. Sensibilización de la importancia de crear empresas entre la población en general
	Creación de redes eficientes entre los empresarios que contribuyan a favorecer las condiciones de éxito en la creación de empresas

---

Fuente: elaboración propia a partir del documento de la Dirección General de la PYME (2000): «Medidas de apoyo a la PYME» y de la web (<http://www.ipyme.org>).

En referencia a las medidas específicas de apoyo, según se refleja en las tablas 3.2 y 3.3 se consideran las de carácter económico («duras») y las de carácter no económico («blandas»). El primer tipo de medidas se divide en préstamos financieros, subvenciones y capital riesgo. Por su parte, las medidas no económicas comprenden información-orientación, asesoramiento-acompañamiento, seguimiento, formación y los viveros de empresa.

**Tabla 3.2. Medidas económicas**

---

Medidas económicas	
<b>Préstamos</b>	– Líneas de crédito para los nuevos empresarios, a partir de convenios firmados por las administraciones públicas y las entidades financieras que se concretan en préstamos en condiciones preferentes
<b>Subvenciones</b>	– Subvención de tipos de interés – Subvenciones de los costos de cursos en formación de creación de empresas y asesoramiento plan de empresa, etc.
<b>Capital riesgo</b>	– Actividad financiera consistente en la toma de participaciones, con carácter temporal y generalmente minoritarias, en el capital de empresas no cotizadas en bolsa por parte de una sociedad de capital riesgo
<b>Otras medidas económicas</b>	– Capitalización de la prestación por desempleo – Garantías y avales de préstamos

---

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3.3. Medidas no económicas

Medidas no económicas	
<b>Información y orientación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sobre medidas económicas y no económicas para la creación de una empresa</li> <li>– Sobre la forma jurídica de la nueva empresa</li> </ul>
<b>Asesoramiento y acompañamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– En los trámites que se deben realizar para crear una empresa</li> <li>– En la elaboración del plan de empresa</li> </ul>
<b>Seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– De la evolución de las empresas que han recibido algún tipo de asistencia en el proceso de su creación</li> </ul>
<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cursos y seminarios de creación de empresas</li> <li>– Cursos sobre el desarrollo del producto/servicio y su lanzamiento y cursos de formación continua</li> </ul>
<b>Viveros de empresa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zonas industriales: polígonos industriales, polígonos industriales de alto nivel y parques industriales.</li> <li>– Parques tecnológicos o de investigación: parques industriales y parques científicos o de investigación.</li> <li>– Espacios empresariales compartidos: viveros de empresas, centros de empresas y oficinas de apoyo</li> </ul>
<b>Otras medidas no económicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Premios y concursos para fomentar la creación de empresas<sup>34</sup></li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

### 3.2. DEMANDA DE SERVICIOS DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN CATALUNYA

Una vez detallado el marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya desde el punto de vista de la oferta (organismos y programas de apoyo), en este apartado se presentan los principales resultados de la entrevista personal realizada a los *empresarios actuales*, así como de la encuesta telefónica realizada a los *empresarios potenciales*<sup>35</sup> en cuanto a los servicios de asistencia existentes. De esta manera, el análisis de la oferta se completará con el estudio de la demanda de medidas de apoyo, planteando también la adecuación entre los mismos.

34. Cabe destacar que cada día son más los concursos y premios existentes en Catalunya sobre ideas empresariales y planes de empresa que intentan incentivar la creación de nuevas empresas.

35. Como ya se comentó anteriormente, en este estudio se han considerado empresarios potenciales como aquellas personas que se encuentran inmersas en el proceso de crear su propia empresa y empresarios actuales a aquéllos que han creado su empresa recientemente.

### **3.2.1. Características de la muestra de *empresarios actuales* y de la muestra de *empresarios potenciales***

Según la tabla 3.4, los datos aportados por la entrevista personal realizada a 60 empresarios caracterizan al *empresario actual* como un hombre (93,7%) de entre 40 y 45 años (43,5 de promedio de edad), nacido en la provincia de Barcelona (51,7%), con estudios secundarios (38,3%), con antecedentes de empresarios en la familia (68,3%) y con experiencia en la creación de empresas (75%).

Por otra parte, según la misma tabla, los datos correspondientes a las 307 encuestas telefónicas muestran un perfil del *empresario potencial* caracterizado por ser un hombre (57,7%), de entre 30 y 35 años (33,8 de promedio de edad), nacido en la provincia de Barcelona (67,1%), con estudios secundarios (25,1%) o universitarios (42,7%), sin antecedentes de empresarios en la familia (58,0%) y sin experiencia en la creación de empresas (87,6%).

De esta manera, las dos muestras reflejan una notable representatividad de los hombres frente al colectivo de las mujeres, además de tratarse en la mayoría de los casos de empresarios nacidos en la provincia de Barcelona, aunque el *empresario potencial* es más joven y tiene mejor formación académica que el *empresario actual* representado en la muestra.

Cabe destacar, con relación a la variable sexo, que en la muestra de *empresarios actuales* el porcentaje de mujeres representadas (6,7%) es muy inferior a la tasa de actividad de las mujeres (41,9%) en Catalunya (datos del Institut de d'Estadística de Catalunya-IDESCAT). En cambio, en la muestra de *empresarios potenciales* el porcentaje de mujeres representadas (42,3%) es muy similar a dicha tasa de actividad.

En el caso de los hombres sucede algo parecido al de las mujeres, pero en sentido contrario. En la muestra de *empresarios actuales* el porcentaje de hombres representados (93,7%) es muy superior a su tasa de actividad (65,3%) en Catalunya, mientras que en la muestra de *empresarios potenciales* el porcentaje de hombres representados (57,7%) es ligeramente inferior a dicha tasa de actividad. Atendiendo a los datos de las muestras correspondientes a los antecedentes de empresarios en la familia y a las empresas creadas con anterioridad, mientras que el *empresario actual* denota gran experiencia en la creación de empresas (el 75% ya había creado una, dos o tres empresas), y además se ha socializado en un entorno familiar de empresarios, el *empresario potencial* no había creado ninguna empresa en el pasado ni tampoco había crecido rodeado de empresarios en la familia.

**Tabla 3.4. Características de la muestra de *empresarios actuales* y de la muestra de *empresarios potenciales*, en porcentajes**

	Empresarios actuales (%) n = 60	Empresarios potenciales (%) n = 307
<b>Sexo</b>		
Masculino	93,7	57,7
Femenino	6,3	42,3
<b>Edad</b>		
Menos de 25 años	–	5,2
Entre 25 y 34 años	20,0	41,4
Entre 35 y 44 años	26,7	30,3
Entre 45 y 55 años	38,3	18,2
Más de 55	15,0	4,9
<b>Lugar de nacimiento</b>		
Barcelona	51,7	67,1
Tarragona	5,0	4,6
Lleida	10,0	7,2
Girona	3,3	4,9
Otras regiones de España	30,0	10,7
Otros	–	5,5
<b>Nivel de estudios</b>		
Sin estudios	5,0	1,0
Estudios primarios	20,0	14,0
Formación profesional	16,7	12,7
Estudios secundarios	38,3	25,1
Estudios universitarios	18,3	42,7
Tercer ciclo (master/doctorado)	1,7	4,5
<b>Antecedentes empresarios en la familia</b>		
Si	68,3	42,0
No	31,7	58,0
<b>Creación de alguna empresa con anterioridad</b>		
Si	75	12,4
No	25	87,6
<b>Número de empresas creadas con anterioridad</b>		
Una	35,6	81,6
Dos	23,8	7,9
Tres	14,3	7,9
Cuatro	4,8	–
Cinco	11,9	–
Seis	4,8	–
Más de seis	4,8	–

### **3.2.2. Características de las nuevas empresas de la muestra de empresarios actuales y de la muestra de empresarios potenciales**

En la tabla 3.5 se resumen las principales características descriptivas que definen las nuevas empresas, atendiendo a la localización geográfica, la propiedad, el sector de actividad, el número de empleados, la forma jurídica y el año de creación de la empresa.

Según la tabla 3.5 las características de las nuevas empresas son muy distintas para ambas muestras. Para la muestra de *empresarios actuales* las nuevas empresas creadas se caracterizan por ser de propiedad compartida (41,7%), de forma jurídica sociedad limitada (66,1%) y con un tamaño de entre 1 y 9 empleados (63,9%). En cambio, las empresas que finalmente fueron creadas por la muestra de *empresarios potenciales* son de propiedad única por parte de la persona que las fundó (91,8%), de forma jurídica *empresario individual* (42,9%) o sociedad de responsabilidad limitada (39%) y sin asalariados (42,9%) o con tamaño de entre 1 y 9 empleados (60,3%).

La mayor parte de *empresarios actuales* se dedicaron a actividades del sector de fabricación (33,3%) o comercio mayorista (26,7%), mientras que las nuevas empresas de la muestra de *empresarios potenciales* pertenecen al sector comercio detallista (29,9%) o de servicios (37,4%).

**Tabla 3.5. Características de las nuevas empresas de la muestra de empresarios actuales y de la muestra de empresarios potenciales, en porcentajes**

	Empresarios actuales (%)	Empresarios potenciales (%)
<b>Localización geográfica de la empresa</b>		
Barcelona	80,0	84,7
Tarragona	10,0	7,2
Lleida	5,0	3,9
Girona	5,0	4,2
<b>Propiedad de la empresa</b>		
Usted sólo	26,7	91,8
Usted y otros familiares	26,7	2,7
Usted y otras personas no familiares	41,7	3,7
Otros	5,0	1,8
<b>Sector de actividad de la empresa*</b>		
Construcción y contratas (15-17)	5,0	4,7
Fabricantes (20-39)	33,3 <sup>(1)</sup>	9,3
Transportes y comunicaciones (40-49)	11,7	4,7
Mayoristas (50-51)	26,7 <sup>(2)</sup>	9,3
Detallistas (52-59)	6,6	29,9 <sup>(3)</sup>
Finanzas, seguros y bienes raíces (60-67)	5,0	4,7
Servicios (70-89)	11,7	37,4 <sup>(4)</sup>
<b>Número de asalariados en el momento de creación de la empresa</b>		
Sin asalariados**	13,9	36,8
Entre 1 y 9 asalariados	63,9	60,3
Entre 10 y 24 asalariados	15,4	2,8
Entre 25 y 49 asalariados	6,8	—
<b>Forma jurídica en el momento de creación de la empresa</b>		
Autónomo (empresario individual)	1,7	42,9
Sociedad responsabilidad limitada	66,1	39,0
Sociedad cooperativa	5,1	10,5
Sociedad anónima	20,3	1,0
Otros	6,8	6,6

\* Sector económico al cual pertenece la empresa clasificado según el código SIC. Entre paréntesis el código específico del subsector.

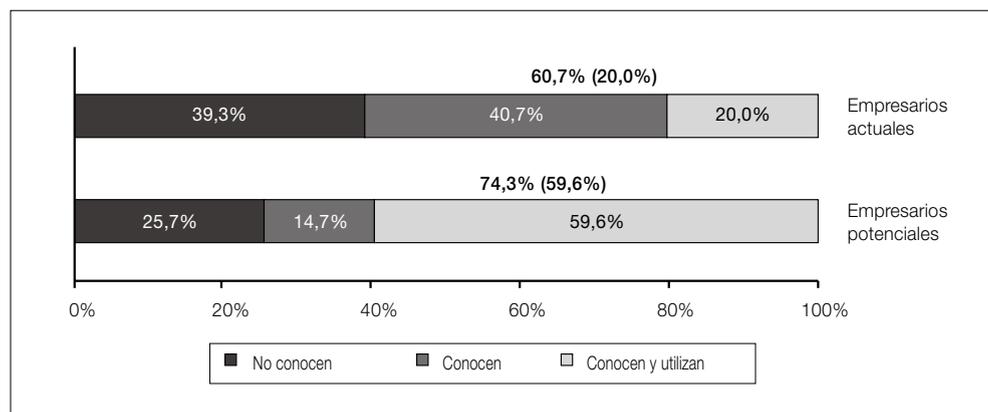
- (1) La mayor parte de empresas *Fabricantes* se distribuyen en el subsector de *Metalurgia, maquinaria y electrónica* (33, 34, 35 y 36) y en el subsector de *Papel y artes gráficas* (26 y 27).
- (2) Las empresas *Mayoristas* se distribuyen en porcentajes similares entre el subsector *Mayoristas de mercancías no perecederas* (50) y el subsector *Mayoristas de mercancías perecederas* (51).
- (3) La mayor parte de empresas *Detallistas* se distribuyen en los subsectores *Detallistas de artículos diversos* (59), *Detallistas de prendas de vestir* (56) y *Detallistas de alimentación* (54).
- (4) La mayoría de empresas de *Servicios* se dividen en los subsectores *Servicios comerciales* (73), *Servicios para el entretenimiento y ocio* (79) y *Servicios diversos* (89).

### 3.2.3. Comparación entre la muestra de empresarios actuales y la muestra de empresarios potenciales con relación al conocimiento, la utilización y la valoración de los servicios y programas de apoyo a la creación de empresas

A continuación se comparan la muestra de *empresarios actuales* y la muestra de *empresarios potenciales* con relación al conocimiento, la utilización y la valoración de los servicios y programas de apoyo a la creación de empresas.

La figura 3.3 refleja el porcentaje de empresarios de ambas muestras que conoce algún programa de apoyo a la creación de empresas, así como el porcentaje de empresarios que han utilizado alguno de estos programas.

**Figura 3.3.** Comparación de los programas y servicios conocidos y utilizados por parte de las dos muestras de empresarios, en porcentajes



Fuente: elaboración propia.

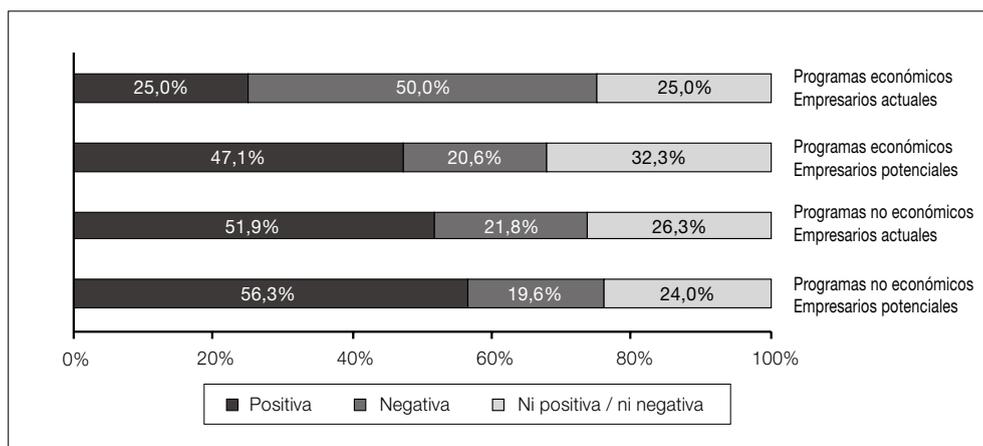
De esta figura se desprenden diferencias importantes. Por una parte, el porcentaje de empresarios potenciales que conoce algún programa (74,3%) es superior al porcentaje correspondiente a los *empresarios actuales* (60,7%). Por otra, el porcentaje de *empresarios potenciales* que ha utilizado algún programa de apoyo es claramente superior al porcentaje de *empresarios actuales* que lo ha hecho (59,6% frente al 20%).

Estos resultados difieren significativamente de los obtenidos en la encuesta ENSR realizada para el *Sexto Informe del Observatorio Europeo de la Pequeña y Mediana Empresa* (2000) sobre el conocimiento y la utilización de programas de apoyo por parte de los nuevos empresarios. En los países de la Unión Europea, sólo el 20% conocía algún programa de apoyo y aún era menor el porcentaje que utilizó algún programa (10%).

En cuanto a la valoración de los programas utilizados, la figura 3.4 refleja que los programas no económicos son mejor valorados tanto por la muestra de *empresarios actuales*

como por la muestra de *empresarios potenciales* (51,9% y 56,3% respectivamente). También se puede apreciar que los programas peor valorados son los de tipo económico y por parte de los *empresarios actuales* (un 50% de esta muestra los valora negativamente).

**Figura 3.4. Comparación de la valoración de los programas y servicios utilizados por parte de las dos muestras de empresarios, en porcentajes**



Fuente: elaboración propia.

En la tabla 3.6, se observa también que las características que corresponden a los programas no económicos son mejor valoradas tanto por parte de la muestra de *empresarios actuales*, como por parte de la muestra de *empresarios potenciales* (5,6 y 6,3 de promedio, respectivamente).

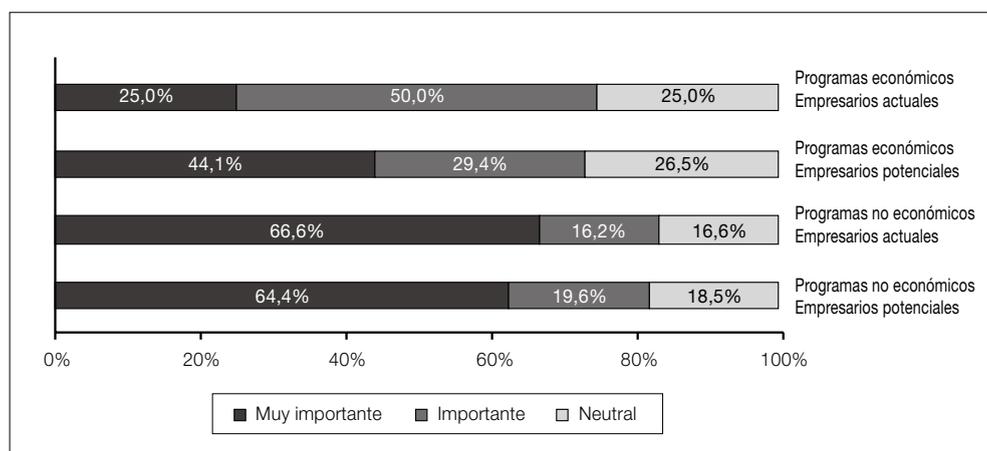
La característica más valorada corresponde al ítem «facilidad de acceso a la información necesaria» de los programas no económicos por parte de los *empresarios potenciales*. En cambio, la característica menos valorada es «la rapidez en el proceso de tramitación de las ayudas económicas» por parte de los *empresarios actuales*.

Tabla 3.6. Valoración de las características de los programas y servicios utilizados (valoración sobre 10)

Características de los programas utilizados	Empresarios actuales	Empresarios potenciales
<b>Programas económicos</b>		
Facilidad en el proceso de solicitud de la ayuda económica	3,8	5,5
Rapidez en el proceso de tramitación de la ayuda económica	3,0	4,2
Satisfacción de la ayuda económica recibida	3,5	4,7
Promedio	3,4	4,8
<b>Programas no económicos</b>		
Facilidad de acceso a la información necesaria sobre el programa	5,6	6,6
Adecuación de la información sobre el programa para su correcta comprensión	5,3	6,3
Satisfacción del servicio recibido	5,8	6,1
Promedio	5,6	6,3

Con relación a la importancia atribuida a los programas utilizados, la figura 3.5 refleja que tanto para la muestra de *empresarios actuales* como para la de *empresarios potenciales* los programas que han tenido mayor importancia en el proceso de creación de empresas son los de tipo no económico (66,6% y 64,4%, respectivamente).

Figura 3.5. Comparación de la importancia de los programas y servicios utilizados en el proceso de creación de la empresa según las dos muestras de empresarios, en porcentajes



Fuente: elaboración propia.

### 3.2.4. Análisis de la existencia de relación de dependencia entre las variables «utilización de algún programa» y «valoración del programa utilizado» con las variables tipológicas del empresario potencial de la muestra de Catalunya

A continuación, en las tablas 3.7 y 3.8, se han realizado los cruces correspondientes a las variables «utilización de algún programa» y «valoración del programa utilizado» con las variables tipológicas de «sexo», «edad», «nivel de estudios» y «antecedentes de empresarios en la familia» del *empresario potencial* catalán, con la finalidad de analizar las relaciones de dependencia<sup>36</sup> entre dichas variables.

Los niveles de significación del test estadístico de la Chi-Cuadrado<sup>37</sup> de la tabla 3.7 ponen de manifiesto que la utilización de algún programa de apoyo a la creación de la empresa, en el caso del *empresario potencial*, dependerá del nivel de estudios y de los antecedentes de empresarios en la familia, a un nivel de significación estadística del 95%.

Para el cruce de la variable «nivel de estudios» con la variable «utilización de algún programa», se observa que el porcentaje de *empresarios potenciales* con un nivel de estudios secundarios (66,2%) es mayor que el porcentaje de *empresarios potenciales* con cualquier otro nivel de estudios (33,3%, 39,5%, etc.) y además es mayor que el porcentaje total de la muestra que había utilizado algún programa en la creación de su empresa (59,6%).

Con relación al cruce de la variable «antecedentes de empresarios en la familia» con la variable «utilización de algún programa», se puede comprobar que el porcentaje de *empresarios potenciales* sin antecedentes de empresarios en la familia que han utilizado algún programa (66,1%) es mayor que el porcentaje de *empresarios potenciales* con antecedentes que utilizaron algún programa (52,5%) y además es mayor que el porcentaje total de la muestra que había utilizado algún programa (59,6%).

---

36. Con el propósito de contrastar si las dos variables consideradas actúan independientemente o por el contrario están asociadas entre ellas, se ha procedido a contrastar la hipótesis nula  $H_0$ : «Existe independencia entre ambas variables», frente a la hipótesis alternativa  $H_a$ : «No existe independencia entre ambas variables», utilizando el test estadístico de la Chi-cuadrado. Como ya se comentó al principio de este capítulo, el análisis de dependencia no se ha realizado para las muestras de empresarios actuales debido al reducido tamaño de dicha muestra (60 empresarios).

37. Para poder utilizar la Chi-Cuadrado se tienen que cumplir las dos condiciones siguientes:

a) No puede haber más de un 20% de casillas con un valor esperado menor de 5 y b) No puede haber ningún valor esperado menor de 1.

**Tabla 3.7.** Tabla de contingencia del cruce entre la utilización de algún programa y las variables tipológicas de la muestra del empresario potencial, en porcentajes

Variables tipològiques		Utilització de algún programa (%)		Test estadístico
		Sí	No	Valor de chi-cuadrado
<b>Sexo</b>				
	Masculino	61,0	39,0	$\chi^2 = 0,344$
	Femenino	57,7	41,3	
<b>Edad (intervalos de años)</b>				
	Menos de 25	62,5	37,5	$\chi^2 = 10,916$
	Entre 25 y 34	59,8	40,2	
	Entre 35 y 44	69,9	30,1	
	Entre 45 y 55	42,9	57,1	
	Más de 55	53,3	46,7	
<b>Nivel de estudios</b>				
	Sin estudios	33,3	66,7	$\chi^2 = 10,924^{**}$
	Est. primarios	39,5	60,5	
	Est. secundarios	66,2	33,8	
	Est. universitarios	59,6	40,4	
	Est. tercer ciclo	51,4	48,6	
	Est. form. profes.	56,4	43,6	
<b>Empresarios en la familia</b>				
	Con antecedentes	52,5	47,5	$\chi^2 = 5,669^{**}$
	Sin antecedentes	66,1	33,9	
<b>Total utilización de algún programa</b>		<b>59,6</b>	<b>40,4</b>	

\* Sig < 0,01

\*\* Sig < 0,05

En cuanto a la valoración de los programas utilizados, los niveles de significación del test estadístico de la Chi-Cuadrado de la tabla 3.8, indican que esta variable dependerá exclusivamente del sexo del empresario potencial, a un nivel de significación estadística del 95%.

En el cruce de las variable «sexo» y «valoración del programa utilizado» se observa que el porcentaje de mujeres que valoran positivamente el programa utilizado (56,3%) es mayor que el porcentaje de hombres que valoran positivamente la utilización de dicho programa (48,2%) y además es mayor que el porcentaje total de la muestra que había valorado positivamente la utilización del programa (47,4%).

**Tabla 3.8.** Tabla de contingencia del cruce entre la valoración de los programas utilizados y las variables tipológicas de la muestra del empresario potencial, en porcentajes

Variables tipológicas		Valoración programa utilizado (%)			Test estadístico
		Posi.	Nega.	Ni +/-	Valor de chi-cuadrado
<b>Sexo</b>					
	Masculino	48,2	21,9	29,8	$\chi^2 = 3,434^{**}$
	Femenino	56,3	13,4	30,2	
<b>Edad (intervalos de años)</b>					
	Menos de 25	54,5	9,1	36,4	$\chi^2 = 1,917$
	Entre 25 y 34	45,0	20,0	35,0	
	Entre 35 y 44	49,3	18,8	31,9	
	Entre 45 y 55	46,4	14,3	39,3	
	Más de 55	50,0	25,0	25,0	
<b>Nivel de estudios</b>					
	Sin estudios	100,0	–	–	$\chi^2 = 10,748$
	Est. primarios	31,8	31,8	36,4	
	Est. secundaris	47,1	11,8	41,2	
	Est. universitaris	53,4	15,9	30,7	
	Est. tercer ciclo	54,5	27,3	18,2	
	Est. form. profes.	34,8	26,1	39,1	
<b>Empresarios en la familia</b>					
	Con antecedentes	51,6	19,4	29,0	$\chi^2 = 2,114$
	Sin antecedentes	43,7	17,5	38,8	
<b>Total valoración programa utilizado</b>		<b>47,4</b>	<b>18,4</b>	<b>34,2</b>	

\* Sig < 0,01

\*\* Sig < 0,05

De esta manera, la tabla 3.9 resume las relaciones de dependencia entre las variables consideradas anteriormente. Según esta tabla, la utilización de algún programa de apoyo vendrá explicada por el nivel de estudios y los antecedentes de empresarios en la familia. Por su parte, la valoración del programa utilizado se puede explicar sólo a partir del sexo del *empresario potencial*.

**Tabla 3.9.** Resumen de la existencia de relaciones de dependencia entre las variables consideradas

Variables	Utilización algún programa	Valoración programa utilizado
Sexo	–	Sí**
Edad	–	–
Nivel de estudios	Sí**	–
Empresarios en la familia	Sí**	–

\* Sig < 0,01

\*\* Sig < 0,05

### 3.2.5. Análisis de la existencia de relación de dependencia entre la variable «creación de una empresa» y la variable «utilización de algún programa» por parte del empresario potencial de la muestra de Catalunya

A continuación, la tabla 3.10 muestra, mediante una tabla de contingencia, que para la muestra de *empresarios potenciales* considerada existe una relación de dependencia entre la creación de una empresa propia y la utilización de algún programa de apoyo en el proceso de creación de dicha empresa, en un contraste de la Chi-Cuadrado a un nivel de significación estadística del 95%.

En el cruce de la variable «creación de una empresa» con la variable «utilización de algún programa», se observa que el porcentaje de empresarios que en la creación de su empresa utilizaron algún programa de apoyo (40,4%) es mayor que el porcentaje de empresarios que crearon la empresa sin utilizar servicios de asistencia (26,6%) y además es mayor que el porcentaje total de la muestra que creó una empresa (34,9%).

**Tabla 3.10.** Tabla de contingencia del cruce entre la creación de una empresa y la utilización de algún programa por parte de la muestra del empresario potencial, en porcentajes

		Creación de la empresa (%)	
		Sí	No
Utilización de algún programa	Sí	40,4	59.6
	No	26,6	73.4
	Total creación empresa	34,9	65.1
Test estadístico Chi-cuadrado		$\chi^2 = 6,221^{**}$	

\* Sig < 0,01

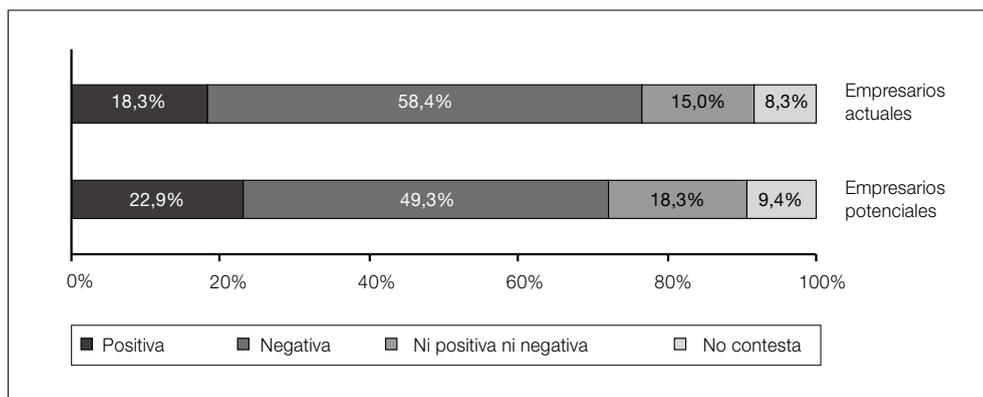
\*\* Sig < 0,05

En consecuencia, estos resultados, aunque con la debida precaución, confirman la hipótesis planteada en la literatura sobre el tema de que la utilización de mecanismos de apoyo en los primeros pasos de constitución de una nueva empresa inciden positivamente en la creación de la misma.

### 3.2.6. Análisis de la opinión global sobre las medidas de apoyo a la creación de empresas en Catalunya por parte de las dos muestras de empresarios

En referencia a la opinión global sobre las medidas de apoyo, la figura 3.6 refleja que dicha opinión es negativa por parte de las dos muestras de empresarios (58,4% en el caso de la muestra de empresarios actuales y 49,3% en el caso de la muestra de *empresarios potenciales*).

**Figura 3.6.** Comparación de la opinión global de las medidas de apoyo a la creación de empresas en Catalunya por parte de las dos muestras de empresarios, en porcentajes



Si se comparan los resultados obtenidos por las muestras de nuevos empresarios con la opinión global en cuanto a las medidas de apoyo por parte de la muestra de responsables entrevistados de los organismos que ofrecen algún tipo de apoyo,<sup>38</sup> se puede comprobar que dicha opinión coincide en gran medida, ya que un 60% de dichos responsables manifestaron tener una opinión negativa. Así pues, estos datos corroboran la visión desfavorable que tanto los responsables de los organismos (oferentes), como los nuevos empresarios (demandantes) de servicios de apoyo tienen sobre los mismos.

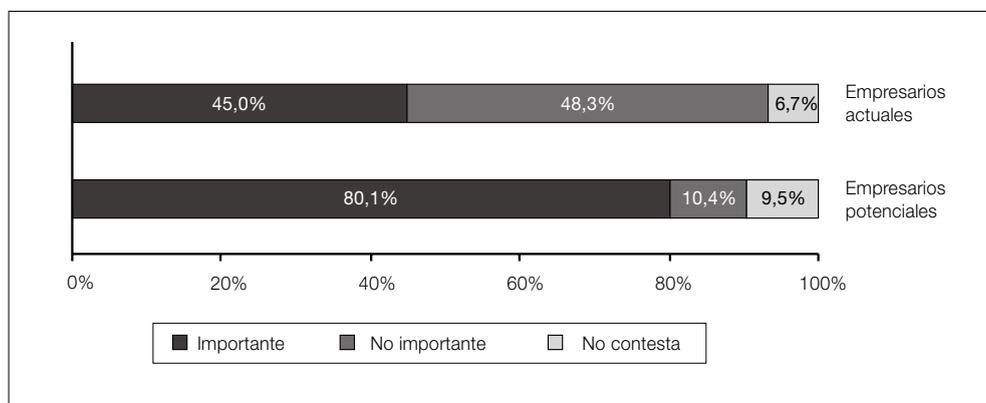
38. La persona responsable del área de creación de empresas de los organismos consideradas se caracteriza por ser un hombre (65%), de entre 35 y 44 años de edad (40 años de promedio), nacido en la provincia de Barcelona (80%), y con estudios universitarios en ciencias económicas y empresariales (70%) o en derecho (25%). Con relación a la experiencia laboral, lleva más de 3 años desempeñando este cargo (70%), y ya había trabajado en puestos similares por un periodo de entre 1 y 3 años (50%).

### 3.3. ADECUACIÓN ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LOS SERVICIOS DE APOYO EN CATALUNYA

Los resultados del análisis para determinar el grado de adecuación de las medidas de apoyo existentes para la creación de nuevas empresas se presentan en tres fases. En primer lugar, se comentan las opiniones de los nuevos empresarios encuestados en cuanto a la utilización de los fondos públicos dedicados a programas de apoyo a la iniciativa empresarial. En segundo lugar, se analiza su opinión general en torno a los programas de apoyo existentes, a partir de la valoración de unos ítems al respecto. Finalmente, se hará referencia a las recomendaciones que dichas muestras de empresarios han hecho sobre aspectos que, según su criterio, hay que cambiar para poder mejorar los servicios de asistencia a la creación de empresas.

En la figura 3.7 se observa que, mientras que el 80,1% de los *empresarios potenciales* cree que es importante que las administraciones inviertan fondos públicos en servicios de apoyo, el 48,3% de los *empresarios actuales* piensa en sentido opuesto.

Figura 3.7. Importancia atribuida según las dos muestras de empresarios a que las administraciones inviertan fondos públicos en medidas de apoyo a la creación de empresas, en porcentajes



En la tabla 3.11, se puede observar que las principales razones que la muestra de empresarios potenciales aduce para justificar la importancia de inversión de fondos públicos en la creación de empresas son la colaboración en el crecimiento económico (43,5%) y el aumento de la ocupación (28,1%) que puede suponer la creación de nuevas empresas.

**Tabla 3.11. Razones que justifican la importancia de invertir fondos públicos en medidas de apoyo a la creación de empresas, por parte de ambas muestras de empresarios, en porcentajes**

Razones de la importancia	Empresarios actuales (%)	Empresarios potenciales (%)
Para colaborar crecimiento económico (aumentar competitividad, incrementar tejido empresarial)	39,3	43,5
Para disminuir el paro (aumentar la ocupación)	31,5	28,1
Para incentivar la creación de empresas	12,8	82,0
Para equilibrar las zonas menos privilegiadas	4,9	10,2
Otros	11,5	9,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Por otro lado, de la tabla 3.12 se desprende que las razones más relevantes planteadas por los *empresarios actuales* para que las administraciones no inviertan fondos públicos en la creación de empresas son el hecho de que estas inversiones pueden favorecer la competencia desleal (29,4%), así como frenar la iniciativa individual (25%).

**Tabla 3.12. Razones más relevantes para que las administraciones no inviertan fondos públicos en las medidas de apoyo a la creación de empresas, por parte de ambas muestras de empresarios, en porcentajes**

Razones de la no importancia	Empresarios actuales (%)	Empresarios potenciales (%)
Favorecen la competencia desleal	29,4	14,5
Frenan la iniciativa individual	25,0	6,4
No se dan a quien más las necesita	13,8	27,4
No se gestionan bien	12,8	37,2
Otros	19,0	14,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

La tabla 3.13 refleja la opinión global negativa ya analizada anteriormente. En ella se muestra la valoración que los *empresarios actuales* y *potenciales* asignan a los ítems que representan algunas de las características específicas más importantes de las medidas de apoyo. También se analizan las diferencias estadísticamente significativas<sup>39</sup> entre las puntuaciones medias asignadas a dichos ítems por ambas muestras de empresarios.

39. Con el propósito de contrastar si existen diferencias estadísticamente significativas entre los dos grupos considerados, se ha procedido a contrastar la hipótesis nula  $H_0$ : «las medias de los dos grupos considerados son iguales» frente a la hipótesis alternativa,  $H_a$ : «las medias son diferentes», utilizando el test estadístico de la  $t$ .

**Tabla 3.13.** Opinión general sobre los programas y servicios de apoyo a la creación de empresas (valoración de cada ítem del 1 al 4, donde 4 es la máxima puntuación y 1, la mínima)

	Empresarios actuales		Empresarios potenciales		Test estadístico
	Media	D.T. <sup>(1)</sup>	Media	D.T.	Valor de t
Las considero poco acertadas y poco útiles	2,8	1,02	2,7	0,87	20,370
Son inadecuadas a las necesidades del empresario	2,5	0,73	2,2	0,83	15,553
No colaboran a tener éxito en el proceso de creación de una empresa	2,6	0,95	1,8	1,09	18,363**
Las considero insuficientes	3,6	0,75	3,3	0,93	-1,447
Considero que existen demasiadas trabas burocráticas para obtenerlas	3,1	0,62	2,9	0,92	-5,751
Sería mejor menos ayudas oficiales y dejar más libertad al empresario	2,8	1,08	1,9	1,16	-13,535*
No son suficientemente conocidas	3,5	0,78	3,4	0,88	5,121
No se promocionan de forma eficiente	2,9	0,83	3,0	0,94	4,889
No se utilizan demasiado	3,1	1,07	2,7	0,82	7,774
Sólo son conocidas por unos pocos privilegiados	3,3	0,79	3,0	1,22	-8,085

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

(1) D.T.: Desviación típica.

Según la tabla 3.13, tanto la muestra de empresarios actuales como la muestra de *empresarios potenciales*, coinciden en los ítems valorados con mayor puntuación: «las medidas de apoyo son insuficientes» (3,6 y 3,3 sobre 4, respectivamente) y «las medidas de apoyo no son suficientemente conocidas» (3,5 y 3,4 sobre 4, respectivamente). Por consiguiente, ambas muestras de empresarios estarían de acuerdo en señalar que los servicios y programas de asistencia a la creación de empresas existentes en Catalunya son insuficientes para apoyar de una forma eficiente a las nuevas empresas, además de no ser demasiado conocidos por las personas que podrían utilizarlos.

Los niveles de significación del test estadístico de la «t» de la tabla 3.14 indican que existen diferencias de medias estadísticamente significativas en sólo dos de los diez ítems considerados.

Por un lado, la valoración media que la muestra de *empresarios potenciales* asigna al ítem «sería mejor menos ayudas oficiales y dejar más libertad al empresario» es estadísticamente diferente y mayor (2,6 sobre 4) que la valoración media que la muestra de *empresarios actuales* asigna a este ítem (1,7 sobre 4), a un nivel de significación del 95%. Por otro, la valoración media que la muestra de *empresarios actuales* asigna al ítem «los

programas de apoyo no colaboran a tener éxito en el proceso de creación de una empresa» es estadísticamente diferente y mayor (2,8 sobre 4) que la valoración media que la muestra de *empresarios potenciales* asigna a este ítem (1,9 sobre 4), a un nivel de significación del 99%.

No se sabe, aunque se puede intuir, si la opinión negativa anteriormente comentada resulta de que las medidas de apoyo son poco valoradas, como se desprende de la tabla 3.13. De todas formas, hay que tener en cuenta que la muestra de *empresarios actuales* piensa que sería mejor que existieran menos ayudas oficiales y que el empresario tuviera más libertad en el proceso de creación de su empresa.

De esta manera, y como síntesis de los aspectos relacionados con la adecuación entre la oferta y la demanda de programas de apoyo, se puede afirmar por un lado, que en Catalunya existe una excesiva diversificación tanto de organismos como de servicios de asistencia a la creación de empresas, que conduce, junto a la falta de coordinación entre estos organismos, a duplicaciones y solapamientos en la oferta de los programas de apoyo a las nuevas empresas. Además, los organismos públicos implicados dependen demasiado del ciclo político en el cual están inmersos, siendo más importante en la oferta de servicios los intereses políticos que los criterios puramente de eficiencia.

Por otro lado, mientras que las muestras consideradas de nuevos empresarios señalan que las ayudas no son suficientemente conocidas, no se adaptan a sus necesidades y que se requieren demasiados trámites para obtenerlas, la mayor parte de muestra de responsables de los organismos (90%) piensa que se debería cambiar la forma en que sus organismos están ofreciendo los programas y servicios, y más de la mitad (65%) piensa que el resto de instituciones también deberían cambiar la forma en que ofrecen los servicios de asistencia. En este sentido, las principales cuestiones a tener en cuenta se refieren a la mejora en la gestión de los programas de apoyo (33,3%), la mejora en la coordinación de los mismos (27,4%), hacer más promoción (15,7%) y eliminar tanta burocracia (7,9%).

En consecuencia, se deduce que existe poca adecuación entre la oferta de servicios ofrecidos por los organismos y la demanda de asistencia requerida por los nuevos empresarios catalanes.

De todas formas, a pesar de los datos anteriores, cabe destacar que en Catalunya se está realizando un gran esfuerzo por parte de los agentes implicados en la creación de empresas, con la finalidad de construir un entorno más favorable para las nuevas iniciativas empresariales.

Según se ha desarrollado en este capítulo, los mecanismos de apoyo constituyen factores formales determinantes en la creación de las nuevas empresas. Asimismo, también es muy importante el papel de los organismos que ofrecen dichas medidas de asistencia. Por otro lado, la gran cantidad de trámites requeridos en la constitución de una empresa, así como su coste, pueden entorpecer igualmente el proceso de fundación de la misma. En este sentido, son varias las acciones que desde las distintas administraciones se están llevando a cabo, con la finalidad de reducir este tipo de barreras administrativas que afectan

a la actividad empresarial. Un ejemplo de ello es la *Ventanilla única empresarial*, como centro integrado de tramitación y de asesoramiento al nuevo empresario.

En referencia a la oferta de medidas de apoyo, en el presente capítulo se ha contextualizado el marco institucional formal de Catalunya en el ámbito de la Administración Central Española y de la Unión Europea, detallando el gran número de organismos y servicios de asistencia a la creación de empresas existentes actualmente en Catalunya. Así pues, se han distinguido los organismos públicos, privados y mixtos que ofrecen servicios promocionados y financiados total o parcialmente por la Administración Pública; los organismos privados que ofrecen este tipo de servicios sin recibir financiación de la Administración Pública; y los otros agentes socioeconómicos que ofrecen servicios parcialmente financiados por la Administración Pública. Asimismo se han considerado tanto las medidas de apoyo económico (préstamos financieros, subvenciones y capital riesgo) como las de carácter no económico (información-orientación, asesoramiento-acompañamiento, seguimiento, formación y viveros de empresa).

La demanda de medidas de apoyo, se ha estudiado desde el punto de vista de dos muestras de nuevos empresarios, a través del conocimiento, la utilización y la valoración que dichos colectivos tienen de los servicios de asistencia. A grandes rasgos, este análisis ha revelado que a pesar de que un elevado porcentaje de las muestras consideradas tenía conocimiento de los programas, el porcentaje que los había utilizado era muy inferior, siendo los programas mejor valorados los de tipo no económico.

Por lo que respecta a la opinión global de las medidas de apoyo existentes en Catalunya, las muestras de *empresarios actuales y potenciales* mostraron una opinión relativamente negativa, contrariamente a la opinión de la muestra de los empresarios de la zona rural de la Garrotxa, en que más de la mitad reveló tener una opinión positiva. Seguramente la opinión más positiva correspondiente a los nuevos empresarios del área rural puede obedecer a la relación más estrecha que los nuevos empresarios rurales tienen con los responsables de los organismos de apoyo. Dicha relación, implica en ciertos casos que se evalúe la persona que representa al organismo, en lugar de la calidad del servicio ofrecido.

Por otra parte, si se comparan los resultados anteriores con los de la muestra de responsables de los organismos que ofrecen algún tipo de apoyo, se puede comprobar que la opinión de esta muestra coincide en gran medida con la de los nuevos empresarios, ya que un 60% de dichos responsables respondieron tener una opinión global negativa.

Por último, en este capítulo se ha señalado la falta de adecuación entre la oferta de servicios ofrecidos por los organismos y la demanda de asistencia requerida por los nuevos empresarios catalanes. Principalmente, esta situación se debe por un lado, a la falta de coordinación entre los organismos implicados, hecho que conlleva duplicaciones y solapamientos en la oferta de los programas de apoyo, y por otro, a la opinión global negativa de las muestras de nuevos empresarios en torno a las medidas de apoyo existentes en Catalunya, manifestada anteriormente. De todas formas, justo es indicar la amplia oferta de servicios de asistencia existente en Catalunya, así como el papel activo

en la mejora del entorno de la creación de empresas por parte de todas las administraciones implicadas. En este sentido, un elevado porcentaje de la muestra de responsables de organismos de apoyo coincide con las muestras de *empresarios actuales* y *potenciales* al indicar la importancia de que se inviertan fondos públicos en ayudas a la creación de empresas. Esta inversión viene justificada principalmente por la incidencia positiva que puede tener la creación de nuevas empresas en el crecimiento económico y en la generación de ocupación.

# 4

## ACTITUDES HACIA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN CATALUNYA

«Las personas somos emprendedoras  
hasta que llegamos al sistema educativo.»  
(Anónimo)

En este capítulo se analizan los factores institucionales informales que condicionan la creación de empresas en Catalunya. Se estudian las percepciones y las actitudes de la sociedad catalana con relación al proceso de creación de empresas, a partir del análisis del deseo, la viabilidad y la intención de fundar una empresa. También se detallan los factores que favorecen y los factores que dificultan la creación de una empresa propia, así como los motivos y frenos más importantes en el proceso de creación de la misma, desde el punto de vista de los individuos encuestados. Por último, se analiza la imagen del empresario en la sociedad catalana en cuanto al prestigio y a los atributos relativos a dicha imagen.

En esta fase de la investigación se replica el estudio realizado en España por Genescà y Veciana (1984), utilizando el mismo cuestionario complementado con algunas preguntas referentes a la viabilidad y a la imagen del empresario. Además, como ya se señaló en el capítulo 1, se han considerado varias muestras representativas de la sociedad catalana correspondientes a tres colectivos potencialmente susceptibles de llegar a ser empresarios: *la población general, los estudiantes universitarios y los directivos de empresa*. También se ha incluido el análisis de las actitudes hacia la creación de empresas dos muestras de nuevos empresarios catalanes<sup>40</sup> con la finalidad de contrastar su opinión con la del resto de colectivos considerados. En este caso, no se formuló la cuestión sobre deseo pues obviamente los empresarios ya han demostrado que en su día creyeron deseable crear una empresa, aunque sí se tuvo en cuenta los factores que lo favorecen y los factores que lo dificultan, así como las motivaciones y los frenos en la creación de dicha empresa. Por otro lado, se examinó la intención y la viabilidad de crear «otra» nueva empresa en la actualidad, analizando la imagen del empresario desde el punto de vista del propio colectivo de empresarios.

40. Estas dos muestras de nuevos empresarios catalanes (empresarios actuales y empresarios potenciales) son las que ya se han utilizado en el capítulo 3 para el estudio de los factores formales del entorno, en lo referente al análisis de la demanda de medidas de apoyo a la creación de empresas.

Así, en este capítulo se parte de la base de que los factores institucionales informales tienen un papel decisivo en la creación de una empresa propia. Se entiende pues, que percepciones y actitudes positivas de deseo, viabilidad e intención a la hora de crear una empresa, así como una imagen favorable de la función empresarial y de la figura del empresario, influirán de forma positiva en la creación de nuevas empresas en Catalunya.

De igual modo, se examinará la relación de dependencia entre las variables tipológicas de los individuos de la muestra de la *población general* («sexo», «edad», «nivel de estudios» y «antecedentes de empresarios en la familia») y la percepción de «deseo» y de «viabilidad», así como la «intención» de crear una empresa propia.<sup>41</sup>

## 4.1. CARACTERÍSTICAS DE LAS MUESTRAS

A continuación se presentan, mediante tablas, las características tipológicas más relevantes de las muestras consideradas en el análisis del entorno institucional informal de la creación de empresas en Catalunya.

### 4.1.1. Muestra de la población general

En la tabla 4.1 se observa que de las 608 personas encuestadas de la muestra de la población general catalana, el porcentaje de mujeres (51,6%) es ligeramente superior al de hombres (48,4%), casi el 70% se encuentra en edades comprendidas entre 36 o más años (con una edad media de 47,3) y la mayoría han nacido en Catalunya (64,3%), concretamente el 48% en Barcelona. En cuanto al nivel de estudios, la mayor parte de la muestra ha cursado estudios primarios (43,2%) o secundarios (24,7%). Las profesiones de los encuestados con porcentajes más elevados son la de obrero (20,6%), empleado del sector público (17,9%) o ama de casa (14,3%). Además, el porcentaje de personas sin antecedentes de empresarios en la familia es mayor al de aquéllos que cuentan con dichos antecedentes (42,6 *versus* 57,6%).

---

41. Para medir dichas relaciones de dependencia y comprobar su significación estadística se aplicó el test de la chi-cuadrado ( $\chi^2$ ).

Tabla 4.1. Características de la muestra de la población general catalana, en porcentajes

		Población general (%) n = 608
<b>Sexo</b>	Masculino	48,4
	Femenino	51,6
<b>Edad</b>	De 21 a 28 años	16,9
	De 29 a 35 años	14,1
	De 36 a 45 años	18,4
	De 46 a 60 años	23,2
	Más de 60 años	27,3
<b>Lugar de nacimiento</b>	Barcelona	48,0
	Tarragona	5,9
	Lleida	4,4
	Girona	5,9
	Otras regiones de España	33,9
	Otro	1,8
<b>Nivel de estudios</b>	Sin estudios	12,0
	Estudios primarios	43,2
	Formación profesional*	9,2
	Estudios secundarios	24,7
	Estudios universitarios	9,7
	Tercer ciclo universitario (master/doctorado)	1,2
<b>Antecedentes empresarios en la familia</b>	Sí	42,6
	No	57,4
<b>Profesión</b>	Profesión liberal ( <i>free-lance</i> )	2,3
	Empresario	8,9
	Ejecutivo de empresa grande	9,5
	Mando intermedio empresa	5,7
	Obrero	20,6
	Empleado administrativo	11,7
	Empleado sector público	17,9
	Ama de casa	14,3
	Otra	9,1

\* Incluye también los ciclos formativos.

#### 4.1.2. Muestras de estudiantes universitarios

Las muestras de estudiantes de Catalunya se dividieron en *estudiantes pro-creación de empresas* (aquéllos que procedían de estudios universitarios tales como Economía, Adminis-

tración de empresas e Ingenierías), *estudiantes no pro-creación de empresas* (procedentes del resto de estudios universitarios) y *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* (alumnos que cursaban esta asignatura).

Según se refleja en la tabla 4.2, tanto la muestra de *estudiantes pro-creación de empresas* (formada por 837 individuos) como la de *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* (de 591 individuos) reflejan una notable representación de los hombres frente al colectivo femenino (59,4% y 52,7%, respectivamente), mientras que para la muestra de *estudiantes universitarios no pro-creación de empresas* (compuesta por 435 individuos) son las mujeres quienes tienen un porcentaje más elevado (54,9%). Las tres muestras coinciden en que la mayoría de los estudiantes encuestados se encuentran entre los 20 a 25 años (el 80% aproximadamente), han nacido en Barcelona (52,3% para los *estudiantes pro-creación de empresas* y sobre el 80% para las otras dos muestras) y están en el 4º curso de los estudios que realizan (sobre el 60%).

En cuanto a los antecedentes de empresarios en la familia, las muestras de *estudiantes pro-creación y no pro-creación de empresas* coinciden en que más de la mitad no tienen empresarios en la familia (51,5% y 52,2%, respectivamente), mientras que ocurre lo contrario para la muestra de *estudiantes de la asignatura de creación de empresas*, donde el 51,3% sí que tienen familiares cercanos empresarios. Resulta muy interesante comprobar que el porcentaje más elevado con empresarios en la familia corresponde a la muestra de *estudiantes de la asignatura de creación de empresas*, confirmado la hipótesis planteada por la literatura sobre el tema, que expone que buena parte de los empresarios surgen de familias de empresarios. No obstante, sorprende que no existan diferencias importantes en este sentido entre las muestras de *estudiantes pro-creación y no pro-creación de empresas*.

En referencia a las profesiones del padre y de la madre de los encuestados, en la misma tabla se puede apreciar que para las tres muestras de estudiantes catalanes el porcentaje más elevado con relación a la profesión del padre corresponde a la de «obrero» (con un porcentaje cercano al 20%), aunque es importante señalar que para los *estudiantes pro-creación de empresas* y los de la *asignatura de creación de empresas*, la segunda profesión con mayor porcentaje resultó ser la de «empresario» (con un 15,8% y un 22,8%, respectivamente, mientras que para la muestra de *estudiantes no-pro creación de empresas* fue la «profesión liberal o *free lance*» (con un 23,0%). Por lo que se refiere a la profesión de la madre, según la muestra de *estudiantes pro-creación de empresas*, es la «profesión liberal o *free-lance*» la que alcanza un porcentaje más alto (11,7%). Por su parte, las otras dos muestras de estudiantes señalan que la profesión con porcentajes más elevados es la de «empleada administrativa» con un 19,9% (*estudiantes no pro-creación de empresas*) y un 15,9% (*estudiantes asignatura de creación de empresas*). Cabe destacar que en las tres muestras consideradas, el porcentaje de madres de empresarias es muy reducido en comparación con el de padres, y que sólo para los *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* supera el 10%.

De esta manera, es interesante comprobar que, a excepción de la variable sexo y la de empresarios en la familia, las características de las distintas muestras de *estudiantes* consideradas coinciden en términos generales.

**Tabla 4.2. Características de las muestras de estudiantes universitarios de Catalunya, en porcentajes**

	Estudiantes No-pro CE* (%) n = 535	Estudiantes Asignatura CE (%) n = 491	Estudiantes pro CE (%) n = 837
<b>Sexo</b>			
Masculino	45,1	52,7	59,4
Femenino	54,9	47,3	40,6
<b>Edad</b>			
Menos de 20 años	4,3	3,9	2,7
Entre 20 y 25 años	79,5	85,7	82,7
Entre 26 y 35 años	8,3	9,2	12,5
Más de 35 años	7,9	1,2	2,0
<b>Lugar de nacimiento</b>			
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
Otras regiones de España	4,1	8,0	7,4
Otro	2,4	7,4	3,1
<b>Año académico</b>			
Tercero	26,4	26,1	25,6
Cuarto	55,5	58,9	64,0
Otro	18,1	15,1	9,9
No responde	–	–	0,5
<b>Profesión del padre</b>			
Profesión liberal	23,0	13,6	14,1
Empresario	9,8	22,8	15,8
Ejecutivo de gran empresa	1,2	10,2	14,3
Obrero	24,4	23,8	18,3
Empleado administrativo	17,1	8,4	5,9
Empleado sector público	11,6	6,5	8,2
Otro	12,8	14,7	22,6
No responde	–	–	0,8

*Continúa →*

<b>Profesión de la madre</b>			
Profesión liberal	18,7	10,4	11,7
Empresaria	4,5	10,6	8,2
Ejecutiva 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 sector público	10,2	8,4	9,2
Ama de casa	9,3	8,1	8,2
Otro	17,3	26,6	41,1
No responde	2,2	1,7	1,1
<b>Antecedentes de empresarios en la familia</b>			
Sí	47,8	51,3	48,3
No	52,2	48,7	51,5
No responde	–	–	0,2

\* CE: creación de empresas.

#### 4.1.3. Muestra de directivos de empresa

Según se observa en la tabla 4.3, de las 92 personas encuestadas de la muestra de *directivos de empresa* de Catalunya, el porcentaje de hombres (76,1%) es muy superior al de mujeres (23,9%), casi el 80% tiene una edad comprendida en el segmento de más de 35 años, y mayoritariamente el lugar de nacimiento es Catalunya (71,7%), en particular Barcelona, con un 60,9%. Buena parte de los directivos han cursado estudios universitarios (78,2%), siendo las licenciaturas de Psicología (26,1%), Ciencias Empresariales (17,4%) y Derecho (15,2%) las que arrojan porcentajes más elevados.

La profesión del padre de los encuestados con mayor porcentaje es la de «profesión liberal o *free lance*» (20,7%), aunque cabe destacar que la siguiente es la de «empresario», con un 17,4%. En referencia a la profesión de la madre, es la de «ama de casa» la que tiene un porcentaje más elevado (26,1%). Es interesante resaltar también el elevado porcentaje de directivos que tienen antecedentes de empresarios en la familia (64,1%).

En referencia al tamaño de la empresa (en número de empleados) en la cual los directivos de la muestra ejercen su profesión, casi el 60% se trata de empresas de más de 250 empleados (el 32,6% en empresas de entre 250 y 1.000 empleados, y el 25% en empresas de más de 1.000 empleados). La gran mayoría de los ellos (77,2%) son directores de Recursos Humanos.

**Tabla 4.3. Características de la muestra de directivos de empresa de Catalunya, en porcentajes**

		Directivos de empresa (%) n = 92
<b>Sexo</b>		
	Masculino	76,1
	Femenino	23,9
<b>Edad</b>		
	De 21 a 25 años	1,1
	De 26 a 35 años	19,5
	Más de 35 años	79,4
<b>Lugar de nacimiento</b>		
	Barcelona	60,9
	Tarragona	4,4
	Lleida	3,2
	Girona	3,2
	Otras regiones de España	23,9
	Otro	4,4
<b>Formación</b>		
	Ciencias empresariales	17,4
	Ciencias económicas	9,8
	Ingeniería superior	6,5
	Ingeniería técnica	3,2
	Derecho	15,2
	Psicología	26,1
	Otros	16,4
	No responde	5,4
<b>Antecedentes empresarios en la familia</b>		
	Sí	64,1
	No	35,9

Continúa →

---

<b>Profesión del padre</b>	
Profesión liberal ( <i>free-lance</i> )	20,7
Empresario	17,4
Ejecutivo de gran empresa	11,9
Obrero	7,6
Empleado administrativo	5,4
Empleado sector público	10,8
Otra	20,7
No responde	5,4

---

<b>Profesión de la madre</b>	
Profesión liberal	13,0
Empresaria	4,4
Ejecutiva de gran empresa	5,4
Obrera	10,9
Empleada administrativa	11,9
Empleada sector público	7,6
Ama de casa	26,1
Otra	16,3
No responde	4,4

---

<b>Tamaño de la empresa</b>	
Menos de 50 empleats	20,7
De 50 a 249	16,3
De 250 a 1.000	32,6
Más de 1.000 empleats	25,0
No responde	5,4

---

<b>Puesto que ocupa</b>	
Director de recursos humanos	77,2
Técnico de recursos humanos	8,7
Consultor	7,6
Otro	6,5

---

Así pues, los datos aportados por las muestras anteriores definen un perfil tipológico específico para cada colectivo considerado de la sociedad catalana, a pesar de las similitudes obtenidas en algunas variables.

## 4.2. ACTITUDES HACIA LA CREACIÓN DE EMPRESAS POR PARTE DE LA SOCIEDAD CATALANA

En este apartado se presentan los resultados referentes a la percepción de deseo, viabilidad e intención de crear una empresa propia por parte de las muestras descritas anteriormente (*población general, estudiantes universitarios y directivos de empresa*). El cuestionario utilizado para el análisis de los factores informales del entorno incluyó, entre otras, preguntas que hacían referencia al deseo (*¿considera usted que es deseable crear o fundar una empresa propia?*), a la viabilidad (*¿considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?*) y a la intención (*¿ha pensado usted seriamente en crear o fundar una empresa propia?*).

### 4.2.1. Deseo de crear una empresa

En cuanto al deseo de crear una empresa propia, la tabla 4.4 muestra que la actitud hacia la creación de empresas en la sociedad catalana es claramente positiva, con un promedio de 76,3%. Cabe destacar que el porcentaje más elevado corresponde a los *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* (89,6%) y el más reducido a los *estudiantes no pro-creación de empresas* (59,1%), aunque hasta en este caso, muy por encima del porcentaje de respuestas de no deseo (40,9%). De todas formas, es necesario tener en cuenta que el deseo, a pesar de ser una condición muy importante en el proceso intencional de creación, puede llevar o no a la decisión final de fundar una empresa. Más adelante observaremos resultados al respecto.

**Tabla 4.4.** Percepción de deseo de crear una empresa propia por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes

Deseo	Catalunya (%)					Deseo medio
	Población General	Estudiantes universitarios No-proCE	Asig. CE	proCE	Directivos de 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 indica	–	–	–	–	2,9	0,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Los datos de la tabla anterior difieren de otros estudios en los que los porcentajes de deseo son más reducidos. Por ejemplo, en el trabajo de Walstad y Kourilsky (1998) sobre las

actitudes hacia la creación de empresas de jóvenes estadounidenses (negros y blancos) de entre 14 y 19 años, se refleja que el 75% de la muestra de negros y el 63% de la de blancos respondieron tener el deseo de fundar una empresa propia. En este sentido, sorprende sobremedida el hecho de que los individuos de la muestra catalana respondieran tener mayor deseo que las muestras de jóvenes de Estados Unidos, debido a que en este país se producen elevados niveles de creación de empresas («*Global Entrepreneurship Monitor*», 2003 y 2004; y «*Flash Eurobarometer: Entrepreneurship*», 2002).

Por lo que respecta a las distintas muestras de estudiantes universitarios, es interesante destacar que para la muestra de *estudiantes no pro-creación de empresas*, a pesar de que la mayoría (59,1%) contestaron afirmativamente, el porcentaje es más reducido en comparación con las otras dos muestras catalanas. Así pues, parece ser que existe una relación de dependencia entre el carácter más empresarial de los estudios cursados y el deseo de crear una empresa, aunque no se haya contrastado estadísticamente. Además, si consideramos la muestra de *estudiantes pro-creación de empresas* de España (Genescà y Veciana, 1984) se comprueba que el porcentaje de deseo positivo es solo del 56,8%, resultando ser el más reducido de todos. Este hecho parece indicar que la actitud hacia la creación de empresas en cuanto al deseo ha cambiado de forma importante en estas últimas décadas convirtiéndose en la actualidad en mucho más positiva. A pesar de ello, un estudio realizado en Estados Unidos por Brenner, Pringle y Greenhaus (1991) a partir de una muestra de estudiantes de post-grado en Administración de Empresas indica que sólo un 54,8% de la misma respondió tener el deseo de fundar una empresa propia, hecho que de nuevo contrasta con la idea tan generalizada que se tiene en torno a la actitud positiva hacia la creación de empresas por parte de la sociedad estadounidense. El deseo también ha mejorado con los años en la muestra de *directivos de empresa*, donde pasa de un 72,2% en los años 80 (Genescà y Veciana, 1984) a un 77,9% en la actualidad.

#### 4.2.2. Viabilidad de crear una empresa

En referencia a la viabilidad, la tabla 4.5 refleja una actitud general negativa de viabilidad hacia la creación de empresas en la sociedad catalana (con un porcentaje promedio del 57,4%). En efecto, la mayor parte de la muestra de la *población general* catalana y de las muestras de *estudiantes*, piensa que es más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores. No obstante, cabe destacar que para la muestra de *directivos de empresa*, la actitud de viabilidad sí que es positiva, pues casi un 60% de la misma piensa en sentido contrario.

Estos datos contrastan con la opinión de las muestras de la *población* y de *estudiantes* catalanes relativa al deseo, ya que mientras que un alto porcentaje de las mismas respondió tener el deseo de crear una empresa, también un elevado porcentaje demostró tener una percepción negativa de viabilidad.

Seguramente la viabilidad positiva por parte de la muestra de directivos se debe a su mejor conocimiento del entorno empresarial, así como del proceso de creación de empresas.

**Tabla 4.5. Resumen de la percepción de viabilidad de crear una empresa propia por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes**

Viabilidad	Catalunya (%)				Viabilidad media	
	Población general	Estudiantes universitarios			Directivos de empresa	
		No-proCE	Asig. CE	proCE		
Más fácil	38,5	30,7	47,9	32,1	59,3	41,7
Más difícil	61,5	69,3	52,1	67,9	36,3	57,4
No indica	–	–	–	–	4,4	0,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A diferencia de las muestras de la *población general* y de los *estudiantes universitarios* catalanes, pero coincidiendo con la muestra de *directivos de empresa*, un alto porcentaje de las muestras de empresarios, tanto actuales (56,7%) como potenciales (50,6%), consideran que es más fácil en la actualidad crear una empresa que en décadas pasadas. Cabe destacar también que un porcentaje no desdeñable de dichas muestras opinaron que es igual de fácil o de difícil fundar una empresa en la actualidad que en épocas anteriores (13,3% para los *empresarios actuales* y 14,9% para los *empresarios potenciales*).

Si comparamos los resultados anteriores con los del estudio de Veciana (1998), centrado en una muestra de *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* en Catalunya, se puede comprobar que hay un cambio drástico en la percepción de viabilidad en relación al principio y al final del curso. De esta manera, al inicio del curso la viabilidad era muy negativa (73,7%) mientras que al final del mismo dicha viabilidad resultó ser muy positiva, ya que cerca del 70% respondió que era más fácil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores. Así pues, estos datos parecen indicar que los contenidos impartidos en el curso de creación de empresas han causado efecto en los alumnos, cambiando la forma de pensar al respecto.

#### 4.2.3. Intención de crear una empresa

La tabla 4.6 muestra que la intención de crear una empresa para el promedio de la sociedad catalana es elevada (ya que de forma agregada un 59,6% respondió afirmativamente, *versus* el 34,4%, que lo hizo negativamente), a pesar de que el porcentaje de respuestas afirmativas corresponde mayoritariamente a «sí, vagamente» (35,7%), mientras que las respuestas negativas «no, nunca» corresponden al 31,8%. Así pues, esta tabla refleja que los porcentajes más elevados de intención son los de la muestra de *directivos de empresa*, donde el 25% de la misma respondió tener el firme propósito de fundar una empresa. También destaca (aunque más reducido) el porcentaje de 10% de la muestra de *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* que respondió en este sentido. Por otro lado, cabe señalar que tanto para

esta última muestra como para la de *estudiantes pro-creación de empresas*, los porcentajes que respondieron «sí, vagamente» son muy elevados, superando el 50%. Por último, las muestras que expresaron tener menor intención fueron la de *estudiantes no pro-creación de empresas* y la muestra de la *población general*, donde un 55,8% y un 54,1%, respectivamente, respondieron «no, nunca». De todas formas, cabe recordar que, a diferencia de las otras muestras consideradas, en la de la *población general* había un 14% de la misma que respondieron ser empresarios.

**Tabla 4.6.** Comparación de la intención de crear una empresa propia por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes

Intención	Catalunya (%)					Intención media	
	Población general	Estudiantes universitarios No-proCE	Asig. CE	ProCE	Directivos de empresa	Desagreg.	Agregada
Sí, firme propósito	4,1	2,8	10,0	4,1	25,0	9,2	
Sí, seriamente	11,7	5,3	18,7	12,3	35,3	16,7	
Sí, vagamente	13,3	35,4	56,8	51,8	21,2	35,7	61,6
No, integración empresa familiar	1,2	2,4	3,5	4,3	1,4	2,6	
No, nunca	55,8	54,1	11,0	27,4	10,3	31,8	34,6
Soy empresario	14,0	–	–	–	–	2,8	
Otros	–	–	–	–	3,4	0,6	
No indica	–	–	–	–	3,4	0,6	

A la luz de estos resultados, el hecho de que sea la muestra de *directivos* junto a la de *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* las que tienen mayor intención estaría en la línea que confirma los planteamientos que relacionan, por un lado, el conocimiento del entorno empresarial por parte de los directivos y, por otro, los conocimientos adquiridos en la *asignatura de creación de empresas* por parte de los estudiantes que cursan dicha asignatura, con la intención de fundar una empresa propia.

En referencia a la pregunta efectuada a las muestras de empresarios sobre si volverían a crear otra empresa, la respuesta fue mayoritariamente positiva para la muestra de *empresarios actuales* (76,7%), destacando el hecho de que de este porcentaje casi un tercio ya estaban en proceso de crear la nueva empresa y que otro tercio tenía el firme propósito de hacerlo en el plazo de un año. En cuanto a la muestra de *empresarios potenciales*, de los que finalmente acabaron creando la empresa (34,5%) sólo el 4,7% se encontraban en proceso de crear otra empresa, hecho totalmente comprensible, pues acababan de fundar una recientemente, mientras que el 54,2% respondieron que volverían a crear otra empresa, aunque sin tener claro, en la mayoría de los casos, en qué plazo temporal.

Así pues, como síntesis a los distintos aspectos considerados en este apartado, se podría decir que percepciones de deseo y de viabilidad positivas pueden resultar en la intención de crear una empresa, aunque la relación concreta de estas tres variables (deseo, viabilidad e intención) cabría explicarla de una forma más específica y rigurosa. Hasta aquí, solo podemos intuirlo.

#### **4.2.4. Relaciones de dependencia entre las variables tipológicas y el deseo, viabilidad e intención de crear una empresa para la muestra de la población general**

A continuación, en las tablas 4.7, 4.8 y 4.9 se analiza mediante cruces si alguna de las variables tipológicas («sexo», «edad», «nivel de estudios» y «antecedentes de empresarios en la familia») influye de manera significativa en el deseo, la viabilidad y la intención de crear una empresa propia.<sup>42</sup>

En primer lugar, en cuanto al deseo, los niveles de significación del test estadístico de la Chi-Cuadrado ( $\chi^2$ )<sup>43</sup> ponen de manifiesto que para la muestra de la *población general* catalana el deseo de crear una empresa dependerá de la variable tipológica «sexo» a un nivel de significación estadística del 95% y de la variable «antecedentes de empresarios en la familia» a un nivel de significación del 90%.

Más concretamente, en la tabla 4.7 se observa que para esta muestra y para el cruce de la variable «sexo» con la variable «deseo de crear una empresa» el porcentaje de hombres que desean crear una empresa (86,4%) es superior al de las mujeres (75,2%), y también es superior al porcentaje total de la muestra que había respondido afirmativamente a dicha pregunta (80,6%). Además, de esta tabla se desprende que el porcentaje referente a los individuos de la muestra catalana que cuentan con antecedentes de empresarios en la familia y que respondieron tener el deseo de fundar una empresa (83,4%) es superior al porcentaje de aquéllos que no tienen empresarios en la familia (78,5%), y, a su vez, es superior al total de la muestra que respondió afirmativamente (80,6%).

De esta manera, se puede decir que los hombres de la muestra de la *población general* catalana consideran más deseable la creación de una empresa propia que las mujeres, de igual forma que los individuos con empresarios en la familia también reflejan una actitud más favorable que aquéllos que no tienen presencia de empresarios en la familia.

---

42. Con el propósito de contrastar si las dos variables consideradas actúan independientemente o, por el contrario, están asociadas entre sí, se ha procedido a contrastar la hipótesis nula  $H_0$ : «existe independencia entre ambas variables», frente a la hipótesis alternativa  $H_a$ : «no existe independencia entre ambas variables», utilizando el test estadístico de la Chi-Cuadrado.

43. Para poder utilizar el test de la Chi-Cuadrado se tienen que cumplir las dos condiciones siguientes:

- a) No puede haber más de un 20% de casillas con una frecuencia esperada inferior a 5.
- b) La frecuencia mínima esperada no puede ser inferior a 1.

**Tabla 4.7.** Tabla de contingencia del cruce entre el deseo de crear una empresa y las variables tipológicas de la muestra de la población general de Catalunya, en porcentajes

Catalunya (población general)		Deseo		Test estadístico
Variables tipológicas		( %)		Valor de chi-cuadrado
		Sí	No	
<b>Sexo</b>	Masculino	86,4	13,6	$\chi^2 = 12,254^{**}$
	Femenino	75,2	24,8	
<b>Edad (en intervalos de años)</b>	De 21 a 28 años	80,6	19,4	$\chi^2 = 1,630$
	Entre 29 y 35	81,4	18,6	
	Entre 36 y 45	77,7	22,3	
	Entre 46 y 60	83,7	16,3	
	Más de 60 años	79,5	20,5	
<b>Nivel de estudios</b>	Sin estudios	87,7	12,3	$\chi^2 = 8,951$
	Primarios	77,2	22,8	
	Formación profesional	80,4	19,6	
	Secundarios	81,3	18,7	
	Universitarios	88,1	11,9	
	Tercer ciclo	77,1	22,9	
<b>Empresarios en la familia</b>	Con antecedentes	83,4	16,6	$\chi^2 = 2,271^*$
	Sin antecedentes	78,5	21,5	
<b>Total deseo de crear una empresa</b>		<b>80,6</b>	<b>19,4</b>	

\*\* Sig < 0,05

\* Sig < 0,10

En segundo lugar, de la tabla 4.8 se desprende que sólo el «sexo» influye significativamente sobre la viabilidad de fundar una empresa, en un contraste  $\chi^2$  al nivel del 90%. En este sentido, en la tabla 4.8 se observa que el porcentaje de respuestas que indicaron que es más difícil crear una empresa en la actualidad que en épocas anteriores correspondiente al género femenino (64,1%) supera al del género masculino (58,9%) y al porcentaje total de la muestra (61,5%). Este cruce revela, pues, que para la muestra de la *población general* catalana, a pesar de que ambos sexos expresaron una percepción negativa de la viabilidad, las mujeres ven aún más difícil que los hombres la creación de una empresa en la actualidad con relación a tiempos pasados.

**Tabla 4.8.** Tabla de contingencia del cruce entre la viabilidad de crear una empresa y las variables tipológicas de la muestra de la población general de Catalunya, en porcentajes

Catalunya (población general)		Viabilidad		Test estadístico
Variables tipológicas		( <b>%</b> )		Valor de chi-quadrado
		Más fácil	Más difícil	
<b>Sexo</b>	Masculino	41,1	58,9	$\chi^2 = 0,654^*$
	Femenino	35,9	64,1	
<b>Edad (en intervalos de años)</b>	De 21 a 28 años	38,8	61,2	$\chi^2 = 2,822$
	Entre 29 y 35	36,0	64,0	
	Entre 36 y 45	43,8	56,3	
	Entre 46 y 60	34,0	66,6	
	Más de 60 años	28,2	60,2	
<b>Nivel de estudios</b>	Sin estudios	39,7	60,3	$\chi^2 = 3,632$
	Primarios	36,9	63,1	
	Formación profesional	39,3	64,0	
	Secundarios	36,0	60,7	
	Universitarios	49,2	50,8	
	Tercer ciclo	42,9	57,1	
<b>Empresarios en la familia</b>	Con antecedentes	37,8	62,2	$\chi^2 = 0,080$
	Sin antecedentes	39,0	61,0	
<b>Total viabilidad</b>	<b>Crear una empresa</b>	<b>38,5</b>	<b>61,5</b>	

\*\* Sig < 0,05

\* Sig < 0,10

Por último, en referencia al análisis de dependencia entre las variables tipológicas y la intención de crear una empresa, la tabla 4.9 pone de manifiesto que para la muestra de la población general de Catalunya el «sexo» y la «edad», influyen bajo un contraste  $\chi^2$  en la intención de fundar una empresa al nivel de significación estadística del 99%, mientras que los «antecedentes de empresarios en la familia» también influyen, pero al nivel del 95%.

**Tabla 4.9.** Tabla de contingencia del cruce entre la intención de crear una empresa y las variables tipológicas de la muestra de la población general de Catalunya, en porcentajes

Catalunya (población general)		Viabilidad					Test estadístico	
Variables tipológicas		Sí, firme propósito	Sí, seriamente	Sí, vagamente	No, pero integración empresa fam.	No, nunca	Soy empresario/-ria	Valor chi-cuadrado
<b>Sexo</b>	Masculino	5,8	17,7	16,3	1,0	41,8	17,3	$\chi^2 = 51,689^{***}$
	Femenino	2,5	6,1	10,5	1,3	68,8	10,8	
<b>Edad (en intervalos de años)</b>	De 21 a 28 años	7,8	10,7	29,4	2,9	42,4	6,8	$\chi^2 = 56,537^{***}$
	Entre 29 y 35	5,8	9,3	22,1	2,3	43,0	17,4	
	Entre 36 y 45	5,4	16,2	18,8	0,9	42,8	16,1	
	Entre 46 y 60	1,4	12,8	7,1	0,7	61,0	17,0	
	Más de 60 años	1,3	9,6	6,6	-	69,8	12,6	
<b>Nivel de estudios</b>	Sin estudios	2,7	13,7	8,2	1,4	61,6	12,4	$\chi^2 = 32,825$
	Primarios	3,8	9,5	12,5	-	62,0	6,3	
	Formación profesional	3,6	8,9	17,9	3,6	51,8	14,3	
	Secundarios	4,7	17,3	16,0	1,3	42,7	18,0	
	Universitarios	6,8	6,8	13,6	3,4	55,9	13,6	
	Tercer ciclo	-	14,3	-	-	71,4	14,3	
<b>Empresarios en la familia</b>	Con antecedentes	3,9	12,4	14,7	2,3	45,2	21,6	$\chi^2 = 34,569^{**}$
	Sin antecedentes	4,3	11,2	12,3	0,3	63,6	8,3	
Total intención de crear una empresa		4,1	11,7	13,3	1,3	55,8	14,0	

\*\*\* Sig < 0,01

\*\* Sig < 0,05

En referencia a la variable «sexo», de la tabla 4.9 se desprende que el porcentaje de hombres de la muestra de la *población general* catalana que respondió «sí, tengo el firme propósito de crear una empresa propia» es más elevado que el de mujeres (5,8% *versus* 2,5%) y más elevado que el total de la muestra (4,1%). Igual sucede para la respuesta «sí, he pensado seriamente en crear una empresa propia», donde el porcentaje del género masculino (17,7%) que respondió en este sentido es mucho más elevado que el del género femenino (6,1%), y a la vez es superior al total de la muestra (11,7%). Por otro lado, el porcentaje de mujeres (68,8%) que respondieron «no, nunca he pensado en crear una empresa propia» es muy superior al porcentaje de hombres (41,8%) y al total de la muestra (55,8%).

De igual modo, en cuanto a la variable «edad», esta tabla recoge que el porcentaje más elevado en la respuesta «sí, tengo el firme propósito de crear una empresa» corresponde al grupo de edad de entre 21 y 28 años (7,8%), mientras que el porcentaje más reducido es el del grupo de más de 60 años (1,3%), siendo el porcentaje total de la muestra de 4,1%. En este sentido, se puede afirmar que a mayor edad, menor es la intención de crear una empresa. De forma opuesta sucede para la respuesta «no, nunca he pensado crear una empresa», donde el porcentaje más elevado se encuentra en el grupo de edad de más de 60 años (69,8%) y el más reducido es para las edades de entre 21 y 28 años (42,4%), siendo el porcentaje total de la muestra de 55,8%. En este caso, a mayor edad, más negativa es la intención de crear una empresa propia. Por último, en relación a la variable «antecedentes de empresarios en la familia», de la misma tabla cabe resaltar que el porcentaje de la respuesta «no, nunca he pensado crear una empresa» es más elevado entre los individuos de la muestra que no tienen empresarios en la familia (63,6%) que entre aquéllos que sí los tienen (45,2%), y a la vez superior al porcentaje total de dicha muestra (55,8%). Asimismo, estos resultados se ven corroborados con todos los porcentajes superiores por parte de los encuestados que tienen presencia de empresarios en la familia en las respuestas afirmativas de intención. De esta manera, puede afirmarse que para la muestra de la *población general* catalana, los individuos que tienen empresarios en la familia tienen mayor intención de crear una empresa, mientras que los que no tienen empresarios en la familia demuestran menor intención.

Como resumen, en la tabla 4.10 se presentan las relaciones de dependencia estadísticamente significativas entre las variables tipológicas («sexo», «edad», «nivel de estudios» y «antecedentes de empresarios en la familia») y el deseo, la viabilidad y la intención de crear una empresa para la muestra de la *población general* catalana.

Según esta tabla, el deseo de crear una empresa vendrá explicada por la variable «sexo» y los «antecedentes de empresarios en la familia»; la viabilidad, por el «sexo», y la intencioanlidad, también por el «sexo», la «edad» y los «empresarios en la familia».

**Tabla 4.10.** Resumen de la existencia de relaciones de dependencia entre el deseo de crear una empresa y las variables tipológicas de las muestras de Catalunya, en porcentajes

Población general	Deseo	Viabilidad	Intención
Sexo	Sí **	Sí **	Sí ***
Edad	–	–	Sí ***
Nivel de estudios (estudios cursados)	–	–	
Empresarios en la familia	Sí *	Sí **	

\* Sig < 0,10

\*\* Sig < 0,05

\*\*\* Sig < 0,01

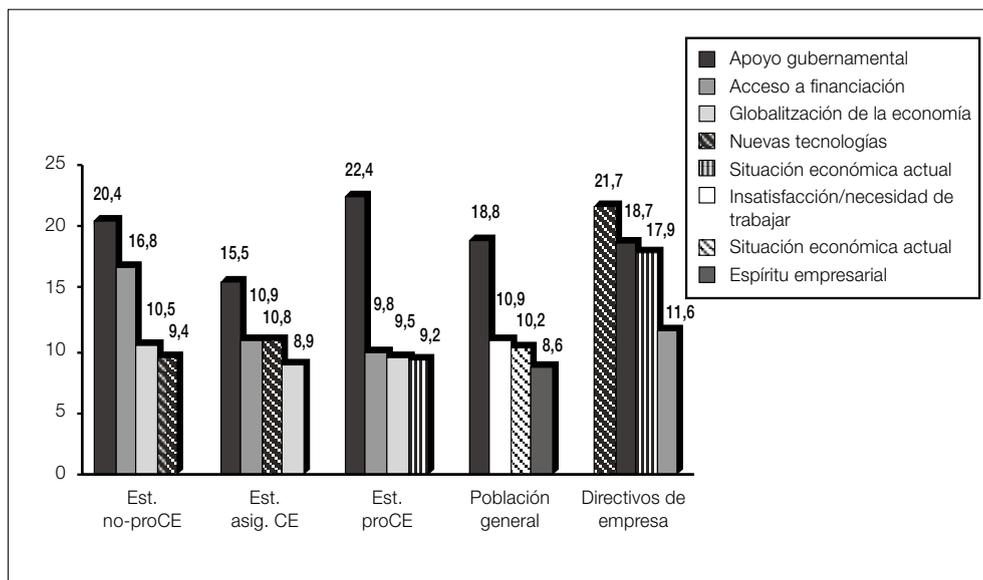
### 4.3. FACTORES QUE FAVORECEN Y FACTORES QUE DIFICULTAN LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS SEGÚN LA SOCIEDAD CATALANA

En este apartado se presentan los resultados relativos a los factores que favorecen y los factores que dificultan la creación de nuevas empresas en la actualidad según las muestras de la *población general*, de los *estudiantes universitarios* y de los *directivos de empresa* de Catalunya, incluyendo también las muestras de empresarios. En este caso, el cuestionario utilizado para el análisis de los factores informales incluyó dos preguntas abiertas al respecto «¿cuáles son a su juicio los factores que favorecen la creación de empresas en la actualidad? y ¿cuáles son a su juicio los factores que dificultan la creación de empresas en la actualidad?».

#### 4.3.1. Factores que favorecen la creación de nuevas empresas

La figura 4.1 refleja que el factor que favorece la creación de empresas escogido como más relevante por parte de las muestras de *estudiantes universitarios* y de la *población general* catalana es el «apoyo gubernamental». Sólo para la muestra de *directivos de empresa* es otro factor el indicado como más relevante (las «nuevas tecnologías») aunque el «apoyo gubernamental» sigue siendo importante con un elevado porcentaje.

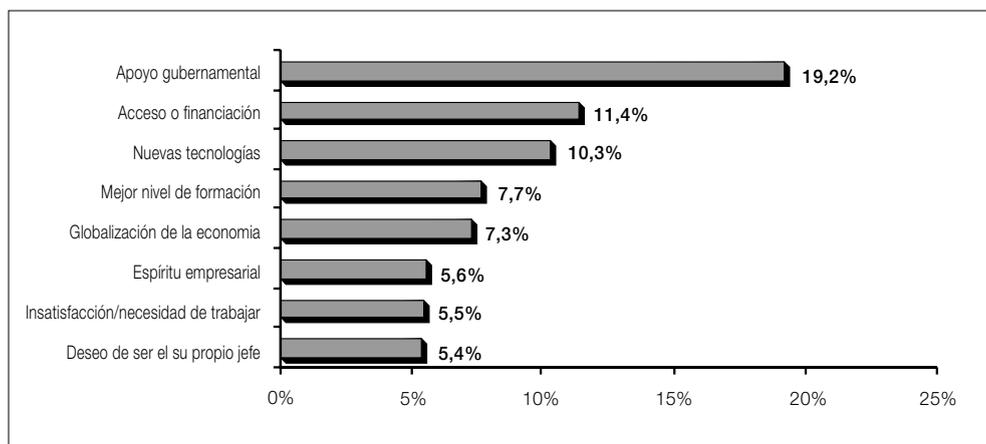
Figura 4.1. Comparación de los 4 factores más relevantes que favorecen la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes



Fuente: elaboración propia.

De igual modo, en la figura 4.2, y como complemento a los resultados anteriores, se recoge una síntesis de los factores que favorecen la creación de empresas para todas las muestras de la sociedad catalana. En esta figura se observa que en promedio los factores más relevantes son el «apoyo gubernamental» (con un 19,8%), el «acceso a la financiación» (12,6%) y las «nuevas tecnologías» (12,4%).

Figura 4.2. Promedio de los factores más relevantes que favorecen la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes



Fuente: elaboración propia

Por otra parte, la tabla 4.11 refleja las respuestas de las muestras de empresarios de Catalunya a la pregunta en torno a los factores que favorecen la creación de empresas: «¿cuáles fueron los factores que más favorecieron la creación de su propia empresa?», destacando el «apoyo gubernamental» (23,3%) y el «aumento de demanda» (21,7%) según los *empresarios actuales* y el «apoyo gubernamental» (19,2%) y las «nuevas tecnologías» (17,6%) por parte de los *potenciales*.

Así pues, se observa que paradójicamente las muestras de empresarios consideradas coinciden con el resto de muestras de la sociedad catalana en situar en primer lugar el apoyo gubernamental, a pesar de que en el capítulo 3, dedicado a los factores formales, las mismas muestras de *empresarios* mostraban tener una opinión negativa de las medidas de apoyo a la creación de empresas.

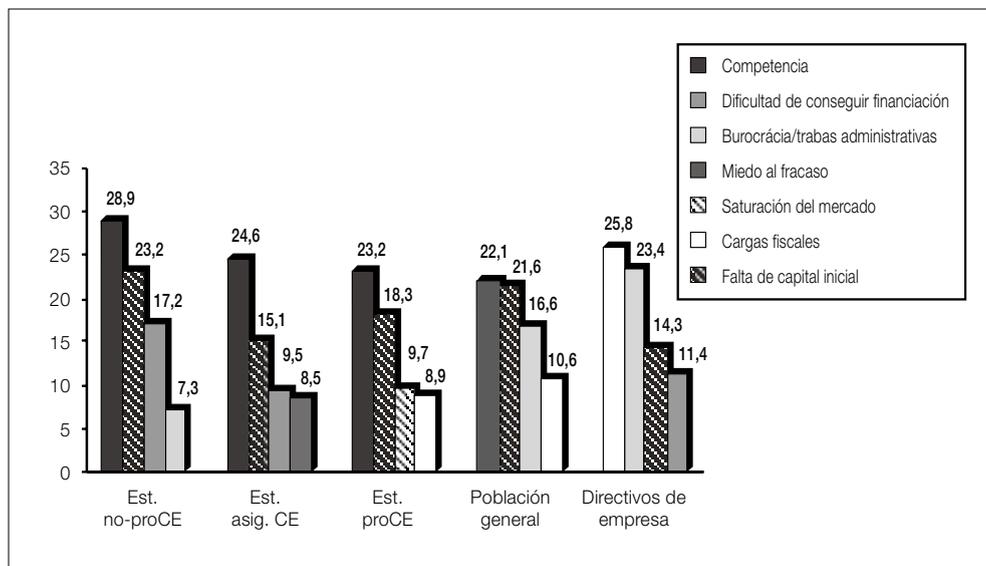
**Tabla 4.11.** Factores más relevantes que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad, en porcentajes. Comparación entre las muestras de empresarios actuales y potenciales de Catalunya

Factores que la favorecen	Catalunya			
	Empresarios actuales %	Orden	Empresarios potenciales %	Orden
Apoyo gubernamental (política pública)	23,3	1	19,2	1
Aumento en la demanda	21,7	2	14,3	4
Disponer de personal competente	16,7	3	–	
Espíritu empresarial	15,0	4	12,7	5
Mejor nivel de formación	13,3	5	11,8	6
Globalización de la economía	–		17,2	3
Nuevas tecnologías	–		17,6	2
Otros	10,0		7,2	
<b>Total</b>	<b>100,0</b>		<b>100,0</b>	

#### 4.3.2. Factores que dificultan la creación de nuevas empresas

En la figura 4.3 se observa que mientras que para las muestras de *estudiantes universitarios* el factor más importante que dificulta la creación de una empresa propia es la «competencia», la muestra de la *población general* y la de *directivos de empresa* se decanta más por acarrear la dificultad a las «cargas fiscales». Cabe destacar también que la «falta de capital inicial» es indicada en segundo lugar y con elevados porcentajes por todas las muestras consideradas, a excepción de la de *directivos* que antepone a esta dificultad la «burocracia administrativa».

Figura 4.3. Comparación de los 4 factores más relevantes que dificultan la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes

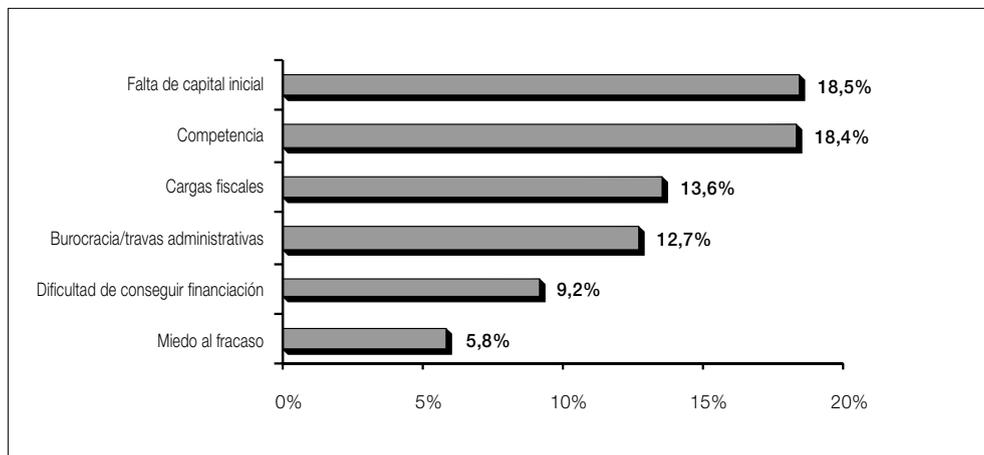


Fuente: elaboración propia.

Según la figura 4.4, los factores más relevantes que dificultan la creación de empresas en promedio para las muestras de la sociedad catalana son la «falta de capital inicial» (18,5%), la «competencia» (18,4%), las «cargas fiscales» (13,6%) y la «burocracia y trabas administrativas» (12,7%).

Es interesante destacar que para la muestra de *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* de Catalunya (Veciana, 1998), donde se comparan los factores que fueron clasificados como más importantes al principio de curso académico con los que se indicaron al final del mismo, los estudiantes encuestados varían de forma relevante sus respuestas. Mientras que al principio del curso opinaban que los factores que a su juicio más favorecían la creación de empresas eran la «situación económica del país» (con un 23,5%) y la insatisfacción/necesidad de empleo (19,6%); una vez habían cursado la *asignatura de creación de empresas* indicaron el apoyo del gobierno (con un 33%) y la «insatisfacción/necesidad de empleo» y la «disponibilidad de información» (ambos con un 27%) como factores más importantes. Estos resultados parecen indicar nuevamente que el paso por el curso de creación de empresas ha hecho percibir a los estudiantes un entorno a la creación de empresas más favorable en cuanto al apoyo gubernamental y la disponibilidad de información, hecho en coherencia con el mayor grado de viabilidad mostrado por este colectivo en el apartado anterior.

**Figura 4.4.** Promedio de los factores más relevantes que dificultan la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes



Por su parte, la tabla 4.12 muestra que para las muestras de empresarios de Catalunya los factores que dificultaron en mayor medida la creación de su empresa (a tenor de la pregunta: ¿cuáles fueron las dificultades más importantes en la creación de su propia empresa?) fueron la «burocracia» y las «cargas fiscales». Aunque cabe destacar que mientras que para la muestra de *empresarios actuales* son las «cargas fiscales» el factor con un porcentaje más elevado (26,9%), para la muestra de *empresarios potenciales* es la «burocracia» (32,3%).

De esta manera, los factores indicados por los *empresarios* coinciden con los de la muestra de *directivos de empresa* y de la *población general* catalana. Seguramente esto se debe a la implicación que obviamente tienen las muestras de empresarios en el proceso de creación de una empresa. Por un lado, los *empresarios actuales* sufren directamente la presión del fisco, además de tener en mente la tramitación y burocracia necesaria para fundar su empresa. Por otro, los *empresarios potenciales* han vivido recientemente o están inmersos en el papeleo requerido para crear su propia empresa en el momento en que se les formuló la pregunta sobre dificultades más relevantes. En este sentido, los resultados se acercan más a los de la muestra de *directivos*, seguramente también por razones parecidas a las ya comentadas, o sea por tener una visión más realista y próxima de dicho proceso que el que tiene la *población general* y los *estudiantes universitarios*.

**Tabla 4.12. Factores más relevantes que dificultan la creación de nuevas empresas en la actualidad, en porcentajes. Comparación entre la muestras de empresarios actuales y potenciales de Catalunya**

Factores que dificultan	Catalunya			
	Empresarios actuales %	Orden	Empresarios potenciales %	Orden
Cargas fiscales	26,9	1	26,3	2
Burocracia/trabas administrativas	25,3	2	32,3	1
Dificultad de conseguir financiación	14,3	3	15,0	3
No disponer del dinero necesario (falta de capital inicial)	12,3	3	11,9	4
Competencia	6,3	5	5,6	6
Coste elevado trabajadores/ dificultades para contratar personal	8,7	4	–	
Miedo al fracaso	3,7	6	6,5	5
Otros	2,5		2,4	
<b>Total</b>	<b>100,0</b>		<b>100,0</b>	

#### **4.4. MOTIVOS Y FRENOS A LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS SEGÚN LA SOCIEDAD CATALANA**

A continuación se presentan los motivos y los frenos a la creación de nuevas empresas según las muestras de la sociedad catalana. La discusión de los mismos se basará en las preguntas incluidas en el cuestionario de los factores informales en cuanto a los motivos (¿cuáles son o serían para usted los motivos para crear una empresa propia?) y a los frenos (¿cuáles son o serían para usted los frenos o reparos a la creación de una empresa propia?).

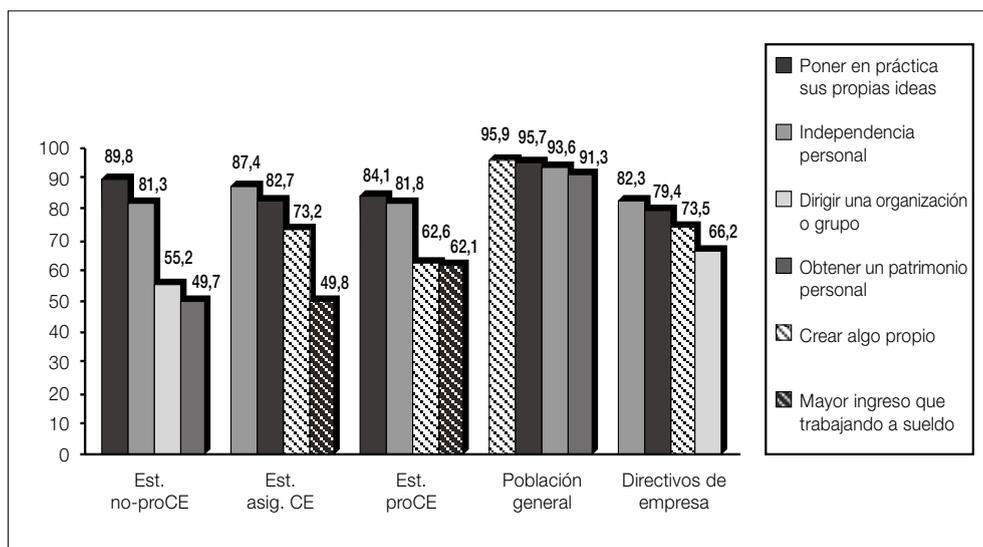
##### **4.4.1. Motivos para la creación de empresas**

En la figura 4.5 se comparan los motivos más relevantes en la creación de una empresa propia por parte de las muestras consideradas de Catalunya. En esta figura se observa que los motivos con mayores porcentajes están relacionados con la creatividad y la independencia del empresario.

El motivo «poner en práctica sus propias ideas» resultó en primer lugar para las muestras de *estudiantes no pro-creación de empresas* (con un porcentaje de 89,8%) y *pro-*

creación de empresas (con un porcentaje de 84,1%), mientras que para los *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* y la muestra de *directivos de empresa* el motivo más relevante fue la «independencia personal», con un 87,4% y 82,3%, respectivamente. En cuanto a las muestras de la *población general* catalana el motivo más destacado fue «crear algo propio» (con un 95,9%), aunque «poner en práctica sus propias ideas» también contó con un porcentaje muy similar (95,7%). Cabe destacar que la *población general* catalana refleja los porcentajes más elevados en términos comparativos con el resto de muestras.

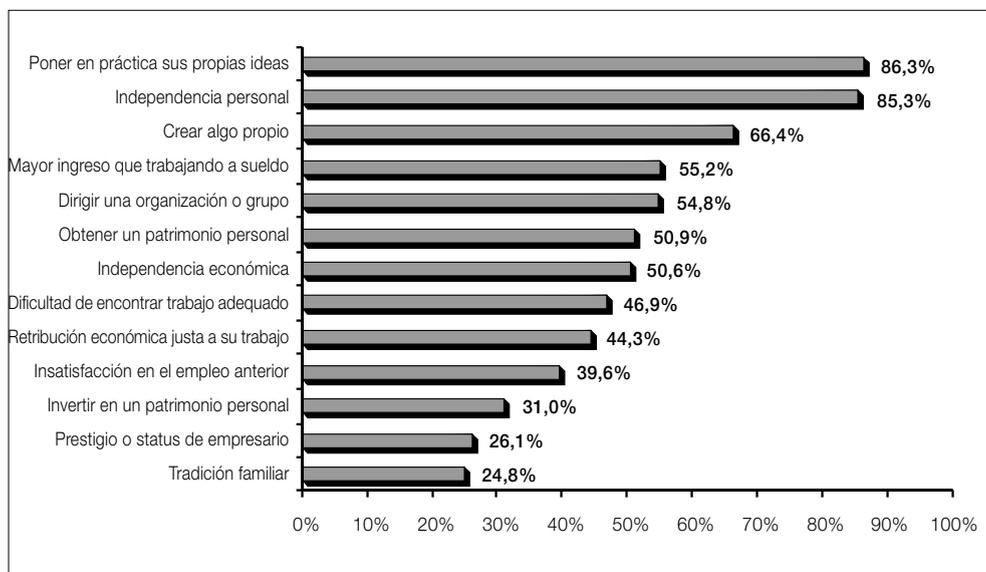
**Figura 4.5.** Comparación de los 4 motivos más relevantes para la creación de una empresa propia según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes



Fuente: elaboración propia.

Considerando el promedio de las valoraciones sobre los motivos para la creación de una empresa según las muestras de la sociedad catalana, la figura 4.6 recoge que los dos motivos más relevantes son «poner en práctica sus propias ideas» e «independencia personal», mientras que los motivos con menor importancia son «prestigio o status del empresario» y la «tradición familiar». Así pues, a tenor de los resultados anteriores, la motivación para fundar una empresa propia responde a la necesidad de llevar a cabo proyectos propios, buscando así la independencia personal. Contrariamente, ni la tradición familiar ni el reconocimiento de la figura de empresario representan motivos significativamente relevantes para iniciar una actividad empresarial.

Figura 4.6. Promedio de los motivos para la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana



Si comparamos los motivos para la creación de una empresa propia señalados por las muestras anteriores con la opinión de las muestras de *empresarios catalanes*,<sup>44</sup> en la tabla 4.13 se observa que la «independencia personal» y el «crear algo propio» son también los factores de motivación más relevantes para dichas muestras.

44. Cabe decir que a las dos muestras de empresarios catalanes se les administró un cuestionario que, entre otras, contenía las preguntas abiertas relacionadas con los motivos (¿por qué creó usted una empresa propia?) y con los frenos (¿cuáles fueron las dificultades más importantes con las que se encontró en el proceso de creación de su empresa?). Se debe actuar con precaución al comparar estos datos con el resto de muestras consideradas, ya que las preguntas formuladas no son exactamente las mismas.

**Tabla 4.13. Motivos más relevantes para la creación de nuevas empresas en la actualidad, en porcentajes. Comparación entre las muestras de *empresarios actuales* y *potenciales* de Catalunya**

Motivos	Categorías*	Catalunya			
		Empresarios actuales		Empresarios potenciales	
		%	Orden	%	Orden
<b>Independencia personal</b>		29,9	1	26,3	1
	Ser mi propio jefe				
	Tener independencia y autonomía				
	Hacer lo que me apetezca				
	No soportar trabajar para terceros				
	No saber trabajar como asalariado				
<b>Crear algo propio</b>		16,9	2	13,5	2
	Desarrollar nuevas ideas y nuevas cosas				
	Decidir emprender algo propio				
	Crear algo propio				
	Ser creativo/a				
<b>Poner en práctica ideas propias</b>		16,1	3	12,2	3
	Hacer las cosas a mi manera				
	Poder explotar mis propias ideas				
<b>Tradición familiar</b>		13,3	4	7,7	7
	Provenir de familia de empresarios				
	Historia (tradición) familiar				
<b>Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo o alcanzar objetivos en otro campo</b>		7,1	5	9,7	6
	Estar sin trabajo (en el paro)				
	Dificultad de encontrar trabajo con la carrera que había estudiado				
<b>Insatisfacción con la profesión anterior</b>		6,3	6	10,6	5
	Tener un trabajo mejor				
	Dificultad de promoción en el trabajo anterior				
	Descontento con el puesto de trabajo anterior				
	Dejar de ser asalariado				
	Insatisfacción con la profesión anterior				
<b>Prestigio o status del empresario</b>		5,3	7	8,7	6
	Reconocimiento social				
	Importancia del empresario en la sociedad				
	Prestigio del empresario				
<b>Otros</b>		5,1		8,3	
<b>Total</b>		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>	

\* Las categorías expresan frases textuales de los encuestados, adaptadas para incluirlas en los distintos motivos considerados anteriormente por las otras muestras de la sociedad catalana.

Esta tabla refleja, pues, que un 29,9% de las respuestas correspondientes a la muestra de *empresarios actuales*, así como un 26,3% de las respuestas de los *empresarios potenciales*, señalaron como motivo más importante en la creación de su empresa la «independencia personal» expresada a partir de las siguientes categorías: «ser mi propio jefe», «tener independencia y autonomía», «hacer lo que me parezca», «no soportar trabajar para terceros» y «no saber trabajar como asalariado». Como segundo motivo más relevante, ambas muestras de *empresarios* indicaron el «crear algo propio» (16,9% para los *empresarios actuales* y 13,5% para los *potenciales*) mediante las categorías «desarrollar nuevas ideas y nuevas cosas», «decidir emprender algo propio», «crear algo propio» y «ser creativo».

Cabe destacar especialmente el hecho de que la muestra de *empresarios actuales* señalara la «tradición familiar» como un motivo relevante en la creación de su propia empresa (con un 13,3%, situado como en 4º lugar), mientras que ninguna de las otras muestras de la sociedad catalana consideran este motivo como relevante. Seguramente esto se debe a que el 68,3% de dicha muestra tenía antecedentes de empresarios en la familia, tal y como se indicó al principio del capítulo, en el apartado relativo a las características del perfil de las muestras de empresarios.

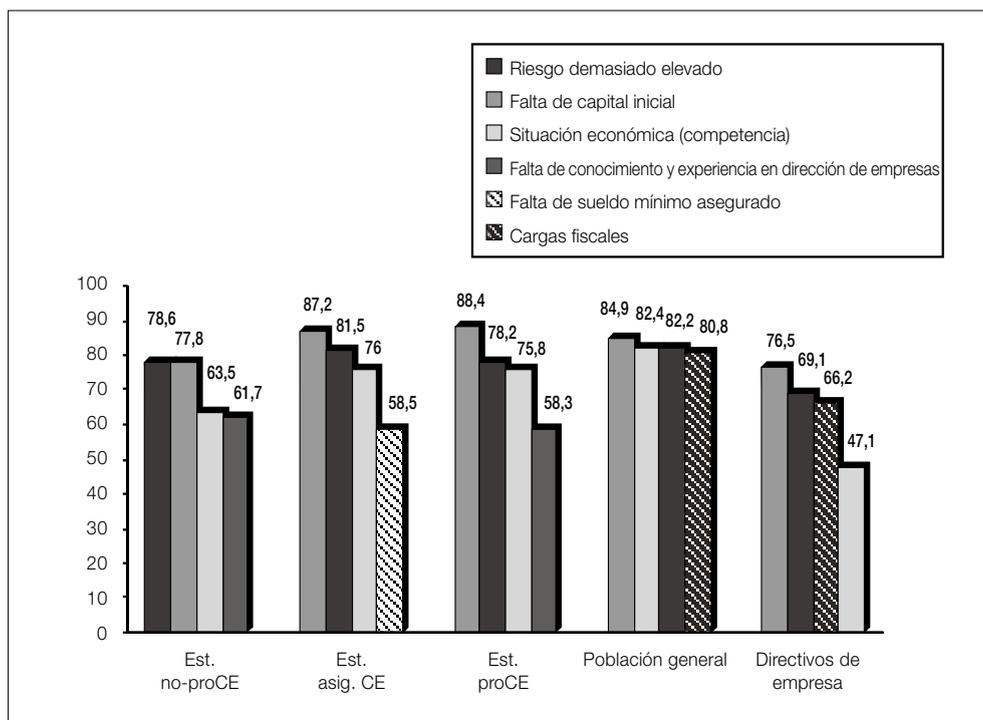
Por otro lado, los motivos de carácter económico tienen una importancia relativa para las muestras de la sociedad catalana, ya que sólo los *estudiantes no pro-creación de empresas* y la *población general* señalaron en cuarto lugar el «obtener un patrimonio personal», así como los *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* y los *pro-creación de empresas* destacaron en cuarto lugar el «conseguir mayor ingreso que trabajando a sueldo»). En este sentido, las muestras de *empresarios* confirman el planteamiento surgido de la literatura sobre el tema de que no es la ambición por el dinero lo que lleva a crear una empresa. Las siguientes frases textuales extraídas de la entrevista personal son un buen exponente de ello: «cuando me planteé crear una empresa nunca pensé en el beneficio económico, sino en que pondría a cabo mis propias ideas con autonomía e independencia», «el posible dinero futuro no resultó ser una causa básica para crear la empresa» y «me arriesgué a crear una empresa pero nunca me imaginé que llegara a ganar tanto dinero».

También, cabe señalar que a pesar de que ninguna muestra de la sociedad catalana da más importancia a los factores negativos «*push*» (imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo, alcanzar objetivos en otro campo e insatisfacción con la profesión anterior) que a los factores positivos o «*pull*» (independencia personal, crear algo propio, poner en práctica las propias ideas, etc.), las muestras de empresarios catalanes sí que atribuyen algo de relevancia a factores negativos de la creación de empresas. Posiblemente, esto se debe al hecho de que el colectivo de empresarios sí que obedece a los planteamientos de la literatura sobre el tema, que confirma que la creación de una empresa no responde en la mayoría de los casos a un motivo positivo, sino más bien a un motivo, factor o suceso crítico negativo (Veciana, 1988).

#### 4.4.2. Frenos a la creación de empresas

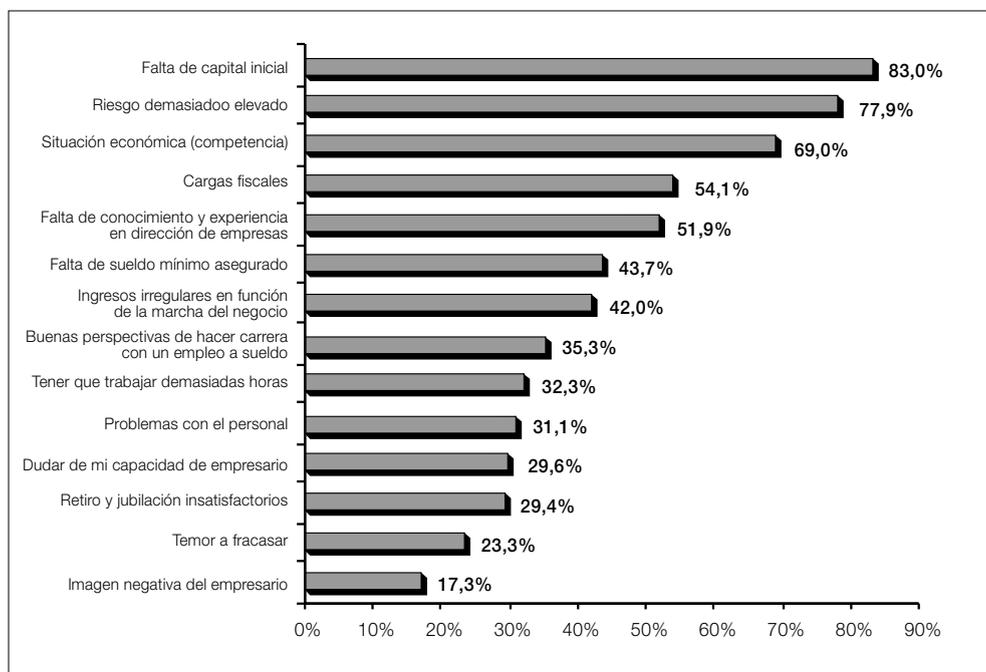
La figura 4.7 refleja que según las muestras de la sociedad catalana el freno más relevante a la creación de una empresa es la «falta de capital inicial» (con unos porcentajes de 87,2% para la muestra de *estudiantes de la asignatura de creación de empresas*, 88,4% para los *estudiantes pro-creación de empresas*, 84,9% para la *población general* y 76,5% para los *directivos de empresa*), a excepción de la muestra de *estudiantes no pro-creación de empresas* que destaca el «riesgo demasiado elevado» como freno más relevante, con un porcentaje de 78,6%, por encima de la «falta de capital inicial» (con un 77,8%). En segundo lugar, el freno más destacado es el «riesgo demasiado elevado» para las muestras de *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* (81,5%), los de *pro-creación de empresas* (78,2%) y los *directivos de empresa* (69,1%), mientras que para la de la *población general* catalana es la «situación económica» con un 82,4%, aunque el «riesgo demasiado elevado» tiene un porcentaje de 82,2%.

Figura 4.7. Comparación de los 4 frenos más relevantes para la creación de una empresa propia por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes



En cuanto al promedio de las valoraciones de los frenos según las muestras de la sociedad catalana, la figura 4.8 refleja que los dos más importantes son la «falta de capital inicial» y el «riesgo demasiado elevado», mientras que los dos menos importantes corresponden al «temor a fracasar» y a la «imagen negativa del empresario». Cabe decir que estos resultados contrastan con los datos obtenidos en los motivos, ya que ni el miedo al fracaso ni la imagen negativa del empresario constituyen reparos importantes para la creación de empresas en Catalunya.

Figura 4.8. Promedio de los frenos hacia la creación de empresas por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes



En la tabla 4.14 se presenta la comparación de los resultados anteriores con las muestras de *empresarios catalanes*. En esta tabla se observa que tanto los *empresarios actuales* como los *potenciales* señalan las «cargas fiscales» (con un 28,0% y un 23,7%, respectivamente) y la «tramitación-burocracia» (17,4% y 23,2%, respectivamente) como los frenos más importantes (aunque como se puede observar la «falta de capital» también es relevante), coincidiendo sólo con las muestras de la *población general* y de *directivos de empresa* en destacar el freno de las «cargas fiscales». Este hecho denota seguramente, como ya se ha venido comentando, la proximidad a la realidad empresarial por parte de estas muestras así como la lejanía por parte de los estudiantes.

**Tabla 4.14. Frenos más relevantes para la creación de nuevas empresas en la actualidad, en porcentajes. Comparación entre las muestras de empresarios actuales y potenciales de Catalunya**

Frenos	Categorías*	Catalunya			
		Empresarios actuales		Empresarios potenciales	
		%	Orden	%	Orden
<b>Cargas fiscales</b>		28,0	1	23,7	1
	Demasiadas cargas fiscales Impuestos demasiado elevados				
<b>Tramitación y burocracia</b>		17,4	2	23,2	2
	Demasiado papeleo Demasiados trámites Excesiva burocracia Coste elevado de los trámites				
<b>Falta de capital inicial</b>		15,0	3	13,1	4
	No contar con el dinero necesario para crear la empresa Problemas para acceder a la financiación				
<b>Riesgo demasiado elevado</b>		12,7	4	14,3	3
	Riesgo de trabajar para uno mismo y no contar con un salario asegurado Riesgo de crear la propia empresa Riesgo de depender del buen funcionamiento de la propia empresa				
<b>Situación económica</b>		12,5	5	7,4	6
	Demasiada competencia Ciclo económico desfavorable				
<b>Temor al fracaso</b>		8,3	6	11,1	5
	Miedo a fracasar Miedo a quedarse sin nada Penalización de la sociedad al fracaso empresarial				
<b>Otros</b>		6,1		7,2	
<b>Total</b>		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>	

\* Las categorías expresan frases textuales de los encuestados, adaptadas para incluirlas en los distintos frenos considerados anteriormente por las otras muestras de la sociedad catalana.

## 4.5. IMAGEN DEL EMPRESARIO CATALÁN SEGÚN LAS MUESTRAS DE LA SOCIEDAD CATALANA

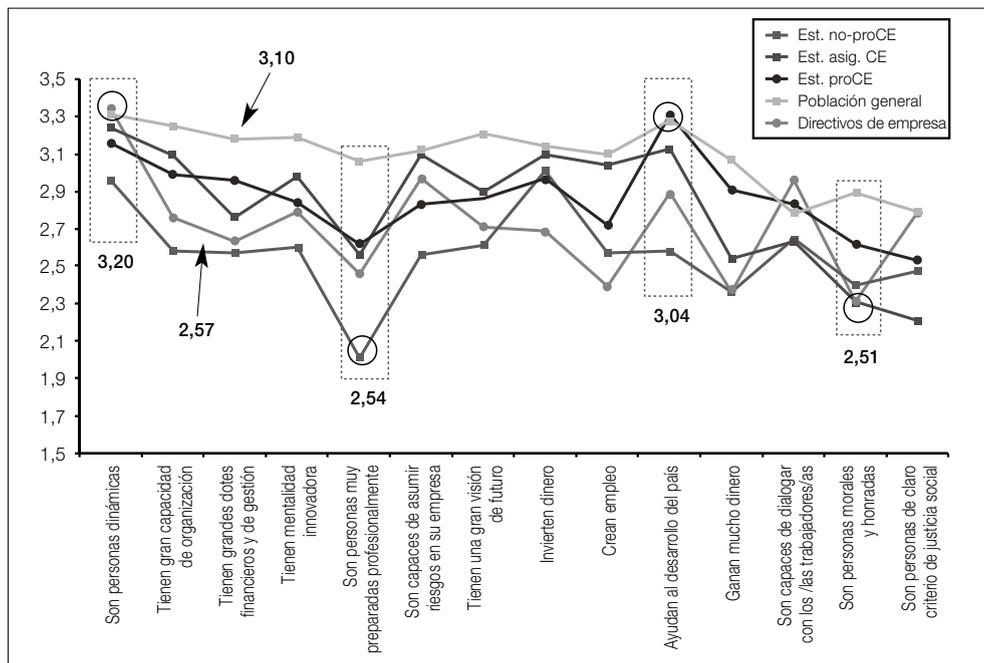
En este apartado se presentan los resultados relativos a la imagen del empresario en cuanto a los atributos relacionados con la figura que representa en la sociedad y a la valoración de su profesión por parte de las muestras de la *población general*, los *estudiantes universitarios* y los *directivos de empresa* de Catalunya.

Para el análisis de la imagen del empresario catalán, el cuestionario contenía una pregunta con una lista de 14 atributos relativos a la figura del empresario, a partir de la cual los individuos encuestados debían expresar si estaban de acuerdo o no con los mismos. Las respuestas se clasificaron en una escala del 1 al 4, donde 4: «estoy totalmente de acuerdo», 3: «estoy de acuerdo», 2: «estoy en desacuerdo» y 1: «estoy totalmente en desacuerdo». Respecto a la valoración de la profesión de empresario, el cuestionario contaba con una lista de 14 profesiones (incluida entre ellas la de empresario), a partir de la cual los encuestados debían valorarlas en términos de prestigio (del 1 —menor prestigio—, al 7 —máximo prestigio—).

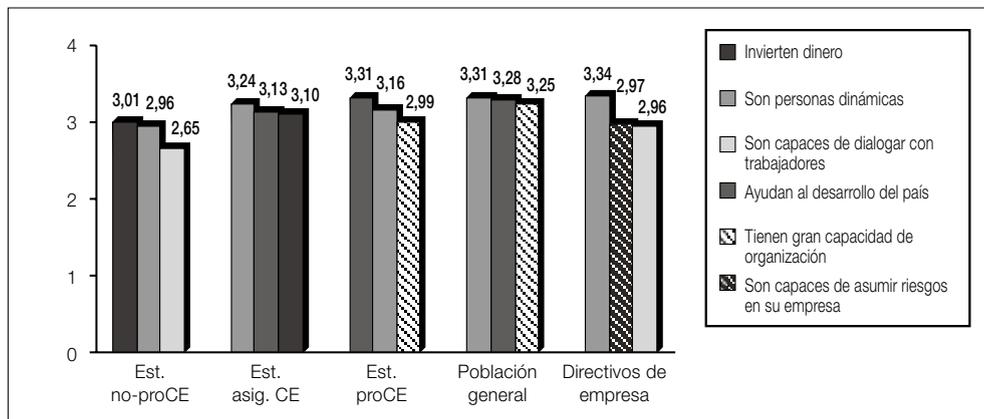
### 4.5.1. Atributos del empresario catalán

En la figura 4.9 se comparan las distintas valoraciones asignadas a los atributos del empresario por parte de las muestras de la sociedad catalana consideradas en los apartados anteriores. Por un lado se observa que el atributo más valorado corresponde a «son personas dinámicas» por parte de los *directivos de empresa* y de la *población general* (3,34 y 3,31, respectivamente), así como el atributo «ayudan al desarrollo del país» (3,31) según los *estudiantes pro-creación de empresas*. Por otro, el atributo menos valorado se refiere a los empresarios «son personas muy preparadas profesionalmente», por parte de la muestra de *estudiantes no pro-creación de empresas* (2,01) y «son personas de claro criterio de justicia social», según la muestra de estudiantes de la *asignatura de creación de empresas* (2,21). Por último, cabe destacar que en términos globales la muestra de la *población general* es la que asigna en promedio una valoración más elevada a los atributos del empresario (3,10), mientras que la muestra de *estudiantes no pro-creación de empresas* es la que en promedio da una valoración más baja (2,57). O sea, se puede decir que, basándonos en las puntuaciones medias de los atributos considerados, la muestra de la población general es la que valora mejor la imagen del empresario, mientras que la muestra de *estudiantes no pro-creación de empresas* es la que le asigna una valoración más baja.

**Figura 4.9.** Comparación de la valoración de los atributos del empresario catalán según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 7 (donde 7: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)



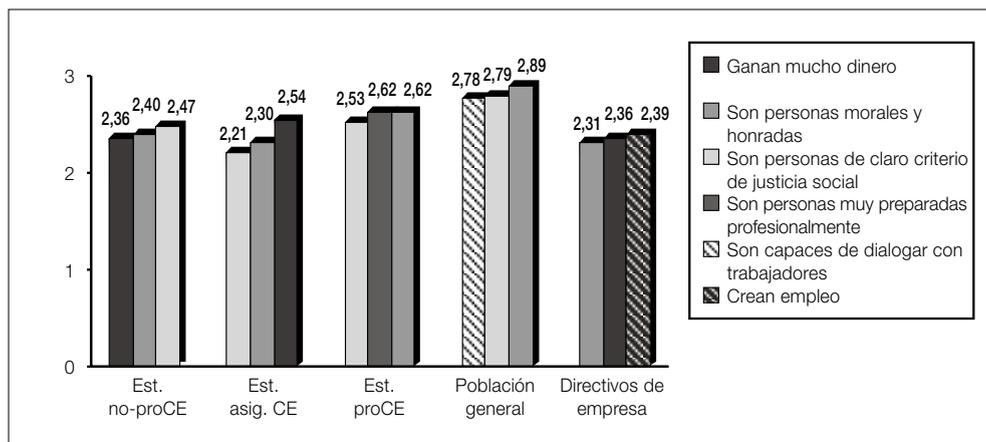
**Figura 4.10.** Comparación de los 3 atributos del empresario catalán más valorados según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 4 (donde 4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)



Como resumen, en la figura 4.10 se presentan los tres atributos mejor valorados por las distintas muestras de la sociedad catalana.

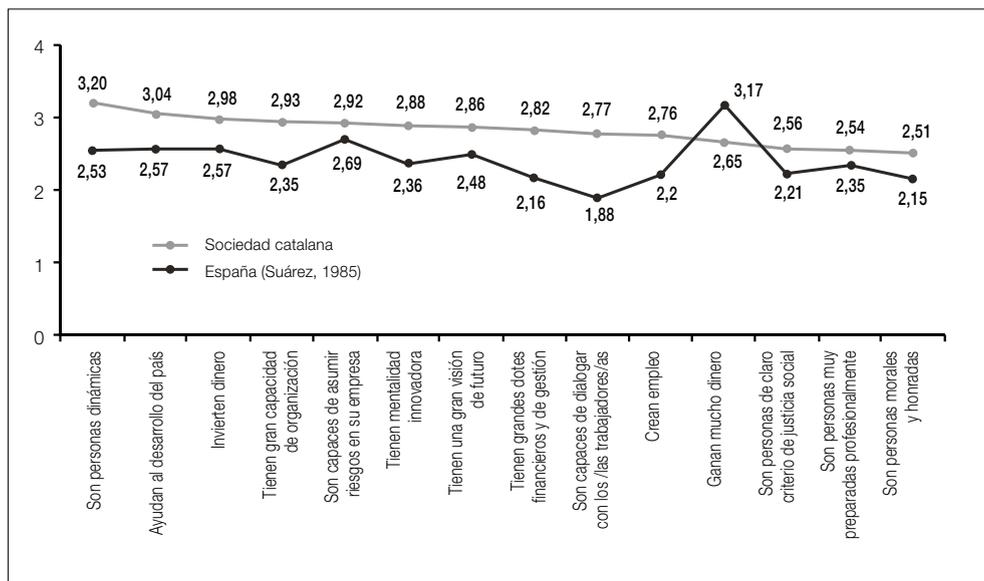
Por su parte, la figura 4.11 refleja los tres atributos peor valorados por dichas muestras.

**Figura 4.11.** Comparación de los 3 atributos del empresario catalán menos valorados según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 4 (donde 4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)



De igual modo, en la figura 4.12, como síntesis a lo presentado anteriormente, y basándonos en el promedio de valoraciones de todas las muestras para cada uno de los atributos, se observa claramente una doble visión del empresario según las muestras de la sociedad catalana (línea gris). Por un lado, la visión positiva, donde los empresarios son dinámicos (3,20), ayudan al desarrollo del país (3,04) e invierten dinero (2,98). Por otro, la visión negativa, donde los empresarios son percibidos como personas poco morales y poco honradas (2,51), poco preparadas profesionalmente (2,54) y sin un claro criterio de justicia social (2,56). Así pues, de estos resultados se deduce que la imagen del empresario en la sociedad catalana es contradictoria. En la misma figura 4.12, se muestran (línea negra) las valoraciones de los atributos del empresario en España, correspondientes al estudio de Suárez (1985). Se puede afirmar, sin temor a equivocarse, que si nos basamos en estos datos, la imagen del empresario ha mejorado sustancialmente en las últimas décadas ya que todos los atributos, a excepción de «ganan mucho dinero», han sido mejor puntuados por las muestras actuales de la sociedad catalana. Además, el único atributo peor valorado, relativo a temas económicos, puede interpretarse también como una mejora de su imagen, ya que a veces se acusa a los empresarios de ganar demasiado dinero. Cabe esperar que dicha imagen siga cambiando, ya que la percepción que la sociedad catalana tiene del empresario, así como la legitimidad social de éste, será uno de los factores más influyentes en la intención hacia la creación de empresas (Veciana, 1997).

Figura 4.12. Promedio la de valoración de los atributos del empresario según las muestras de la sociedad catalana, por orden de importancia. Comparación con los atributos del empresario en España (Suárez, 1985). Valoración de 1 a 4 (donde 4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)



#### 4.5.2. Valoración de la profesión de empresario

En la figura 4.13, se comparan las distintas valoraciones asignadas al prestigio de las profesiones por parte de las muestras de la sociedad catalana.

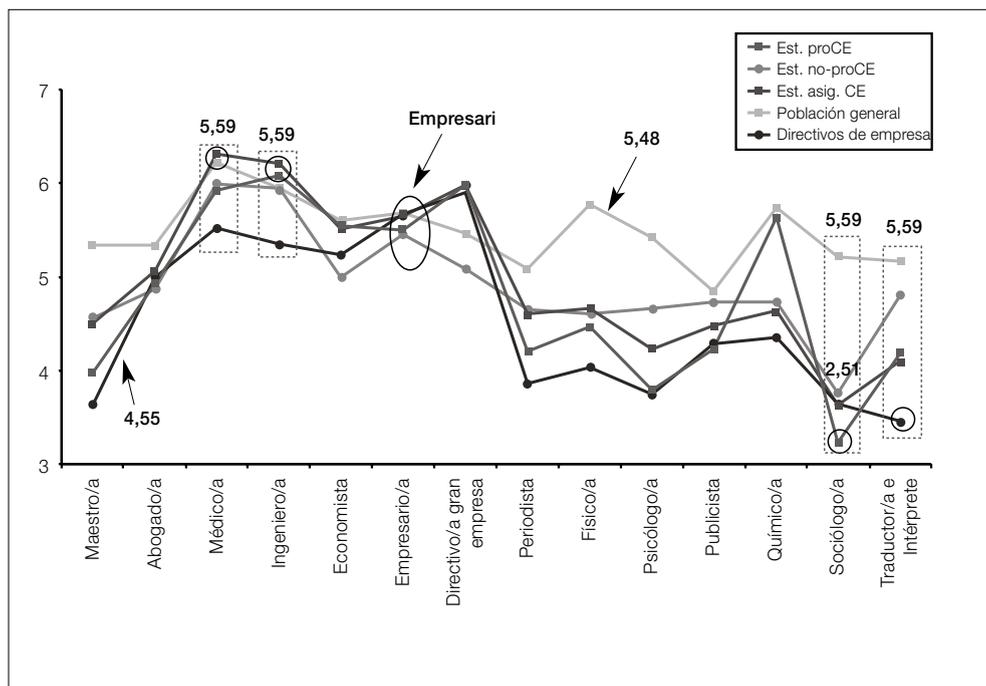
Por un lado, se observa que, según la muestra de la *población general* y las muestras de *estudiantes no pro-creación de empresas* y de la *asignatura de creación de empresas*, la profesión mejor valorada es «médico» con unas puntuaciones de 6,31; 6,22 y 5,99 respectivamente. Por su parte, «ingeniero», así como «directivo de gran empresa» son las profesiones mejor valoradas por la muestra de *estudiantes pro-creación de empresas* (con un 6,08) y por la muestra de directivos (5,90), respectivamente.

Por otro lado, la profesión peor valorada es «sociólogo» según las tres muestras de estudiantes (3,76 para los *no pro-creación de empresas*, 3,63 para los de la asignatura *pro-creación de empresas* y 3,23 para los *pro-creación de empresas*), así como «publicista», según la muestra de la población general (4,84) y «traductor e intérprete» según los *directivos de empresa* (3,46).

Por último, cabe destacar que en términos globales la muestra de la *población general* es la que asigna puntuaciones más elevadas a las distintas profesiones (5,84), mien-

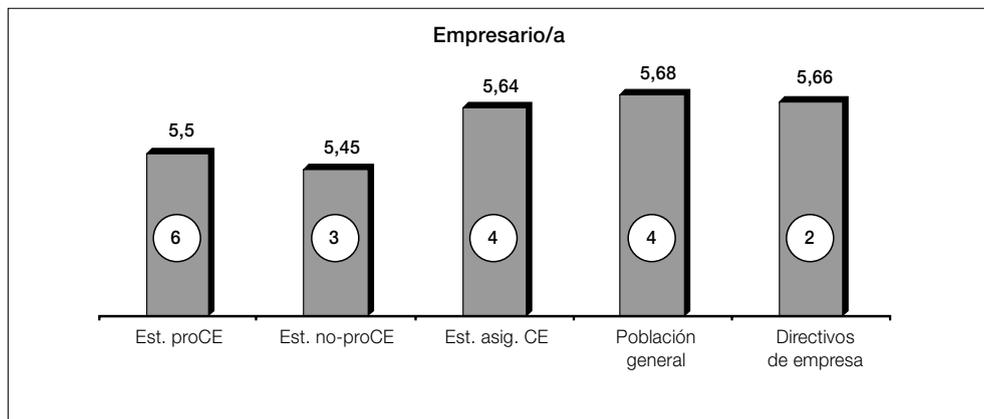
tras que la muestra de *directivos de empresa* es la que en promedio da una valoración más baja (4,55).

Figura 4.13. Comparación de la valoración de las profesiones según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 7 (7: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)



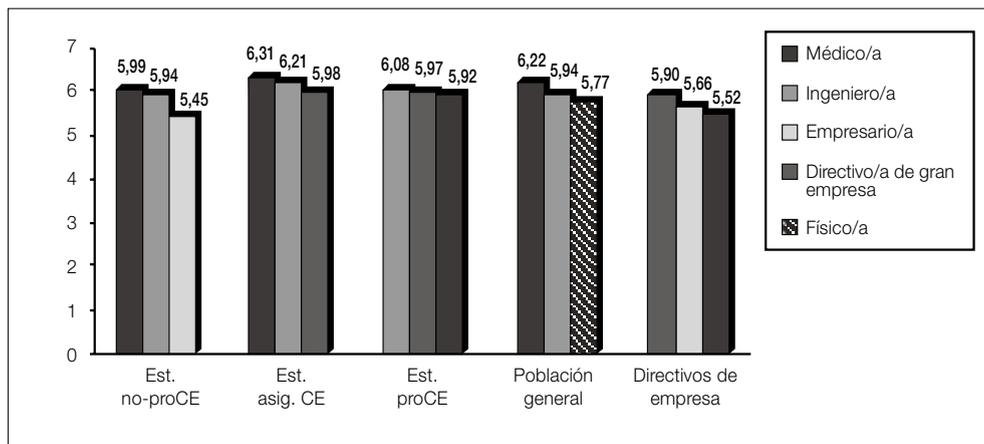
En cuanto a la valoración asignada a la profesión de «empresario» y resaltando las apreciaciones observadas en la tabla anterior, la figura 4.14 refleja que esta profesión es en la que se produce mayor coincidencia en su puntuación, pues sólo hay 0,23 puntos de diferencia entre la muestra que valora mejor dicha profesión (la población general con un 5,68) y la muestra que la valora peor (la de *estudiantes no pro-creación de empresas* con un 5,45). En referencia al ranking de valoración de profesiones, es la muestra de *directivos* la que asigna al «empresario» una mejor puntuación, situándolo en 2ª posición.

**Figura 4.14.** Comparación de la valoración de la profesión de empresario, según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 7 (7: máxima puntuación; 1: mínima puntuación). Ranking del prestigio asignado a la profesión de empresario por cada muestra



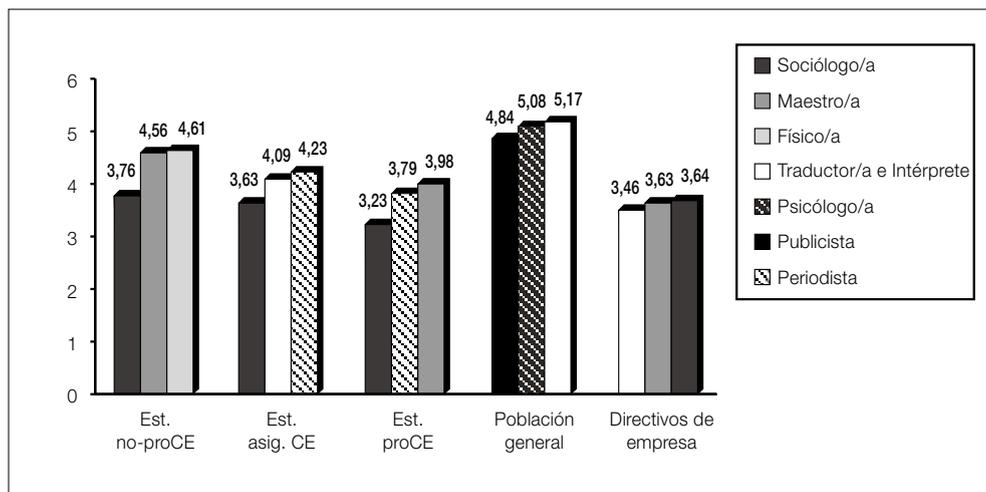
Como resumen, en la figura 4.15 se observan las tres profesiones mejor valoradas por las distintas muestras de la sociedad catalana.

**Figura 4.15.** Comparación de las 3 profesiones más valoradas según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 7 (7: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)



Y la figura 4.16 refleja las tres profesiones peor valoradas por las muestras consideradas.

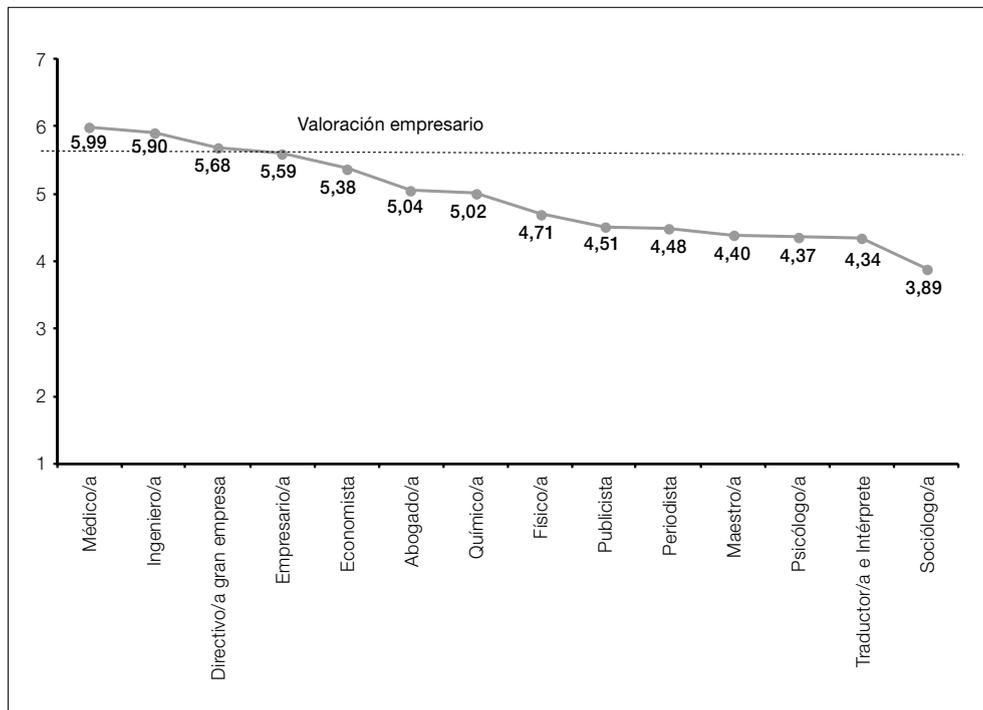
**Figura 4.16.** Comparación de las 3 profesiones menos valoradas según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 4 (4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)



En la figura 4.17 y a modo de síntesis, se puede observar que en la valoración promedio de las profesiones, las muestras de la sociedad catalana consideran al «empresario» en una posición privilegiada y con una puntuación bastante elevada (4º y 5,59), solo superado por «médico», «ingeniero» y «directivo de gran empresa». Es interesante comentar que la figura del empresario resulta en términos generales mejor valorada en lo referente a la asignación de puntuaciones sobre la profesión en sí, en comparación con otra profesión, que con relación a los atributos relativos a su imagen.

Por su parte, las valoraciones promedio más bajas según las muestras de la sociedad catalana son las correspondientes a las profesiones de «sociólogo» (con un 3,89 sobre 7), «traductor e intérprete» (4,34) y «psicólogo» (4,37).

Figura 4.17. Promedio de valoración de las profesiones según las muestras de la sociedad catalana, por orden de importancia. Valoración de 1 a 4 (donde 4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)



Si comparamos los resultados anteriores con los de las muestras de empresarios de Catalunya, en las tablas 4.15 y 4.16 se pueden observar los datos obtenidos a partir de dos preguntas abiertas que hacían referencia a los atributos del empresario catalán («¿cuáles son los valores positivos del empresario catalán?» y «¿cuáles son los valores negativos del empresario catalán?»).

En la tabla 4.15 se observa, pues, que tanto la muestra de *empresarios actuales* como la de *empresarios potenciales* coinciden en señalar como atributos positivos más relevantes del empresario la «capacidad de emprender» (17,6 y 13,8, respectivamente) y la «creatividad» (15,9 y 13,3, respectivamente).

**Tabla 4.15. Atributos positivos del empresario catalán según las muestras de empresarios actuales y potenciales de Catalunya, en porcentajes**

Valores positivos	Categorías*	Catalunya			
		Empresarios actuales		Empresarios potenciales	
		%	Orden	%	Orden
Emprendedor	Iniciativa	17,6	1	13,8	1
Creativo	Innovador	15,9	2	13,3	2
Ahorrador	Austeridad No malgastador	15,4	3	11,6	4
Capacidad de trabajo	Esfuerzo Constancia Sacrificio Tenacidad Dedicación	14,1	4	12,2	3
Profesional	Seriedad Eficaz Cumplidor Responsable	13,3	5	10,9	5
Honestidad	Honradez No estafador Persona de palabra	5,3	6	8,9	6
Prudente	Riesgo controlado	4,9	7	–	
Abierto al exterior	Exportador	–		6,6	8
Bien contactado	Contactos	–		7,8	7
Otros		13,2		14,9	
<b>Total</b>		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>	

\* Las categorías expresan adjetivos que utilizaron los encuestados para referirse a los valores positivos del empresario catalán.

Por otra parte, en la tabla 4.16 se observa que los atributos negativos del empresario destacados como más relevantes por ambas muestras fueron que los empresarios están «demasiado obsesionados con el trabajo» (23,3 y 29,9, respectivamente) y son «demasiado exigentes consigo mismo» (15,5 y 16,9, respectivamente).

**Tabla 4.16. Atributos negativos del empresario catalán según la muestra de empresarios actuales y potenciales de Catalunya, en porcentajes**

Valores negativos	Categorías*	Catalunya			
		Empresarios actuales		Empresarios potenciales	
		%	Orden	%	Orden
Demasiado obsesionado con el trabajo		23,3	1	29,9	1
Demasiado exigente consigo mismo		19,8	2	19,6	2
Individualista	Van a la suya	15,5	3	16,9	3
Demasiado prudente	Poco arriesgado				
	Falta de espíritu de riesgo	14,7	4	9,2	5
Desconfiado	No se fían de nadie	12,1	5	11,3	4
No saben delegar		6,9	6	–	
Incapacidad para cooperar con otras empresas	Le cuesta hacer alianzas	–		6,2	6
Otros		7,7		6,9	
<b>Total</b>		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>	

\* Las categorías expresan adjetivos que utilizaron los encuestados para referirse a los valores negativos del empresario catalán.

De esta manera, y para resumir lo visto anteriormente, se podría decir que las muestras de empresarios consideradas se definen a si mismas en lo que hace referencia a los atributos positivos como personas emprendedoras, creativas, trabajadoras, austeras, prudentes, profesionales y honradas. Mientras que en cuanto a los atributos negativos, dichas muestras se consideran como personas demasiado trabajadoras y exigentes, individualistas, desconfiadas, demasiado prudentes, sin capacidad para cooperar con otras empresas y a veces con cierta prepotencia. Así pues, se observa que las características destacadas por los encuestados responden al estereotipo comúnmente asignado al empresario catalán. De todas formas, cabe tener en cuenta la obvia subjetividad de la asignación de estos atribu-

tos a la figura del empresario catalán al tratarse de una autoevaluación, aunque en buena parte coinciden con los resultados obtenidos de las muestras de la *población general*, los *estudiantes universitarios* y los *directivos de empresa* de Catalunya.

En cuanto a la otra pregunta abierta que hacía referencia directamente al prestigio del empresario («¿considera usted que ser empresario es una profesión de prestigio en la sociedad catalana?»), las dos muestras de *empresarios* catalanes respondieron mayoritariamente en sentido positivo (65% para el caso de los *empresarios actuales* y 59,9% para el caso de los *empresarios potenciales*), aduciendo razones tales como que los empresarios generan riqueza, son profesionales, son muy trabajadores, se sacrifican mucho, etc. Por su parte, aquéllos que respondieron que el empresario catalán no era una profesión de prestigio, lo justificaron achacando su respuesta al hecho de que los empresarios ganaban demasiado dinero, sólo pensaban en el dinero, eran unos estafadores y explotadores, etc.

Por lo tanto, en referencia a la imagen del empresario, de igual modo que las otras muestras de la sociedad catalana, los mismos empresarios también plantean una doble visión de la figura del empresario, una visión más positiva y otra más negativa.

En este capítulo se ha analizado el marco institucional informal de la creación de empresas en Catalunya a partir del estudio de las actitudes de deseo, viabilidad e intención de fundar una empresa por parte de varias muestras de individuos susceptibles de llegar a ser empresarios: la *población general*, los *estudiantes universitarios* y los *directivos de empresa*. También se ha considerado la opinión de estas muestras en cuanto a los factores que favorecen y los factores que dificultan la creación de una empresa, los motivos y los frenos en el proceso de creación de la misma, así como la imagen del empresario en la sociedad catalana. Los resultados obtenidos se han contrastado, además de con otros estudios de ámbito nacional e internacional, con los datos obtenidos al respecto por parte de dos muestras de nuevos empresarios catalanes.

Así pues, los factores institucionales informales considerados como determinantes de la creación de nuevas empresas han sido las actitudes de la sociedad catalana hacia la creación de empresas y la figura del empresario.

En referencia al deseo, las muestras consideradas reflejan una actitud claramente positiva, mientras que contrariamente, revelan una percepción general de viabilidad negativa. De esta manera, a pesar de que un elevado porcentaje de los individuos encuestados respondieron tener el deseo de fundar una empresa, se tiene mayoritariamente la convicción de que resulta más complicado constituir una empresa en la actualidad que en épocas pasadas. En este sentido, son los *estudiantes de la asignatura de creación de empresas* (89,6%) los que mostraron el porcentaje de deseo más elevado, mientras que el más reducido correspondió a los *estudiantes no pro-creación de empresas* (59,1%).

Por otro lado, la mayor parte de la muestra de la *población general* catalana y de las muestras de *estudiantes* respondió que es más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores, a excepción de la muestra de *directivos de empresa* que señaló una percepción de viabilidad positiva, ya que casi el 60% de la misma respondió en sentido con-

trario. Seguramente, la proximidad al mundo empresarial por parte de los directivos de empresas puede ser una posible explicación de su respuesta positiva en torno a la viabilidad.

Por lo que respecta a la intención, dichas muestras desprenden porcentajes positivos ciertamente elevados, a pesar de que la mayoría, aún y respondiendo afirmativamente, dijeron que habían pensado «vagamente» en la idea de crear una empresa. Así pues, los porcentajes más altos de intención corresponden a la muestra de *directivos de empresa*, donde el 25% de la misma respondió tener el firme propósito de fundar una empresa. En este caso, fueron las muestras de los *estudiantes no pro-creación de empresas* y de la *población general* las expresaron tener una menor intención de fundar una empresa propia. Consecuentemente, para el caso de la muestra de *directivos de empresa*, se deduce una relación positiva entre la percepción positiva de viabilidad y la intención de fundar una empresa propia.

Por su parte, en promedio, las muestras de la sociedad catalana han destacado el «apoyo gubernamental» como el factor más importante que favorece la creación de empresas, así como la «falta de capital inicial» y la «competencia» como los factores que dificultan este proceso. De igual modo, «poner en práctica sus propias ideas» y la «independencia personal» son los motivos más destacados, mientras que la «falta de capital inicial» y el «riesgo demasiado elevado» representan los frenos más relevantes.

En cuanto a la imagen del empresario catalán, los atributos más destacados corresponden a los empresarios «son personas dinámicas», «ayudan al desarrollo del país» e «invierten dinero», mientras que la valoración promedio de la profesión de empresario con relación a otras profesiones es relativamente elevada, sólo superada por las profesiones de «médico», «ingeniero» y «directivo de gran empresa». De esta manera, a la luz de los resultados obtenidos, se puede decir que la sociedad catalana valora positivamente la imagen del empresario, aunque se podría valorar aún mejor. Además, si se comparan estos resultados con las valoraciones de los atributos del empresario en España correspondientes al estudio de Suárez (1985), se descubre que la imagen del empresario ha mejorado considerablemente en las últimas décadas, ya que la mayor parte de los atributos considerados han sido mejor puntuados por las muestras actuales de la sociedad catalana. Así pues, es de esperar que dicha imagen siga mejorando con el tiempo.

Es importante destacar que la percepción que la sociedad catalana tiene de la figura del empresario puede ser uno de los factores más influyentes sobre la intención de crear una empresa propia.

# 5

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

---

*«No vayas demasiado lejos.»*  
(Nietzsche)

La creación de nuevas empresas se ha convertido en la actualidad en un instrumento fundamental para el desarrollo económico y social. Como ya se ha comentado anteriormente, las administraciones públicas de la mayoría de países occidentales vienen estableciendo en las últimas décadas distintas políticas y mecanismos de apoyo a las nuevas empresas, así como incentivando el espíritu empresarial. Por su parte, esta temática también ha despertado el interés de investigadores que plantean una relación positiva entre un entorno más favorable y la creación y consolidación empresarial.

Así pues, previa descripción de la estructura y demografía empresarial catalana, en este trabajo se ha aplicado el enfoque institucional para el estudio de los factores del entorno que condicionan la creación de empresas en Catalunya. Se han analizado tanto los factores institucionales formales (haciendo especial énfasis en los mecanismos de apoyo a las nuevas iniciativas empresariales) como los factores informales (centrándonos en las actitudes de la sociedad catalana hacia la creación de empresas).

A continuación se presentan las principales conclusiones que se derivan de esta investigación, planteando también algunas recomendaciones dirigidas a la mejora del entorno de la creación de nuevas empresas en Catalunya.

### 5.1. CONCLUSIONES PRINCIPALES

#### Estructura y demografía empresarial en Catalunya para el periodo 1996-2001

1) En el año 2001 había en Catalunya casi medio millón de empresas, de las cuales la mayoría (75,69%) estaban ubicadas en Barcelona. Por lo que respecta al ámbito comarcal, las tres comarcas con mayor número de empresas son el Barcelonès (33,76%), el Vallès Occidental (11,25%) y el Baix Llobregat (9,62%). De igual modo, cabe destacar la importancia de las empresas catalanas en el contexto de la economía española, ya que a pesar de haberse reducido el peso total de las mismas durante el periodo 1996-2001, Catalunya sigue siendo la Comunidad Autónoma con mayor número de empresas. En este sentido,

Catalunya también cuenta con una de las densidades más elevadas, con 77,68 empresas por cada 1000 habitantes, muy superior a la del promedio de España y a la del conjunto de la Unión Europea para el año 2001 (64,34 y 63,26, respectivamente).

2) En cuanto a la distribución sectorial, en el año 2001 la mayor parte de las empresas catalanas se dedicaban principalmente a la prestación de servicios (más del 75%), estructura sectorial similar a la de España y la de la Unión Europea. Por lo que respecta al tamaño, el 93,17% son microempresas y el 52,6% de las mismas no tienen ningún empleado. Mientras que para el caso de España los porcentajes son muy similares, para la Unión Europea el número de empresas sin empleados es más reducido. Con relación a la forma jurídica, en el año 2001 el 60% de las empresas catalanas adoptó como forma jurídica la de empresario individual, siendo la siguiente condición jurídica más utilizada la de sociedad limitada (25,5%). En el periodo 1996-2001 se produjo en Catalunya un incremento neto de casi 30.000 empresas, experimentando una tasa media de crecimiento anual del número de empresas del 1,21%.

3) En cuanto a la demografía empresarial, por lo que respecta a la mortalidad de las nuevas empresas de la muestra de Catalunya para el periodo 1996-2001, el 17,8% de las mismas cesó su actividad en el primer año de vida. Asimismo, en los años posteriores, la tasa de mortalidad de las empresas de dicha muestra creadas durante el año 1996 se situó en el 11,5% para el 1998, en el 12,4% para el 1999, en el 14,4% para el 2000, y en el 7,7% para las empresas creadas hace 5 años.

Con relación a la supervivencia, el 82,2% de las nuevas empresas de la muestra de Catalunya mantienen su actividad en el primer año de vida el 72,8%; en el segundo el 63,8%; en el tercero el 54,6%; en el cuarto, y sólo el 50,2% continúan en activo después de 5 años.

### **Organismos y medidas de apoyo a la creación de empresas en Catalunya**

4) En Catalunya existen muchos organismos que ofrecen distintos programas de apoyo a las nuevas iniciativas empresariales, a los cuales puede acceder el nuevo empresario en busca de asistencia para la creación de su empresa. La muestra de *empresarios potenciales* manifiesta un mayor conocimiento y una mayor utilización de los servicios de apoyo que la muestra de *empresarios actuales*. La valoración atribuida por las dos muestras de nuevos empresarios a los mecanismos de asistencia utilizados refleja que los programas no económicos son mejor valorados que los económicos y además han tenido mayor importancia en el proceso de creación de la empresa. En este sentido, el hecho de que en la mayoría de los casos las ayudas económicas sean escasas y se reciban con gran demora justifica sobradamente los resultados obtenidos.

5) Para la muestra de *empresarios potenciales*, la utilización de los programas de apoyo viene explicada por el nivel de estudios y los antecedentes de empresarios en la familia,

mientras que la valoración del programa utilizado se puede explicar sólo a partir del sexo del *empresario potencial*. De esta manera, parece ser que el uso de mecanismos de apoyo en el proceso de creación de una empresa propia será mayor cuanto más elevado sea el nivel de estudios del nuevo empresario. Seguramente, la proximidad a los circuitos formativos puede facilitar instrumentos más eficientes de acceso a la información, sobre todo en lo referente a las nuevas tecnologías (Internet, etc.), así como de gestión y explotación de dicha información. Del mismo modo, la falta de antecedentes empresariales en la familia puede significar que el nuevo empresario no cuente en su ámbito de confianza con la ayuda necesaria (consejos, información, experiencia, etc.) y esté más motivado a utilizar mecanismos de apoyo externos. En cuanto al hecho de que la mujer empresaria valore mejor los programas utilizados, posiblemente tiene que ver con la especificidad de dichos programas (asistencia específica para mujeres empresarias) con relación a las medidas más generales dirigidas al colectivo masculino de empresarios.

6) Por otra parte, y también para la muestra de *empresarios potenciales*, la creación de su empresa depende de forma significativa de la utilización de algún programa de apoyo utilizado en el proceso de constitución de la misma. En este sentido también se corroboran los planteamientos de la literatura sobre la influencia positiva que pueden tener los mecanismos de apoyo en la creación de nuevas empresas.

7) Por lo que respecta a la opinión global, ambas muestras de empresarios tienen la concepción de que podrían mejorarse significativamente las medidas de apoyo existentes a la creación de empresas en Catalunya.

La excesiva diversificación, tanto de organismos como de servicios de asistencia a la creación de empresas, conduce, junto a la falta de coordinación entre estos organismos, a duplicaciones y solapamientos en la oferta de los programas de asistencia a las nuevas empresas. Las muestras consideradas de nuevos empresarios señalan que las ayudas no son suficientemente conocidas, no se adaptan a sus necesidades y que se requieren demasiados trámites para obtenerlas.

Por consiguiente, se deduce que existe poca adecuación entre la oferta de servicios ofrecidos por los organismos y la demanda de asistencia requerida por los nuevos empresarios catalanes. De todas formas, a pesar de estos resultados, cabe destacar que en Catalunya el esfuerzo por parte de los agentes implicados por construir un entorno cada vez más favorable para las nuevas iniciativas empresariales no es ni mucho menos desdeñable.

### **Actitudes hacia la creación de empresas de la sociedad catalana**

8) La sociedad catalana (*población general, estudiantes universitarios y directivos de empresa*) refleja una actitud claramente positiva en cuanto al deseo de crear una empresa, ya que un porcentaje promedio del 76,3% respondió tener el deseo de crear propia empresa, lo cual contrasta con la preocupación entorno a la viabilidad de su creación, pues un ele-

vado porcentaje de las muestras revela una percepción general negativa (con un porcentaje promedio del 57,4%).

9) La intención de crear una empresa para el promedio de las muestras de la sociedad catalana es relativamente elevada (ya que de forma agregada un 59,6% respondió afirmativamente, a pesar de que el porcentaje de respuestas afirmativas corresponde mayoritariamente a «sí, vagamente»).

Si se comparan estos resultados con los obtenidos para la muestra de *empresarios actuales*, se descubre que la mayor parte de ellos manifiestan abiertamente que volverían a crear otra empresa (casi un 77% de los casos), destacando el hecho de que casi un tercio de este porcentaje ya estaban en proceso de crear la nueva empresa y que otro tercio tenía el firme propósito de hacerlo en el plazo de un año.

10) El deseo de crear una empresa vendrá explicada estadísticamente por las variables «sexo» y «antecedentes de empresarios en la familia». La viabilidad sólo estará influida de forma significativa por el «sexo», mientras que la intención dependerá del «sexo», la «edad» y los «antecedentes de empresarios en la familia». Así pues, y en la línea que plantea la literatura sobre el tema, los hombres muestran mayor deseo e intención de crear una empresa propia, mientras que las mujeres perciben que en la actualidad es más difícil iniciar una nueva actividad empresarial que en décadas pasadas. Además, las personas con empresarios en la familia también estarán más predispuestas a crear una empresa propia, hecho que parece lógico si se considera la influencia que tiene el proceso de socialización (en este caso, entre empresarios) en las decisiones que se toman a lo largo de la vida, y más concretamente en la elección de la carrera profesional. En cuanto a la edad, la mayor intención de crear una empresa corresponde al grupo de entre 21 y 28 años, mientras que el porcentaje más reducido es el del grupo de más de 60 años. De este modo, se puede afirmar que a mayor edad, menor es la intención de crear una empresa.

11) Los factores que favorecen la creación de empresas destacados como más importantes para el promedio de las muestras de la sociedad catalana son el «apoyo gubernamental» (con un 19,8%), el «acceso a la financiación» (12,6%) y las «nuevas tecnologías» (12,4%). Por su parte, los factores más relevantes que dificultan el lanzamiento de una nueva actividad empresarial son la «falta de capital inicial» (18,5%), la «competencia» (18,4%), las «cargas fiscales» (13,6%) y la «burocracia y trabas administrativas» (12,7%).

De igual modo, mientras que los motivos más destacados en la creación de una empresa propia son «poner en práctica sus propias ideas» y la «independencia personal», los frenos más importantes resultan de la «falta de capital inicial» y el «riesgo demasiado elevado» que conlleva emprender una nueva iniciativa empresarial.

12) En cuanto a la imagen del empresario catalán, el promedio de valoraciones de las muestras de la sociedad catalana para cada uno de los atributos considerados evidencia una visión positiva de la figura del empresario y de sus funciones en la sociedad, a pesar de que

se espera que dicha imagen vaya mejorando aún más con el paso del tiempo. Si se comparan estos resultados con las valoraciones de los atributos del empresario en España correspondientes al estudio de Suárez (1985), se puede afirmar que la imagen del empresario ha mejorado sustancialmente en las últimas décadas. En referencia a la valoración promedio de la profesión de empresario con relación a otras profesiones, las muestras de la sociedad catalana sitúan al «empresario» en una posición privilegiada y con una puntuación bastante elevada (4ª posición y 5,59 sobre 7 de valoración), sólo superado por las profesiones de «médico» (5,99 sobre 7), «ingeniero» (5,90 sobre 7) y «directivo de gran empresa» (5,68 sobre 7).

## 5.2. ALGUNAS RECOMENDACIONES

Según se desprende de este trabajo, a pesar de que se están realizando esfuerzos importantes desde las administraciones públicas, aún queda mucho camino por recorrer en la consecución de un entorno institucional más favorable hacia la creación de nuevas empresas en Catalunya. En este sentido, del presente estudio se derivan una serie de recomendaciones dirigidas a la mejora tanto de los factores institucionales formales como de los factores informales del entorno que condicionan la creación de empresas. En la figura 5.1, se plantea una propuesta de actuación a partir de la cual se recogerán algunas de las recomendaciones generales más relevantes.

**Figura 5.1.** Propuesta de actuación para la mejora del entorno de la creación de empresas



Fuente: elaboración propia.

Fundamentalmente la propuesta incluye los siguientes aspectos:

- A) Plan estratégico de actuación
- B) Desarrollo del plan estratégico de actuación:
  - a) líneas básicas de actuación
  - b) agentes implicados
  - c) instrumentos necesarios
  - d) colectivos susceptibles de ser empresarios
  - e) ámbitos de actuación
- C) Mecanismos de control y de evaluación de resultados

Más concretamente, el plan estratégico de actuación<sup>45</sup> consiste en tener en cuenta los siguientes puntos:

- el **qué** (qué se va a hacer, o cuáles son los objetivos o sea qué líneas de actuación se van a seguir),
- el **quién** (qué agentes van a intervenir),
- el **cómo** (mediante qué instrumentos), y
- el **cuándo** (en qué plazo temporal se aplicará).

Según se observa en la figura 5.1, en términos generales las **líneas básicas de actuación** se referirán, por un lado, a la adecuación de la legislación relativa a la creación de empresas<sup>46</sup> a las necesidades del nuevo empresario, así como a la mejora de los programas de apoyo y la gestión eficiente de los mismos por parte de los organismos que ofrecen dichas ayudas. Por otro, se plantea la transformación de la cultura empresarial de la sociedad catalana, o sea, el cambio en torno a la mejora de las actitudes hacia la creación de empresas, la figura del empresario y la función empresarial. Es muy importante que ambas líneas converjan, ya que en la práctica estarán muy interrelacionadas. En este sentido, los cambios legales también deberán promover el espíritu emprendedor de la sociedad.

Cada línea de actuación requerirá de unos **agentes implicados** específicos. Las administraciones públicas, y más concretamente los responsables del área de creación de empresas de los organismos, serán los encargados mediante **instrumentos** tales como la información, el asesoramiento, la formación, la investigación y la comunicación, de ofrecer la ayuda necesaria a aquellas personas que hayan decidido establecerse por cuenta propia. Mucha importancia pueden tener también los empresarios ya establecidos como ase-

---

45. Previamente al plan de actuación se debería empezar con un análisis exhaustivo tanto del estado de la cuestión en cuanto a los factores formales e informales que condicionan la creación de empresas, como del conocimiento en profundidad del tejido empresarial específico, a partir del estudio de la estructura y demografía empresarial. De hecho este análisis se ha realizado en los capítulos 2, 3 y 4 del presente libro, para el caso de Catalunya. Igualmente puede ser de fácil aplicación para otras regiones y países.

46. A pesar de no haberse desarrollado explícitamente en el presente estudio, creemos importante no dejar de lado los aspectos referentes a la legislación.

sores de los nuevos empresarios, aportando su experiencia y aprendizaje acumulado en el proceso de creación de su empresa propia, intentando evitar que otros empresarios comentan errores que ellos tuvieron.

Cabe decir que la cooperación y coordinación de los distintos agentes implicados, así como la forma en que se utilicen dichos instrumentos, constituirá un aspecto fundamental para el éxito de la presente propuesta.

De igual modo, es importante tener en cuenta los distintos **colectivos susceptibles de llegar a ser empresarios** sobre los cuáles se va a actuar<sup>47</sup> (población general, estudiantes universitarios, otros estudiantes, directivos de empresa, grupos minoritarios con riesgo de exclusión, otros), así como la fase del proceso de creación de empresas en que se encuentran inmersos (gestación, creación, lanzamiento y consolidación de la nueva empresa). También se distinguirán los **ámbitos de actuación**, o sea, dónde se van a llevar a cabo las acciones de fomento de la creación de empresas (según el nivel de actuación: nivel autonómico-Generalitat, provincial-diputaciones, comarcal-consells y local-ayuntamientos; según la zona geográfica: ámbito urbano y rural, etc.). Obviamente, tanto los agentes como los instrumentos utilizados deben adaptarse a las necesidades concretas del ámbito considerado. De hecho, existen diferencias importantes en por ejemplo, entre el tipo de ayudas requeridas por los empresarios de zonas rurales y urbanas, así como el apoyo ofrecido desde el nivel autonómico y el local.

Por último, será también necesario **controlar la eficiencia y calidad** con la que se lleva a término la propuesta, así como disponer de adecuados mecanismos de evaluación de los resultados obtenidos, o sea, poder analizar si realmente se producen mejoras en los factores formales y/o formales que conduzcan a crear más empresas y con más probabilidad de supervivencia.

Concretamente, algunas de las recomendaciones fruto de las líneas de actuación para la mejora del entorno de la creación de empresas son las siguientes:<sup>48</sup>

En cuanto a los organismos y servicios de asistencia:

1. Identificar los problemas específicos que experimentan las nuevas empresas en el proceso de creación, con la finalidad de determinar exactamente qué tipo de apoyo es el más adecuado y cuáles son los organismos que mejor lo podrán ofrecer.

---

47. La selección adecuada de lo que Veciana (1997) denomina los «yacimientos de nuevos empresarios», o sea de los colectivos susceptibles de ser potenciales empresarios, será seguramente también una tarea básica para la culminación con éxito de esta propuesta de actuación.

48. A pesar de que en este trabajo, tal y como se dijo ya anteriormente, no se han desarrollado medidas relativas a la legislación, se destacaran las siguientes:

- a) Simplificar los trámites y reducir el tiempo necesario para crear una empresa, así como abaratar los costes de constitución.
- b) Establecer nuevas formas jurídicas para las nuevas empresas, adaptadas a las características específicas de las mismas.
- c) Reducir las cargas fiscales para las empresas en los primeros años de vida.

2. Generar entre los organismos de apoyo una mayor concienciación sobre las diferencias que existen en las características de las nuevas empresas, con el propósito de diseñar mecanismos de apoyo adaptados a las necesidades de las mismas.

3. Diseñar instrumentos de control y evaluación de la calidad en la prestación de los servicios de apoyo a las nuevas empresas.

4. Incentivar la colaboración, cooperación y coordinación entre los organismos públicos, privados y mixtos, con el objeto de aprovechar sinergias, mejorar la calidad en la prestación de servicios y evitar la descoordinación y los solapamientos.

5. Potenciar el intercambio de «buenas prácticas de apoyo» ya probadas por los distintos organismos, con el propósito de aprovechar las experiencias de otros organismos y de otros países mejorando la oferta de los programas de apoyo.

6. Promover y elaborar programas de apoyo partiendo de la colaboración entre los organismos y los nuevos empresarios, con la finalidad de revelar las necesidades reales de las nuevas empresas.

7. Mejorar el acceso en línea e incrementar el uso de internet. La prestación de servicios vía internet puede facilitar la comunicación entre organismos y nuevos empresarios, reduciendo también el coste del contacto.

8. Facilitar a los nuevos empresarios el acceso a mecanismos de apoyo no económicos en forma de paquetes integrados (información, asesoramiento, formación, seguimiento, etc.) adaptados a las necesidades específicas de cada nueva empresa.

En cuanto a las actitudes hacia la creación de empresas:

1. Sensibilizar a la comunidad educativa y a la sociedad en general (políticos, cargos de gestión, docentes, padres y madres, alumnos, etc.) de la importancia de incluir contenidos relativos a la asignatura de creación de empresas, así como actividades relacionadas con la misma, en los programas de todos los niveles de enseñanza, desde la Educación Primaria hasta la Universidad. En el caso del ámbito universitario, sería necesario convertir esta asignatura en obligatoria e impartirla en todo tipo de estudios y con la mayor transversalidad.

2. Favorecer y promocionar la creación de empresas por mujeres, así como por colectivos «desfavorecidos»: jóvenes, desempleados, mayores de 50 años, inmigrantes, etc.

3. Transformar la percepción negativa que la sociedad catalana tiene del fracaso en general y especialmente del fracaso empresarial. Educar a ser más tolerante ante el fracaso.

4. Potenciar el uso de los modelos de referencia de empresarios de éxito como instrumento de mejora de la percepción de viabilidad de crear una empresa propia. Si los empresarios potenciales tienen la oportunidad de vivir y ver de cerca hechos y ejemplos de empresarios de éxito, seguramente aumentará la probabilidad de que acaben creando su propia empresa.

5. Mejorar la cobertura mediática de la creación de empresas. Los medios de comunicación deberían dar más importancia a temáticas que potencien el espíritu emprendedor, la iniciativa individual, la creatividad, etc.

6. Fomentar la creación de redes entre nuevos empresarios que contribuyan a mejorar las condiciones de éxito en las primeras etapas de vida de la empresa.

Así pues, a partir de estas recomendaciones incluidas en las líneas de actuación comentadas anteriormente, creemos que la presente propuesta puede ser de utilidad para el diseño de políticas de fomento de la creación de empresas en Catalunya y para mejorar el entorno institucional. Consecuentemente, medidas de este tipo pueden tener un impacto positivo en el número de nuevas empresas creadas, así como una disminución en la mortalidad empresarial en los primeros años de vida.

---

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1.	Factores institucionales formales e informales	23
Tabla 2.1.	Número de empresas en Catalunya y provincias, en frecuencias. Comparación con España y la Unión Europea-15 (1996-2001)	28
Tabla 2.2.	Número de empresas por comarcas catalanas más relevantes, en frecuencias (1996-2001)	30
Tabla 2.3.	Número de empresas por Comunidades españolas, en frecuencias y porcentajes (1996-2001)	32
Tabla 2.4.	Número de empresas en Catalunya por sector, en frecuencias (1996-2001)	33
Tabla 2.5.	Distribución sectorial de las empresas en Catalunya por provincias, en porcentajes (1996-2001)	34
Tabla 2.6.	Distribución sectorial de las empresas en Catalunya, en porcentajes (2001). Comparación con España, la UE-15 y Estados Unidos	35
Tabla 2.7.	Número de empresas en Catalunya por tamaño (en número de empleados), en frecuencias (1996-2001)	35
Tabla 2.8.	Número de empresas en Catalunya y provincias por tamaño (en número de empleados), en porcentajes. Comparación con España (1996 y 2001)	36
Tabla 2.9.	Número de empleados de las empresas en Catalunya, en porcentajes (2001)	37
Tabla 2.10.	Número de empresas en Catalunya por forma jurídica, en frecuencias (1996-2001)	40
Tabla 2.11.	Forma jurídica de las empresas en Catalunya y provincias, en porcentajes. Comparación con España (1996 y 2001)	41
Tabla 2.12.	Densidad empresarial para Catalunya y provincias. Comparación con España y la Unión Europea (1996-2001)	42
Tabla 2.13.	Densidad empresarial por comarcas catalanas (1996 y 2001), por orden alfabético. Selección para el año 2001 de las 4 comarcas con mayor densidad, de las 4 comarcas con menor densidad, de las 5 comarcas con más número de empresas y de las 4 con menor número de empresas para el 2001	44
Tabla 2.14.	Densidad empresarial en Catalunya por sectores (1996-2001)	45
Tabla 2.15.	Densidad empresarial por Comunidades Autónomas (1996 y 2001)	45

Tabla 2.16. Número de empresas y densidad empresarial (1996-2001). Resumen para Catalunya, provincias y comarcas catalanas, España, selección de Comunidades Autónomas y UE-15	46
Tabla 2.17. Número de empresas (1996-2001). Resumen comparativo entre Catalunya y España	47
Tabla 2.18. Tasa de crecimiento anual del número de empresas para Catalunya y provincias, en porcentajes. Comparación con España (1996-2001)	48
Tabla 2.19. Tasa de crecimiento anual del número de empresas por comarcas catalanas (1996-2001), en porcentajes. Selección de las 4 comarcas con tasa media de crecimiento más elevada y de las 4 comarcas con menor tasa media. Comparación con Catalunya y comarcas con mayor número de empresas	50
Tabla 2.20. Tasa de crecimiento anual del número de empresas por regiones españolas (1996-2001), en porcentajes. Selección de las cuatro regiones con tasas medias de crecimiento más elevadas y de las cuatro con menor tasa	51
Tabla 2.21. Tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya por sectores económicos (1996-2001), en porcentajes	52
Tabla 2.22. Tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya, por tamaño, en número de empleados (1996-2001), en porcentajes	53
Tabla 2.23. Tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya, por forma jurídica (1996-2001), en porcentajes	54
Tabla 2.24. Tasa de crecimiento anual del número de empresas, en porcentajes. Resumen para Catalunya, provincias y selección de comarcas catalanas. Comparación con España y selección de regiones españolas	55
Tabla 2.25. Tasa de crecimiento anual del número de empresas (1996-2001), en porcentajes. Resumen para Catalunya por sectores económicos, tamaño y forma jurídica	56
Tabla 2.26. Tasa de entrada de empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1996-2001)	60
Tabla 2.27. Tasa de salida de empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1996-2001)	63
Tabla 2.28. Tabla resumen tasas de entrada y de salida de empresas promedio para Catalunya, por sectores económicos, en porcentajes. Arco Mediterráneo y España (1997-2000)	66
Tabla 2.29. Datos de la función de riesgo de las empresas en Catalunya, Arco Mediterráneo y España, por sectores económicos, en porcentajes (1996-2000)	71

Tabla 2.30. Creación y desaparición de las nuevas empresas en el vivero de empresas de Terrassa (Foment de Terrassa, S.A.) para el periodo 1996-2001. Características más relevantes de las nuevas empresas	73
Tabla 2.31. Creación y desaparición de las nuevas empresas en el vivero de empresas de Sabadell (Ajuntament de Sabadell) para el periodo 1996-2001. Características más relevantes de las nuevas empresas	74
Tabla 2.32. Tasas de supervivencia de las empresas en Catalunya por sectores económicos, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1996-2000)	75
Tabla 2.33. Resumen de las tasas de mortalidad y de supervivencia en Catalunya, en porcentajes (1996-2001)	76
Tabla 3.1. Medidas generales de apoyo a la creación de empresas	83
Tabla 3.2. Medidas económicas	83
Tabla 3.3. Medidas no económicas	84
Tabla 3.4. Características de la muestra de <i>empresarios actuales</i> y de la muestra de <i>empresarios potenciales</i> , en porcentajes	86
Tabla 3.5. Características de las nuevas empresas de la muestra de empresarios actuales y de la muestra de empresarios potenciales, en porcentajes	88
Tabla 3.6. Valoración de las características de los programas y servicios utilizados (valoración sobre 10)	91
Tabla 3.7. Tabla de contingencia del cruce entre la utilización de algún programa y las variables tipológicas de la muestra del empresario potencial, en porcentajes	93
Tabla 3.8. Tabla de contingencia del cruce entre la valoración de los programas utilizados y las variables tipológicas de la muestra del empresario potencial, en porcentajes	94
Tabla 3.9. Resumen de la existencia de relaciones de dependencia entre las variables consideradas	95
Tabla 3.10. Tabla de contingencia del cruce entre la creación de una empresa y la utilización de algún programa por parte de la muestra del empresario potencial, en porcentajes	95
Tabla 3.11. Razones que justifican la importancia de invertir fondos públicos en medidas de apoyo a la creación de empresas, por parte de ambas muestras de empresarios, en porcentajes	98
Tabla 3.12. Razones más relevantes para que las administraciones no inviertan fondos públicos en las medidas de apoyo a la creación de empresas, por parte de ambas muestras de empresarios, en porcentajes	98

Tabla 3.13. Opinión general sobre los programas y servicios de apoyo a la creación de empresas (valoración de cada ítem del 1 al 4, donde 4 es la máxima puntuación y 1 la mínima)	99
Tabla 4.1. Características de la muestra de la población general catalana, en porcentajes	105
Tabla 4.2. Características de las muestras de estudiantes universitarios de Catalunya, en porcentajes (1996-2001)	107
Tabla 4.3. Características de la muestra de directivos de empresa de Catalunya, en porcentajes	109
Tabla 4.4. Percepción de deseo de crear una empresa propia por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	111
Tabla 4.5. Resumen de la percepción de viabilidad de crear una empresa propia por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	113
Tabla 4.6. Comparación de la intención de crear una empresa propia por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	114
Tabla 4.7. Tabla de contingencia del cruce entre el deseo de crear una empresa y las variables tipológicas de la muestra de la población general de Catalunya, en porcentajes	116
Tabla 4.8. Tabla de contingencia del cruce entre la viabilidad de crear una empresa y las variables tipológicas de la muestra de la población general de Catalunya, en porcentajes	117
Tabla 4.9. Tabla de contingencia del cruce entre la intención de crear una empresa y las variables tipológicas de la muestra de la población general de Catalunya, en porcentajes	118
Tabla 4.10. Resumen de la existencia de relaciones de dependencia entre el deseo de crear una empresa y las variables tipológicas de las muestras de Catalunya, en porcentajes	119
Tabla 4.11. Factores más relevantes que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad, en porcentajes. Comparación entre las muestras de empresarios actuales y potenciales de Catalunya	122
Tabla 4.12. Factores más relevantes que dificultan la creación de nuevas empresas en la actualidad, en porcentajes. Comparación entre las muestras de empresarios actuales y potenciales de Catalunya	125
Tabla 4.13. Motivos más relevantes para la creación de nuevas empresas en la actualidad, en porcentajes. Comparación entre las muestras de empresarios actuales y potenciales de Catalunya	128
Tabla 4.14. Frenos más relevantes para la creación de nuevas empresas en la actualidad, en porcentajes. Comparación entre las muestras de empresarios actuales y potenciales de Catalunya	132

Tabla 4.15. Atributos positivos del empresario catalán según las muestras de empresarios actuales y potenciales de Catalunya, en porcentajes	141
Tabla 4.16. Atributos negativos del empresario catalán según la muestra de empresarios actuales y potenciales de Catalunya, en porcentajes	142

---

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Factores del entorno como condicionantes de la creación de nuevas empresas e impacto en la generación de empleo, el crecimiento económico y el potencial innovador	21
Figura 2.1. Variación, en porcentajes, del número de empresas para Catalunya y provincias. Comparación con España y la UE-15 (1996-2001)	29
Figura 2.2. Evolución del peso del número de empresas por provincias sobre el total de Catalunya, en porcentajes (1996-2001)	29
Figura 2.3. Variación, en porcentajes, del número de empresas para Catalunya y comarcas (1996-2001)	31
Figura 2.4. Evolución del número de empresas en Catalunya por sector económico y variación media, en porcentajes (1996-2001)	33
Figura 2.5. Evolución del número de empresas en Catalunya por tamaño, en frecuencias. Variaciones en porcentajes (1996 y 2001)	36
Figura 2.6. Tamaño en número de empleados, por sector económico de las empresas en Catalunya, en porcentajes (2001)	38
Figura 2.7. Dimensión media en número de ocupados por empresa en Catalunya (1996-2001). Comparación con España y la Unión Europea.	38
Figura 2.8. Dimensión media en número de ocupados por empresa en Catalunya (1997). Comparación con la Unión Europea y los países miembros	39
Figura 2.9. Evolución de la forma jurídica de las empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con España (1996 y 2001)	41
Figura 2.10. Evolución de la densidad empresarial para Catalunya y provincias. Comparación con España (1996-2001)	43
Figura 2.11. Evolución de la tasa de crecimiento anual del número de empresas para Catalunya y provincias, en porcentajes. Comparación con España (1996-2001)	49
Figura 2.12. Tasa media de crecimiento anual del número de empresas para Catalunya (1996-2001), en porcentajes. Comparación con España y con el ámbito internacional (distintos periodos)	49
Figura 2.13. Evolución de la tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya, en porcentajes, por sectores económicos (1996-2001)	52

Figura 2.14. Evolución de la tasa de crecimiento anual del número de empresas en Catalunya, en porcentajes por forma jurídica (1996-2001)	54
Figura 2.15. Relación entre el crecimiento del número de empresas y la densidad empresarial en Catalunya, por provincias y comarcas catalanas (1996-2001)	57
Figura 2.16. Relación entre el crecimiento del número de empresas y la densidad empresarial en España por provincias españolas. Comparación con Catalunya (1996-2000)	58
Figura 2.17. Tasa de entrada de empresas en Catalunya, en porcentajes (1996-2001)	59
Figura 2.18. Evolución de la tasa de entrada de empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1997-2000)	60
Figura 2.19. Evolución de la tasa de entrada de empresas media en Catalunya, en porcentajes. Comparación con España (1997-2000)	61
Figura 2.20. Evolución de la tasa de entrada de empresas promedio en Catalunya, en porcentajes. Comparación con otros países de la OCDE (distintos periodos)	62
Figura 2.21. Tasa de salida de empresas en Catalunya, en porcentajes (1996-2001)	63
Figura 2.22. Evolución de la tasa de salida de empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1997-2000)	64
Figura 2.23. Evolución de la tasa de salida de empresas promedio en Catalunya, en porcentajes. Comparación con otras regiones de España (1997-2000)	64
Figura 2.24. Evolución de la tasa de salida de empresas promedio en Catalunya, en porcentajes. Comparación con otros países de la OCDE	65
Figura 2.25. Evolución de las tasas de entrada y de salida de empresas promedio de forma agregada y por sectores en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1997-2000)	67
Figura 2.26. Tasa de mortalidad <sup>47</sup> y función de riesgo de las empresas en Catalunya, total y por sectores económicos, en porcentajes (1996-2001)	69
Figura 2.27. Tasas de mortalidad y función de riesgo de las empresas en Catalunya, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España (1996-1999)	70
Figura 2.28. Tasas de mortalidad y función de riesgo empresarial en Catalunya por sectores económicos, en porcentajes. Comparación con Arco Mediterráneo y España (1996-2001)	71

---

47. De aquí en adelante la tasa de mortalidad corresponde a 1 de Enero de cada año de referencia.

Figura 2.29. Tasas de supervivencia y función de supervivencia de las empresas en Catalunya por sectores económicos, en porcentajes (1996-2001)	73
Figura 2.30. Tasas de supervivencia y función de supervivencia empresarial en Catalunya, en porcentajes (1996-2001). Comparación con el Arco Mediterráneo y España	74
Figura 2.31. Tasas de supervivencia y función de supervivencia empresarial en Catalunya, por sectores económicos, en porcentajes. Comparación con el Arco Mediterráneo y España	76
Figura 3.1. Marco institucional global de la creación de empresas	80
Figura 3.2. Marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya: Organismos que ofrecen servicios y programas de apoyo	82
Figura 3.3. Comparación de los programas y servicios conocidos y utilizados por parte de las dos muestras de empresarios, en porcentajes	89
Figura 3.4. Comparación de la valoración de los programas y servicios utilizados por parte de las dos muestras de empresarios, en porcentajes	90
Figura 3.5. Comparación de la importancia de los programas y servicios utilizados en el proceso de creación de la empresa según las dos muestras de empresarios, en porcentajes	91
Figura 3.6. Comparación de la opinión global de las medidas de apoyo a la creación de empresas en Catalunya por parte de las dos muestras de empresarios, en porcentajes	96
Figura 3.7. Importancia atribuida según las dos muestras de empresarios a que las administraciones inviertan fondos públicos en medidas de apoyo a la creación de empresas, en porcentajes	97
Figura 4.1. Comparación de los 4 factores más relevantes que favorecen la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	120
Figura 4.2. Promedio de los factores más relevantes que favorecen la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	121
Figura 4.3. Comparación de los 4 factores más relevantes que dificultan la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	123
Figura 4.4. Promedio de los factores más relevantes que dificultan la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	124
Figura 4.5. Comparación de los 4 motivos más relevantes para la creación de una empresa propia según las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	126
Figura 4.6. Promedio de los motivos para la creación de empresas según las muestras de la sociedad catalana	127

Figura 4.7. Comparación de los 4 frenos más relevantes para la creación de una empresa propia por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	130
Figura 4.8. Promedio de los frenos hacia la creación de empresas por parte de las muestras de la sociedad catalana, en porcentajes	131
Figura 4.9. Comparación de la valoración de los atributos del empresario catalán según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 7 (donde 7: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)	134
Figura 4.10. Comparación de los 3 atributos del empresario catalán más valorados según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 4 (donde 4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)	134
Figura 4.11. Comparación de los 3 atributos del empresario catalán menos valorados según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 4 (donde 4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)	135
Figura 4.12. Promedio de valoración de los atributos del empresario según las muestras de la sociedad catalana, por orden de importancia. Comparación con los atributos del empresario en España (Suárez, 1985). Valoración de 1 a 4 (donde 4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)	136
Figura 4.13. Comparación de la valoración de las profesiones según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 7 (7: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)	137
Figura 4.14. Comparación de la valoración de la profesión de empresario, según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 7 (7: máxima puntuación; 1: mínima puntuación). Ranking del prestigio asignado a la profesión de empresario por cada muestra	138
Figura 4.15. Comparación de las 3 profesiones más valoradas según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 7 (7: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)	138
Figura 4.16. Comparación de las 3 profesiones menos valoradas según las muestras de la sociedad catalana. Valoración de 1 a 4 (4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)	139
Figura 4.17. Promedio de valoración de las profesiones según las muestras de la sociedad catalana, por orden de importancia. Valoración de 1 a 4 (donde 4: máxima puntuación; 1: mínima puntuación)	140
Figura 5.1. Propuesta de actuación para la mejora del entorno de la creación de empresas	149

---

## BIBLIOGRAFÍA

- 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?». En E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte y 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. y GARCÍA, J.M. (1999): *Entrepreneurial Potential Diagnoses. An Empirical Study*. Trabajo presentado en el ICSB. Nápoles, junio 1999.
- BENERIA, E. (1989): «La iniciativa empresarial a Barcelona». *Revista Econòmica de Catalunya*, n.º 10, enero-abril, p. 59-67.
- BERGER, B. (1991a): «The Culture of Modern Entrepreneurship». En 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. y LUNDSTRÖM, A. (2001): «Support services to SMEs. Analysis of support actors and company characteristics». Conference Proceedings, vol. 2. Paper presented at RENT XV 2001 (Turku-Finland, 22-23 November).
- BRAUTIGAM, D. (1997): «Substituting for the State: Institutions and Industrial Development in Eastern Nigeria». *World Development*, vol. 25, n.º 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, n.º 3, p. 62-74.
- BRUNO, A.V. y TYEBJEE, T.T. (1982): «The Environment for Entrepreneurship». En C.A. Kent; D.L. Sexton y K.H. Vesper (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, p. 288-315, Prentice-Hall, Inc.: Englewood Cliffs, NJ.

- BUENO, E.; RODRÍGUEZ, J.M. y CAMINO, D. (1989): «Características básicas de la empresa española: aspectos estructurales». *Papeles de Economía Española*, n.º 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. y JUSTO, R. (2003): «Global Entrepreneurship Monitor». *Informe Ejecutivo 2002*. España. GEM.
- CODURAS, A. LÓPEZ-GARCÍA, P.; JUSTO, R. y DE LA VEGA, I. (2004): «Global Entrepreneurship Monitor». *Informe Ejecutivo 2003*. España. GEM.
- DAVIDSSON, P. (1995): «Culture, Structure and Regional levels of Entrepreneurship». *Entrepreneurship and Regional Development*, 7 (1), p. 41-62.
- DE PABLO, I. y CASANI, F. (1998): «La formación de emprendedores en la universidad. La experiencia de la Universidad Autónoma de Madrid». *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, marzo-abril 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?». Trabajo presentado en el 2nd EDP Workshop, marzo 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 a febrero 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. y QUAZI, H. (1993): «The Effects of Education on Business Ownership: A Longitudinal Study of Women». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, n.º 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, n.º 1, p. 11-26.
- EOS GALLUP EUROPE (2000): «Flash Eurobarometer 83: Entrepreneurship». Elaborado por EOS Gallup Europe a petición de la Comisión Europea, septiembre 2000.

- EOS GALLUP EUROPE (2001): «Flash Eurobarometer 107: Entrepreneurship». Elaborado por EOS Gallup Europe a petición de la Comisión Europea, septiembre 2001.
- EOS GALLOP EUROPE (2002): Flash Eurobarometer 134. «Entrepreneurship». Elaborado por EOS Gallup Europe a petición de la Comisión Europea, noviembre 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*, n.º 5. Enterprise publications.
- EUROPEAN COMMISSION (2002a): «Highlights from the 2002 Survey». *Observatory of European SMEs 2002*, n.º 8. Enterprise publications.
- EUROPEAN COMMISSION (2002b): «Highlights from the 2001 Survey». *Observatory of European SMEs 2002*, n.º 1. Enterprise Publications.
- EUROPEAN COMMISSION (2002c): *Observatory of European SMEs 2002*, n.º 1. «SMEs in Europe, including a first glance at EU candidate countries». Enterprise Publications.
- EUROPEAN COMMISSION (2003): *Libro verde. El espíritu empresarial en Europa*. Comisión de las Comunidades europeas. Bruselas, 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. y JUNQUERA, B. (2001): «Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas: una revisión de la literatura». *Papeles de Economía Española*, n.º 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, n.º 4, p. 696-706.
- GENESCÀ, E. y VECIANA, J.M. (1984): «Actitudes hacia la creación de empresas». *Información Comercial Española*, n.º 611, julio, p. 147-155.
- GENESCÀ, E.; URBANO, D.; CAPELLERAS, J.L.; GUALLARTE, C. y VERGÈS, J. (coords.) (2003): *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergès*. 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, n.º 3, p. 13-35.
- GINER, Y.; MURIEL, M.J. y 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, n.º 3.
- GNYAWALI, D.R. y FOGEL, D.S. (1994): «Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications». *Entrepreneurship Theory and Practice*, junio, p. 43-62.

- GRUCHY, A. G. (1972): *Contemporary Economic Thought: The Contribution of Neo-institutional Economics*. The MacMillan Press Ltd: New York.
- GRUCHY, A.G. (1987): *The Reconstruction of Economics: An Analysis of the Fundamentals of Institutional Economics*. Greenwood Press: New York.
- HASKINS, G. (1986): «A Guide to the Guide». En G. Haskins; A. Gibb y T. Hubert (eds.), *A Guide to Small Firms Assistance in Europe*, Introduction, p. 3-28, Gower Publishing Company Limited: England.
- HENRIQUEZ, C.; VERHEUL, I.; VAN DER KNAPP, I. y BISCHOFF, C. (2001): «Determinants of Entrepreneurship in France: Policies, Institutions and Culture», agosto 2001. Working paper. Indiana University.
- HERNÁNDEZ, R. y 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. y URBANO, D. (2004): Marco institucional informal de la creación de empresas. Un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Extremadura. Trabajo presentado en el Congreso de 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*, n.º 3, segundo semestre, p. 11-43.
- IBORRA, M.; MENGUZZATO, M. y RIPOLLÉS, M. (1998): «Creación de empresas internacionales: redes informales y obtención de recursos». *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 7, n.º 3, p. 147-160.
- 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. y 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». En E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte y 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». Trabajo presentado en la 15th International Small Business Congress. Helsinki, Finland.
- 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». En E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte y 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. y 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, marzo 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, n.º 2, p. 165-175.
- KIRBY, D. (2002): *Entrepreneurship*. McGraw-Hill: Maidenhead.
- KIRBY, D. (2003): «Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meet the Challenge?». En E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte y 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, n.º 1, p. 47-57.
- KOURILSKY, M.L. y 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, n.º 1, p. 5-21.
- KRUEGER, N. y CARSRUD, A. (1993): «Entrepreneurship Intentions: Applying the Theory of Planned Behaviour». *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5, n.º 1, p. 315-330.
- KRUEGER, N. y BRAZEAL, D. (1994): «Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs». *Entrepreneurship Theory and Practice*, primavera, p. 91-104.
- LAFUENTE, A. (1988): «Pime, creació d'empreses i ocupació». *Revista Econòmica de Catalunya*, n.º 9, Setembre-Desembre, p. 66-72.
- LAFUENTE, A. y SALAS, V. (1989): «Types of Entrepreneurs and Firms: The Case of New Spanish Firms». *Strategic Management Journal*, vol. 10, p. 17-30.
- LANDSTRÖM, H. y 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, n.º 3, p. 335-345.
- LUNDSTRÖM, A. y STEVENSON, L. (2001): «Entrepreneurship Policy for the Future». *Entrepreneurship Policy for the Future Series*, vol. 1, SME Forum, Växjö, marzo. Swedish Foundation for Small Business Research. Stockholm.
- LUNDSTRÖM, A. y STEVENSON, L. (2002): «On the Road to Entrepreneurship Policy». *Entrepreneurship Policy for the Future Series*, vol. 1. Swedish Foundation for Small Business Research. Stockholm.
- MOLE, K.; GREENE, F.J. y STOREY, D. (2002): «Entrepreneurship in Three English Counties». Trabajo presentado 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*, tomo 37, nº 1, p. 1-27.
- NEE, V. y YOUNG, F. W. (1991): «Peasant Entrepreneurs in China's Second Economy: An Institutional Analysis». *Economic Development and Cultural Change*, vol. 39, nº 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: México.
- NORTH, D. y SMALLBONE, D. (2000): «The Innovativeness and Growth of Rural SMEs during the 1990's», *Regional Studies*, 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*, otoño, p. 42-56.
- PENG, M.; SHEKSHNIA, S. (2001): «How entrepreneurs create wealth in transition economies». *The Academy of Management Executive*, vol. 15, nº 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*, n.º 89/90, p. 343-363.
- PLANELLAS, M. (1997): «El Network del creador de empresa». *Iniciativa Emprendedora*, n.º 7, Noviembre-Diciembre, p. 11-15.
- PRADO, G.A. (1998): «El pensamiento Económico de Douglass C. North». *Laissez-Faire*, n.º 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, n.º 1, p. 70-80.
- REYNOLDS, P.D. (1991): «Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n.º 2, p. 47-69.
- REYNOLDS, P.; AUTIO, E.; HAY, M.; BYGRAVE, W. y CAMP, S. (2001): «Global Entrepreneurship Monitor». *2001 Executive Report*. GEM
- REYNOLDS, P.; BYGRAVE, W.; AUTIO, E.; COX, L. y 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*, n.º 34, p. 369-387.
- RUIZ, J., MEDINA, J., LORENZO, D., y 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. Documento para el de Fomento de Andalucía, sin publicar.

- RUTHERFORD, M. (1995): «The Old and the New Institutionalism: Can Bridges Be Built?». *Journal of Economic Issues*, vol. 29, n.º 2, p. 443-451.
- RUTHERFORD, M. (2000a): «Understanding Institutional Economics: 1918-1929». *Journal of the History of Economic Thought*, vol. 22, n.º 3, p. 277-308.
- RUTHERFORD, M. (2000b): «Institutionalism between the Wars». *Journal of Economic Issues*, vol. 34, n.º 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*, marzo-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. Departamento de Economía de la 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». En R.D. Hisrich (ed.), *Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Venture Capital*, cap. 2, p. 27-39. Lexington Books: EEUU.
- SHANE, S. y 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. En C.A. Kent (ed.), *Environment for Entrepreneurship*, p. 21-40. Lexington, M.A.: D.C.Heath.
- SHAPERO, A. y SOKOL, L. (1982): «The Social Dimensions of Entrepreneurship». En C.A. Kent.; D.L. Sexton y 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». En E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte y 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. y WELTER, F. (2001): «The Distinctiveness of Entrepreneurship in Transition Economies». *Small Business Economics*, vol. 16, n.º 4, p. 249-262.
- SOLÉ, F. y MARTÍNEZ, R. (2003): «Entrepreneurship y desarrollo regional. La cultura y el desarrollo endógeno». En E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte y 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. y 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. y 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, nº 3, p. 283-305.
- STEVENSON, L. y 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. Stockholm.
- STEVENSON, L. y 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. Stockholm.
- STEWART A. (1991): «A Prospectus on the Anthropology of Entrepreneurship». *Entrepreneurship Theory and Practice*, invierno, p. 71-91.
- STOREY, D.J. (1994): *Understanding the Small Business Sector*. Routledge: London.
- STOREY, D. (2000): Six steps to heaven: evaluating the impact of public policies to support small business in developed countries. En D. Sexton y H. Landstrom (eds.), *Handbook of entrepreneurship*, 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. y 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, n.º 3.
- SUÁREZ, J. M. (1985): «La imagen del empresario». *Nueva Empresa*, n.º 233.
- THURIK, R. y WENNEKERS, S. (2001): «A Note on Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth». ERS-2001-60-STR, ([www.erim.eur.nl](http://www.erim.eur.nl))
- THURIK, R. y VERHEUL, I. (2003): «The Relationship between Entrepreneurship and Unemployment: The Case of Spain». En E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte y 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. y BYGRAVE, W. (1986): «Venture Capital Role in Financing Innovation for Economic Growth». *Journal of Business Venturing*, vol. 1, n.º 2,
- TOLEDANO, N. (2001): «Las incubadoras de empresas como instrumento de apoyo al emprendimiento. Una aproximación empírica a la provincia de Huelva». Trabajo presentado en el XI Congreso Nacional de ACEDE. Zaragoza.
- TOLEDANO, N. y GESSA, A. (2002): «Análisis de las nuevas iniciativas empresariales en la provincia de Huelva: la influencia del entorno». Trabajo presentado en el Congreso de 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, Sweden.
- URBANO, D. y VECIANA, J.M. (2001): «Institutions and support programmes for entrepreneurship in Catalonia: an institutional approach». Trabajo presentado en el RENT XV (Turku, noviembre 2001).
- URBANO, D., VAILLANT, Y. y VECIANA, J.M. (2002): «Support measures for new business creation: a comparative empirical study between rural and urban areas of Catalonia». Trabajo presentado en el RENT XVI Conference (Barcelona, noviembre 2002).
- URBANO, D., DÍAZ, C. y VECIANA, J.M. (2002): «Organismos y programas de apoyo a la creación de empresas. Un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Extremadura». Trabajo presentado en el III Seminario de Creación de Empresas. Trujillo-Cáceres, octubre 2002).
- URBANO, D. (2003a): «Marco institucional formal de la creación de empresas en Cataluña: oferta y demanda de servicios de apoyo». En E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte y 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.
- 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. y VECIANA, J.M. (2004): Políticas de fomento a la creación de empresas en España. Algunos Ejemplos. En 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 y 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». Trabajo presentado en el Seminario de Creación de Empresas, Teoría y prácticas. Trujillo-Cáceres, 2001.
- VALDÉS, R. (1996): «Apuntes sobre la Teoría Institucional». Documento no publicado. Departamento de Antropología Social y Cultural. UAB.
- VAN DE VEN, A.H. (1993): «The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship». *Journal of Business Venturing*, vol. 8, n.º 3, p. 211-230.
- VEBLEN, T. (1964a): *Absentee Ownership and Business Enterprise in Recent Times: The Case of America. 1923*. A.M. Kelley: New York.
- VEBLEN, T. (1965a): *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. 1889*. Augustus M. Kelley: New York.
- VEBLEN, T. (1965b): *The Theory of Business Enterprise. 1904*. Augustus M. Kelley: M. Kelley.
- VECIANA, J. M. (1980): «Un concepto empírico de empresario». *Revista Económica Banca Catalana*, n.º 56, marzo, p. 10-25.

- VECIANA, J. M. (1988): «Empresari i procés de creació d'empreses». *Revista Econòmica de Catalunya*, n.º 8, mayo-agosto, p. 53-67.
- VECIANA, J.M. (1997): «Mitos y realidades de la creación de empresas». Trabajo presentado en Encuentros de desarrollo local y empleo, 61-55. Culleredo, 1997.
- VECIANA, J.M. (1998): «Entrepreneurship Education at the University Level: A Challenge and a Response». Trabajo presentado en Rencontres de St. Gall, septiembre 1998.
- VECIANA, J.M. (1999): «Creación de empresas como programa de investigación científica». *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, n.º 3, p. 11-36.
- VECIANA, J.M. (2000): «Actitudes hacia el empresario y la creación de empresas en Catalunya». Documento inédito. Departamento de Economía de la 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 y Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.
- VECIANA, J.M. y LLOCH, J. (1979): «La creación de nuevas empresas industriales en el sector metalúrgico en Catalunya. Período 1967-1976». CEAM, *Revista de Economía Industrial*, 154, mayo-junio 1979, p. 31-45.
- VECIANA, J.M., APONTE, M. y URBANO, D. (1999): «Attitudes Towards Entrepreneurship: Two Countries Comparison». Trabajo presentado en el RENT XIII 1999 (London, 25-26 noviembre).
- 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, n.º 2, p. 165-182.
- VECIANA, J.M. y URBANO, D. (2000): «La asignatura de Creación de Empresas en la Universidad española». Documento. no publicado presentado en la II Reunión de Profesores de Creación de Empresas, ACEDE, Oviedo, Septiembre. 2000.
- VECIANA, J.M., APONTE, M. y URBANO, D. (2000): «University Student's Attitudes Towards Entrepreneurship: Two Countries Comparison». Trabajo presentado en el Entrepreneurship Summit 2000: At the Caribbean (Puerto Rico, 28-30 January).
- VECIANA, J.M., APONTE, M. y URBANO, D. (2002): «Institutions and Support Programmes for Entrepreneurship: a two Countries Comparison». Paper presented at ICSB 2002 (Puerto Rico, 16-19 junio).
- VECIANA, J.M., VAILLANT, Y., GENESCÀ, E., PIQUÉ Y URBANO, D. (2004): *GEM. Informe Ejecutivo 2003. Catalunya*. Departament d'Economia de l'Empresa (UAB), Diputació de Barcelona y Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.
- VERHEUL, I; WENNEKERS, S.; AUDRETSCH, D. y THURIK, R. (2001): «An Eclectic Theory of Entrepreneurship». Discussion paper TI 2001-030/3, Tinbergen Institute, (<http://www.tinbergen.nl>).
- VESALAINEN, J. y PIHKALA, T. (2000): «Barriers to Entrepreneurship. Educational Opportunities». Trabajo presentado en el IntEnt Conference, 10-12 Julio 2000, Tampere, Finland.
- VESPER, K.H. y McMULLAN, W.E. (1984): «Entrepreneurship Education: from Courses to Degrees». *Entrepreneurship Theory and Practice*, Invierno.
- WALSTAD, W.B. y KOURI1SKY, M.L. (1998): «Entrepreneurial Attitudes and Knowledge of Black Youth». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, n.º 2, 5-18.

- WENNEKERS, S. y THURIK, R. (1999): «Linking Entrepreneurship and Economic Growth». *Small Business Economics*, 13, p. 27-55.
- WENNEKERS, S.; NOORDERHAVEN, N.; HOFSTEDE, G. y THURIK, R. (2001): *Cultural and Economic Determinants of Business Ownership Across Countries*. Babson.
- WESTHEAD, P. y WRIGHT, M. (1998): «Novice, Portfolio and Serial Founders in Rural and Urban Areas». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 22, n.º 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, n.º 2, p. 6-30.
- WILLIAMSON, O. (1981): «Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations». *Journal of Law and Economics*, vol. 22, n.º 2, p. 233-261.
- WILLIAMSON, O. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. The Free Press: New York.
- WILLIAMSON, O. (2000): «The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead». *Journal of Economic Literature*, vol. 38, p. 595-613.

## ANEXO 1. FICHAS TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla A-1.1. Ficha técnica de la investigación para el estudio de los factores formales

	Entrevista personal a responsables del área de creación de empresas organismos	Encuesta telefónica a empresarios potenciales	Entrevista personal a empresarios actuales
Población	Organismos más relevantes de apoyo a la creación de nuevas empresas. Identificados a partir de: — la revisión de las fuentes secundarias de información relacionadas (memorias, estadísticas, documentos internos, página web del organismo y prensa) — la realización de 4 entrevistas en profundidad con expertos en creación de empresas	Empresarios potenciales que contactaron con el CIDEM en los años 1997, 1998 y 1999 para pedir información sobre temas relacionados con la creación de empresas	Empresas del directorio <i>Catalunya 20.000. Principals Empreses Catalanes</i> (Edición 1999, elaborado por Duns & Bradstreet en colaboración con el CIDEM-20.000 empresas) que cumplen con las siguientes características: 1) Empresas creadas entre los años 1994 y 1998 2) Empresas representativas de los sectores económicos que tienen mayor aportación al PIB 3) Empresas representativas de las comarcas catalanas que tienen mayor aportación al PIB
Unidad muestral	Organismos (responsables del área de creación de empresas)	Empresarios potenciales	Empresarios actuales
Ámbito geográfico	Catalunya	Catalunya	Catalunya
Censo poblacional	82 organismos	2.452 empresarios potenciales	1.352 empresarios actuales
Diseño de la muestra	Muestreo no aleatorio por conveniencia, a partir de criterios subjetivos específicos	Muestreo aleatorio estratificado proporcional. La variable de estratificación es el número de contactos que los empresarios potenciales han realizado con el CIDEM por años.	Muestreo aleatorio estratificado proporcional. La variable de estratificación es la localización geográfica de la empresa (por comarcas catalanas)
Tamaño de la muestra	23 (20 entrevistas válidas)	346 (307 encuestas válidas)	64 (60 entrevistas válidas)
Nivel de confianza	— (*)	Z = 95% K = 1,96 p = q = 50%	Z = 95% K = 1,96 p = q = 50%

Continúa →

	Entrevista personal a responsables del área de creación de empresas organismos	Encuesta telefónica a empresarios potenciales	Entrevista personal a empresarios actuales
Error muestral	— (*)	5,22% <sup>48</sup>	12,36% <sup>49</sup>
Fecha trabajo de campo	Entre el 13 de Marzo y el 22 de Mayo de 2000	Entre el 15 de Junio y el 3 de Noviembre de 2000	Entre el 15 de Junio y el 3 de Noviembre de 2000
Método de recogida de la información	— Entrevista personal mediante cuestionario estructurado — Entrevistas telefónicas estructuradas y reuniones con responsables organismos, para la actualización de información (regularmente desde Septiembre 2000 a Diciembre 2002)	Encuesta telefónica mediante cuestionario estructurado	Entrevista personal mediante cuestionario estructurado
Medidas de control	5 entrevistas piloto	10 encuestas telefónicas piloto	5 entrevistas piloto
Análisis estadístico y tratamiento informático de los datos	— Análisis univariable utilizando el paquete estadístico SPSS Versión 11.0 — Para las preguntas abiertas del cuestionario se utilizó el procesador de textos informático Word de Office Versión 2000 y Versión XP	— Análisis univariable y bivariable utilizando el paquete informático estadístico SPSS Versión 11.0 — Para las preguntas abiertas del cuestionario se utilizó el procesador de textos informático Word de Office Versión 2000 y Versión XP	— Análisis univariable y bivariable utilizando el paquete informático estadístico SPSS Versión 11.0 — Para las preguntas abiertas del cuestionario se utilizó el procesador de textos informático Word de Office Versión 2000 y Versión XP

(\*) En este tipo de muestreo no es posible estimar el error muestral.

48. Cálculo del error muestral para la muestra de 307 empresarios potenciales:

$$n = \frac{\sum_{h=1}^L W_h \cdot P_h \cdot Q_h}{\frac{e^2}{k^2} + \frac{1}{N} \cdot \sum_{h=1}^L W_h \cdot P_h \cdot Q_h} \quad e = \sqrt{\frac{(N-n) \cdot k^2 \left( \sum_{h=1}^L W_h \cdot P_h \cdot Q_h \right)}{N \cdot n}} \quad k = 1,96 \text{ (} z = 95\% \text{); } N = 2.452; n = 307; P = Q = 50\%$$

e = 5,22%

49. Cálculo del error muestral para la muestra de 60 empresarios actuales, aplicando la misma fórmula que para la muestra de 307 *empresarios potenciales*:

$$k = 1,96 \text{ (} z = 95\% \text{); } N = 1.352; n = 60; P = Q = 50\%$$

e = 12,36%

**Tabla A-1.2. Ficha técnica de la investigación para el estudio de los factores informales**

	Encuesta telefónica a la población general		Encuesta administrada a estudiantes universitarios		Encuesta enviada por correo electrónico a directivos de empresa
<b>Población</b>	Individuos de 21 y más años de edad	Alumnos/as matriculados/as (de 2º a 4º curso) en titulaciones seleccionadas de las áreas de Ciencias de la Salud, Ciencias Experimentales, Ciencias Humanas y Ciencias Sociales (excepto ADE y Economía)	Alumnos/as matriculados/as en la asignatura optativa de Creación de Empresas impartida por el Departamento de Economía de la Empresa de la UAB, en los cursos académicos de 1998-99 a 2002-03	Alumnos/as matriculados/as (de 2º a 4º o 5º curso) de las titulaciones de Administración de Empresas, Economía e Ingeniería Superior de las universidades públicas catalanas en el curso académico 1998-99	Miembros de la Asociación Española de Dirección de Personal (AEDIPE-Catalunya) a fecha 1-12-2002 que disponían de dirección de correo electrónico
<b>Unidad muestral</b>	Población general	Estudiantes universitarios	Estudiantes universitarios	Estudiantes universitarios	Directivos de empresa
<b>Ámbito</b>	Catalunya	Universidad Autónoma de Barcelona	Universidad Autónoma de Barcelona	Universidad pública catalana: UAB, UB, UPC, UdG, URV y UdL	Catalunya
<b>Censo poblacional</b>	4.633.830 individuos (Padrón 1996)	13.413 estudiantes	894 estudiantes	18.641 estudiantes	497 directivos
<b>Diseño de la muestra</b>	Muestreo aleatorio estratificado proporcional. Las variables de estratificación son la zona, el hábitat, el sexo y la edad	Muestreo aleatorio estratificado proporcional. La variable de estratificación es el área de titulación (Ciencias de la Salud, Ciencias Experimentales, Ciencias Humanas y Ciencias Sociales)	Muestreo aleatorio estratificado proporcional. La variable de estratificación es el curso académico (98-99, 99-00, 00-01, 01-02, 02-03)	Muestreo aleatorio estratificado proporcional. Las variables de estratificación son la universidad (UAB, UB, UPC, UdG, URV y UdL) y la titulación (ADE, Economía e Ingeniería Industrial y otras ingenierías)	Muestreo aleatorio simple
<b>Tamaño de la muestra</b>	608	535	491	837	92
<b>Nivel de confianza</b>	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%

*Continúa →*

	Encuesta telefónica a la población general		Encuesta administrada a estudiantes universitarios		Encuesta enviada por correo electrónico a directivos de empresa
Error muestral	± 4,06%	± 4,45%	± 2,97%	± 3,31% <sup>50</sup>	9,23% <sup>51</sup>
Fecha trabajo de campo	Entre el 25 y el 30 de enero de 2000	Entre el 7 de diciembre de 1999 y 5 de abril de 2000	Al principio de cada curso académico (octubre) desde 1998-99 a 2002-03	Entre el 10 de diciembre de 2001 y el 12 de abril de 2002	Entre el 9 de diciembre de 2002 y el 30 de enero de 2003
Método de recogida de la información	Entrevista telefónica asistida por ordenador (C.A.T.I.)	Encuesta administrada personalmente	Encuesta administrada personalmente	Encuesta administrada personalmente	Encuesta por correo electrónico
Medidas de control	10 encuestas telefónicas piloto	5 encuestas administradas personalmente piloto	5	5	5 encuestas por correo electrónico piloto
Análisis estadístico y tratamiento informático de los datos	Análisis estadístico y tratamiento informático de los datos Análisis bivariable utilizando el paquete estadístico SPSS Versión 11.0 — Para las preguntas abiertas del cuestionario se utilizó el procesador de textos informático Word de Office Versión 2000 y Versión XP				

50. Tanto para el cálculo del error muestral en el caso de la muestra de la *población general* como para las muestras de estudiantes, se ha aplicado la misma fórmula utilizada en las muestras anteriores de nuevos empresarios.

51. Se trata del muestreo aleatorio simple sin reemplazamiento, cuya fórmula utilizada para el cálculo del error muestral es la siguiente:

$$e = \sqrt{\frac{(N-n) \cdot k^2 \left( \sum P_h \cdot Q_h \right)}{N \cdot n}}$$

# ANEXO 2. INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

## ANEXO 2.1. CUESTIONARIO DE LA ENTREVISTA PERSONAL REALIZADA A LOS REPRESENTANTES DE LOS ORGANISMOS DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS SOBRE LOS FACTORES FORMALES DEL ENTORNO

### a) Información general sobre el organismo

- 1. Nombre del organismo .....
- 2. Año en que se creó el organismo .....
- 3. Año en que se inició la actividad en el área de creación de empresas .....
- 4. Número de personas que trabajan en el organismo .....
- 5. Número de personas dedicadas a temas directamente relacionados con creación de empresas .....
- 6. Tipo de organismo (según la propiedad de capital) .....
  - Privada ..... 1
  - Pública ..... 2
  - Mixta ..... 3
  - Otra ..... 4
- 7. Presupuesto del organismo para el año 2000 .....
- 8. ¿Cuáles son los objetivos del organismo? .....  
.....  
.....
- 9. El organismo al que usted representa, ¿depende de otros organismos? .....
  - Sí ..... 1
  - No ..... 2
  - ¿De cuáles? .....
- 10. El organismo al que usted representa, ¿colabora con otros organismos? .....
  - Sí ..... 1
  - No ..... 2
  - ¿Con cuáles? .....

**b) Información específica sobre el tipo de medidas de apoyo a la Creación de nuevas Empresas que ofrece el organismo**

11. ¿Qué tipo de medidas de apoyo a la creación de empresas ofrece el organismo?

- Medidas económicas
  - Préstamos . . . . . 1
  - Subvenciones . . . . . 2
  - Capital riesgo . . . . . 3
  - Otras . . . . . 4
- Medidas no económicas
  - Información-orientación . . . . . 5
  - Asesoramiento-acompañamiento . . . . . 6
  - Seguimiento . . . . . 7
  - Formación . . . . . 8
  - Viveros/Centros de empresas/Parques tecnológicos . . . . . 9
  - Otras . . . . . 10

12. ¿Cuál es el objetivo principal de las medidas de apoyo que ofrece el organismo? . . . . .

13. El organismo al que usted representa, ¿ofrece programas específicos de apoyo a la creación de empresas?

- Sí . . . . . 1
- No . . . . . 2

¿Cuáles? . . . . .

14. Las medidas ofrecidas, ¿van dirigidas a algún colectivo específico?

- Sí
  - Mujeres . . . . . 1
  - Jóvenes . . . . . 2
  - Parados . . . . . 3
  - Jubilados . . . . . 4
  - Inmigrantes . . . . . 5
  - Otros . . . . . 6

No

15. ¿Cómo se dan a conocer los servicios de asistencia que ofrece el organismo? ¿Podría cuantificar (en porcentajes y/o euros) la promoción de dichas medidas?

% Euros

- TV . . . . . 1 . . . . .
- Prensa . . . . . 2 . . . . .
- Revistas . . . . . 3 . . . . .
- Folletos . . . . . 4 . . . . .
- Otros . . . . . 5 . . . . .

16. ¿Qué porcentaje con relación al presupuesto global del organismo representa la promoción de las medidas de apoyo?  
.....

17. ¿Cree usted que el organismo está efectuando de forma eficiente la promoción de los servicios de asistencia que ofrece?

Sí ..... 1

No ..... 2

¿Por qué? .....

18. ¿Cree usted que los servicios y programas de apoyo que ofrece el organismo son muy conocidos por parte de los empresarios potenciales?

Sí ..... 1

No ..... 2

¿Por qué? .....

19. ¿Cree usted que los servicios y programas de apoyo a la creación de empresas que ofrece este organismo son muy utilizados por parte de los empresarios potenciales?

Sí ..... 1

No ..... 2

¿Por qué? .....

20. ¿Cree usted que las medidas de apoyo a la creación de empresas que ofrece el organismo, tendrían que realizarse de forma diferente?

Sí ..... 1

No ..... 2

¿Por qué? .....

21. ¿Cuál es la principal fuente de financiación de las medidas de apoyo que ofrece el organismo? ¿Podría cuantificar (en porcentajes y/o euros) dicha fuente de financiación de las medidas?

% Euros

UE .....1 .....

Administración central .....2 .....

Administración autonómica .....3 .....

Administración local .....4 .....

Otras .....5 .....

22. ¿Cree usted que la fuente de financiación puede condicionar el tipo de apoyo ofrecido por el organismo?

Sí

Mucho ..... 1

Poco ..... 2

Nada ..... 3

¿Por qué? .....

No

**c) Valoración general de las medidas de apoyo a la creación de nuevas empresas en Catalunya**

23. ¿Qué otros organismos conoce usted que ofrezcan servicios de asistencia o programas de apoyo a la creación de empresas en Catalunya?

.....  
.....  
.....

24. ¿Qué opina de las medidas de apoyo a la creación de empresas existentes en Catalunya?

Positivamente ..... 1

Negativamente ..... 2

¿Por qué? .....

25. ¿Qué mejoraría con relación al apoyo a la creación de empresas existente en Catalunya?

.....  
.....  
.....

26. ¿Cree usted que los empresarios potenciales conocen las medidas de apoyo existentes?

Sí ..... 1

No ..... 2

¿Por qué? .....

27. ¿Cree usted que dichas medidas (en términos generales) son muy utilizadas?

Sí ..... 1

No ..... 2

¿Por qué? .....

28. ¿Piensa usted que es importante que los organismos oficiales inviertan fondos públicos en servicios y programas de apoyo a la creación de nuevas empresas?

Sí ..... 1

No ..... 2

¿Por qué? .....

**d) Información general sobre la persona entrevistada**

29. Nombre .....

30. Fecha de nacimiento .....

31. Lugar de nacimiento .....

32. Formación académica

Estudios primarios ..... 1

Estudios universitarios ..... 4

Estudios secundarios ... 2

Master ..... 5

Formación profesional ... 3

Sin estudios ..... 6

Otros ..... 7

33. Puesto que ocupa en el organismo

.....

34. Experiencia previa en puestos similares

Sí ..... 1

No ..... 2

¿En qué puesto/s? ¿Durante cuánto tiempo? .....

35. Años que lleva desempeñando el cargo

Menos de 1 año ..... 1

Entre 1 y 3 años ..... 2

Más de 3 años ..... 3

**e) Material gráfico del organismo**

Sí

Folletos informativos ..... 1

Memorias del organismo ... 2

Otro tipo de material .....

No

**f) Tarjeta de la persona entrevistada**

- Sí
- No

**g) Directorio de contactos**

- Lista de personas/ organismos

.....

.....

.....

.....

**h) Otras webs de interés**

.....

.....

.....

**i) Observaciones y comentarios**

---

***Datos del organismo:***

Dirección postal de la empresa: .....

Teléfono: ..... Fax: ..... correo electrónico: .....

Web de la empresa: .....

---

***Datos de identificación entrevista personal:***

1. N.º de identificación de la entrevista: .....
2. Fecha de realización de la entrevista: .....
3. Duración de la entrevista: .....
4. Persona entrevistada: .....
5. Organismo al que representa: .....

## **ANEXO 2.2. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA PERSONAL REALIZADA A LOS EMPRESARIOS ACTUALES SOBRE LOS FACTORES FORMALES E INFORMALES Y EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESAS**

En algunas preguntas hay una línea adicional para que se pueda anotar la respuesta que corresponda si ninguna de las respuestas estándar es adecuada, si es preciso.

### **1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA**

1. ¿A qué sector pertenece la empresa?

- Productos energéticos y agua . . . . . 1
- Minerales metálicos, productos siderúrgicos y metalurgia no ferrea . . . 2
- Minerales no metálicos, materiales de construcción . . . . . 3
- Productos farmacéuticos . . . . . 4
- Productos químicos . . . . . 5
- Productos metálicos y maquinaria . . . . . 6
- Electrónica e informática . . . . . 7
- Electrodoméstico y material eléctrico . . . . . 8
- Material de transporte . . . . . 9
- Productos alimenticios, bebida y tabaco . . . . . 10
- Productos textiles . . . . . 11
- Confección . . . . . 12
- Cuero, curtidos y calzado . . . . . 13
- Papel . . . . . 14
- Artes gráficas y edición . . . . . 15
- Madera, corcho y muebles . . . . . 16
- Transformados del caucho y plástico . . . . . 17
- Joyería, juguetes, laboratorios fotográficos y manufacturas diversas . . . 18
- Otro . . . . . 19

2. ¿Cuál es la actividad que realiza la empresa? ¿Cuáles son los productos/servicios objeto de dicha actividad?

.....

3. ¿En qué año se creó la empresa?

- 1994 . . . . . 1
- 1995 . . . . . 2
- 1996 . . . . . 3
- 1997 . . . . . 4
- 1998 . . . . . 5

4. ¿Cuántas personas son legalmente propietarias de la empresa? Indique por favor el porcentaje aproximado de distribución de la propiedad de la empresa entre cada propietario/a.

<input type="checkbox"/> Usted sólo . . . . .1 . . . . .	%
<input type="checkbox"/> Usted y su esposa/marido . . . . .2 . . . . .	
<input type="checkbox"/> Usted y otras personas . . . . .3 . . . . .	
<input type="checkbox"/> Usted y otras empresas . . . . .4 . . . . .	
<input type="checkbox"/> Otras . . . . .5 . . . . .	

5. ¿Cuántos empleados tenía la empresa en el año de su creación?

- Menos de 10 . . . . . 1
- Entre 10-99 . . . . . 2
- Entre 100-499 . . . . . 3
- Más de 500 . . . . . 4

6. ¿Cuántos empleados tiene la empresa en la actualidad?

- Menos de 10 . . . . . 1
- Entre 10-99 . . . . . 2
- Entre 100-499 . . . . . 3
- Más de 500 . . . . . 4

7. ¿Cuál es la forma jurídica de la empresa?

- Empresario individual . . . . . 1
- Sociedad civil . . . . . 2
- Sociedad anónima . . . . . 3
- Sociedad responsabilidad limitada . . . . 4
- Sociedad colectiva . . . . . 5
- Sociedad comanditaria . . . . . 6
- Sociedad cooperativa . . . . . 7
- Sociedad anónima laboral . . . . . 8

8. ¿Cuál fue la facturación de la empresa en el ejercicio de 1999?

- Menos de 1,5 millones de euros . . . . . 1
- De 1,5 a 3 . . . . . 2
- De 3 a 7 . . . . . 3
- De 7 a 40 . . . . . 4
- Más de 40 millones de euros . . . . . 5

9. ¿Cuál fue la tasa de crecimiento de la empresa en el año 1999 (98-99)? .....

10. ¿Considera que su empresa es de alta tecnología?

Sí

No

## **2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO/A Y ANTECEDENTES DE EMPRESARIOS EN LA FAMILIA**

### **a) Estudios y empleo/s anterior/es a la creación de su empresa**

11. ¿Cuál es su nivel de estudios?

Estudios primarios ..... 1

Estudios secundarios ..... 2

Estudios universitarios ..... 3

Master ..... 4

Formación profesional ..... 5

Sin estudios ..... 6

Otros ..... 7

12. ¿Cuál fue el último año en el que usted estudió? .....

13. ¿Qué empleo o empleos tuvo usted antes de crear su empresa? .....

### **b) Fecha de nacimiento, lugar de nacimiento y lugar de residencia**

14. Fecha de nacimiento: .....

15. ¿En qué lugar nació usted?

Catalunya  Barcelona ..... 1

Girona ..... 2

Lleida ..... 3

Tarragona ..... 4

Otras regiones de España ..... 5

Otros ..... 6

16. ¿En qué lugar reside actualmente usted?

- Catalunya  Barcelona ..... 1
- Girona ..... 2
- Lleida ..... 3
- Tarragona ..... 4
- Otras regiones de España ..... 5
- Altres ..... 6

**c) Antecedentes de empresarios en la familia**

17. ¿Su padre y/o su madre, han creado alguna empresa propia?

- Mi padre ..... 1
- Mi madre ..... 2
- Ambos, conjuntamente ..... 3
- Ambos, por separado ..... 4
- Ni mi madre ni mi padre han  
creado nunca una empresa ..... 5

18. Con relación a otros parientes, ¿quién/es han creado su propia empresa?

- Abuelo/a ..... 1
- Hermano/a ..... 2
- Otros ..... 3
- Ninguno ..... 4

19. Con relación a amigos/as cercanos/as, ¿cuántos/as han creado su propia empresa? Indique por favor el número aproximado.

- Muchos ..... 1
- Alguno ..... 2
- Pocos ..... 3
- Ninguno ..... 4

20. Después de la experiencia en la creación de una empresa propia, ¿cuál es su actitud general en relación con la creación de empresas?

- Muy positiva ..... 1
- Positiva ..... 2
- Neutral ..... 3
- Negativa ..... 4
- Muy negativa ..... 5

21. ¿Cuál fue la actitud de su familia, parientes, amigos frente a la decisión de crear su propia empresa?

Le animaron (estimularon) . . . . . 1

Le desanimaron . . . . . 2

Se mostraron neutrales . . . . . 3

### **3. ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA**

#### **a) Inicio del proceso de creación de la empresa**

22. ¿Cómo se le ocurrió a usted la idea de crear una empresa?

.....  
.....

23. ¿Por qué creó usted una empresa propia?

.....  
.....

24. ¿Cuánto tiempo transcurrió entre la planificación y la constitución legal de la nueva empresa?

Menos de 6 meses . . . . . 1

Entre 6 y 12 meses . . . . . 2

Más de 1 año . . . . . 3

25. ¿Para la creación de su empresa, asistió usted a algún curso o seminario específico en creación de empresas?

Sí . . . . . 1

No . . . . . 2

26. ¿Preparó usted un plan de empresa?

Sí . . . . . 1

No . . . . . 2

27. ¿Cuál fue el capital inicial de la empresa? Indique por favor la cantidad.

Menos de 3.000 euros . . . . . 1

Entre 3.001 y 6.000 . . . . . 2

Entre 6.001 y 18.000 . . . . . 3

Entre 18.001 y 30.000 . . . . . 4

Más de 30.000 euros . . . . . 5

28. ¿Obtuvo su empresa un pedido/encargo al momento, antes, o poco después de la creación que fue decisivo para la etapa inicial?

Sí . . . . . 1

No . . . . . 2

29. ¿Cuáles fueron las dificultades más importantes con las que se encontró en el proceso de creación de la empresa?

.....

30. ¿Cómo financió la fase inicial de su empresa? Indique por favor el porcentaje aproximado de cada una de las siguientes fuentes de financiación.

<i>Fuente de financiación</i>	%
<input type="checkbox"/> Ahorros propios ..... 1	
<input type="checkbox"/> Ahorros de familiares ..... 2	
<input type="checkbox"/> Ahorros de amigos ..... 3	
<input type="checkbox"/> Créditos bancarios sin avales ..... 4	
<input type="checkbox"/> Créditos bancarios con avales personales ..... 5	
<input type="checkbox"/> Créditos bancarios con garantías patrimoniales ..... 6	
<input type="checkbox"/> Indemnización ..... 7	
<input type="checkbox"/> Capitalización del subsidio de desempleo ..... 8	
<input type="checkbox"/> Proveedores y clientes ..... 9	
<input type="checkbox"/> Sociedades de capital riesgo ..... 10	
<input type="checkbox"/> Otros ..... 11	

**b) Red de relaciones sociales en la creación de la empresa**

31. ¿Con el objetivo de obtener información sobre temas relacionados con el proceso de creación de su empresa, contactó usted con alguna de las siguientes personas y/o organismos?

Sí .....1

a) Red de relaciones informales:

- Familiares ..... 1
- Amigos ..... 2
- Colegas ..... 3
- Otros ..... 4

b) Red de relaciones formales:

- Bancos ..... 5
- Cámara de comercio ..... 6
- Incubadora ..... 7
- Organismos oficiales (Generalitat Catalunya, Diputació Barcelona, ayuntamientos, etc) ..... 8
- Consultores ..... 9
- Futuros clientes ..... 10
- Otros ..... 11

No .....2

32. ¿A parte de usted, colaboró alguna persona y/o organismo directamente en la creación de la empresa?

Sí .....1

a) Red de relaciones informales:

- Familiares ..... 1
- Amigos ..... 2
- Colegas ..... 3
- Otros ..... 4

b) Red de relaciones formales:

- Bancos ..... 5
- Cámara de comercio ..... 6
- Incubadora ..... 7
- Organismos oficiales (Generalitat Catalunya, Diputació Barcelona, ayuntamientos, etc) ..... 8
- Consultores ..... 9
- Futuros clientes ..... 10
- Otros ..... 11

No ..... 2

33. De las personas/organismos anteriormente citadas, indique las 3 que más le han ayudado/influido en la creación de su empresa. Diga por favor en qué medida y el porqué.

Persona/s Organismo	¿En qué medida? Muy importante = 1 / Importante = 2	Razón/es
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....

**4. MERCADO Y ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA EMPRESA**

34. Con relación a los competidores, ¿cuál es la ventaja competitiva más importante de su empresa?

.....

.....

35. ¿Cuáles de las siguientes estrategias considera usted de más importancia para que su empresa sea competitiva? Por favor valore cada una del 1 al 4 (1: nada importante, 2: poco importante, 3: importante, 4: muy importante). Entre las estrategias con valoración de 4, indique la que a su juicio sea más importante (MI)

	1	2	3	4	MI
<input type="checkbox"/> Precios bajos . . . . . 1					
<input type="checkbox"/> Calidad de los productos/servicios . . . . . 2					
<input type="checkbox"/> Ofrecer productos/servicios que otras empresas no ofrecen . . . . . 3					
<input type="checkbox"/> Ofrecer productos/servicios diferenciados . . . . . 4					
<input type="checkbox"/> Ofrecer productos/servicios atractivos y adecuados a las necesidades actuales . . . . . 5					
<input type="checkbox"/> Desarrollo de nuevos procesos o de procesos avanzados tecnológicamente . . . . . 6					
<input type="checkbox"/> Adaptación al cliente . . . . . 7					
<input type="checkbox"/> Situación (localización) de la empresa . . . . . 8					
<input type="checkbox"/> Experiencia técnica o científica de la persona o del equipo fundador . . . . . 9					
<input type="checkbox"/> Otros . . . . . 10					







**David Urbano**

39. En su caso, fue decisiva la existencia de programas-ayudas a la creación de empresas en la decisión de crear su empresa?

- Sí ..... 1
- No ..... 2

40. Con relación a su opinión general sobre las ayudas a la creación de empresas, valore las siguientes afirmaciones del 1 al 4 (1: estoy totalmente en desacuerdo, 2: estoy en desacuerdo, 3: estoy de acuerdo y 4: estoy totalmente de acuerdo), independientemente de si usted ha utilizado o no algún tipo de programa-ayuda.

	1	2	3	4
<input type="checkbox"/> Las considero acertadas y útiles ..... 1				
<input type="checkbox"/> Son adecuadas a las necesidades del/de la empresario/a ..... 2				
<input type="checkbox"/> Colaboran a tener éxito en el proceso de creación de una empresa ..... 3				
<input type="checkbox"/> Las considero insuficientes ..... 4				
<input type="checkbox"/> Considero que existen demasiadas trabas burocráticas para obtenerlas ..... 5				
<input type="checkbox"/> Creo que sería mejor menos ayudas oficiales y dejar al empresario más libertad de actuación ..... 6				
<input type="checkbox"/> No son suficientemente conocidas ..... 7				
<input type="checkbox"/> No se promocionan de forma eficiente ..... 8				
<input type="checkbox"/> No se utilizan demasiado ..... 9				
<input type="checkbox"/> Otras ..... 10				
.....				
.....				

Comentarios generales con relación a su opinión sobre las ayudas a la creación de empresas (en el caso de que su opinión no sea demasiado positiva, plantee por favor posibles soluciones).

.....

.....

.....

.....

41. En términos generales, ¿qué mejoraría con relación a los programas/ayudas existentes en Catalunya?

.....

.....

.....

.....

.....

42. ¿Cree usted que es importante que los organismos oficiales inviertan fondos públicos en ayudas a la creación de empresas? ¿Por qué?

- Sí ..... 1  
 No ..... 2

**6. PREGUNTAS DE CIERRE**

43. ¿Qué condiciones cree usted que son necesarias para crear una empresa? Por favor valore cada una del 1 al 4 (1: nada importante, 2: poco importante, 3: importante, 4: muy importante). Entre las condiciones necesarias con valoración de 4, indique la que a su juicio sea más importante.

	1	2	3	4	MI
<input type="checkbox"/> Iniciativa individual ..... 1					
<input type="checkbox"/> Creatividad ..... 2					
<input type="checkbox"/> Formación empresarial ..... 3					
<input type="checkbox"/> Espíritu de riesgo ..... 4					
<input type="checkbox"/> Otros ..... 5					
.....					
.....					

44. ¿Ha creado usted alguna otra empresa?

- Sí ..... 1      ¿Cuántas? .....
- No ..... 2

45. ¿Cree usted que actualmente resulta más fácil crear una empresa que en épocas anteriores? (sin considerar la experiencia que ha adquirido en el proceso de creación de su empresa.)

- Sí ..... 1  
 No ..... 2

¿Por qué? .....  
 .....  
 .....

46. ¿Volvería usted a crear una empresa?

- Sí ..... 1  
 No ..... 2

¿Por qué? .....  
 .....  
 .....

**David Urbano**

47. ¿Qué haría usted diferente si volviera a crear una nueva empresa?

.....  
.....

48. ¿Cuáles cree usted que han sido los factores de éxito principales de su empresa?

.....  
.....

49. ¿Qué recomendaría usted a los/las empresarios/as que estén proyectando la creación de su propia empresa?

.....  
.....

50. ¿Qué valores destacaría del/de la empresario/a catalán/catalana? (indicar posibles diferencias con el/la empresario/a español/a.)

.....  
.....

51. ¿Qué defectos destacaría del/de la empresario/a catalán/catalana? (indicar posibles diferencias con el/la empresario/a español/a.)

.....  
.....

52. ¿Considera usted que ser empresario es una profesión de prestigio en la sociedad catalana?

- Sí ..... 1
- No ..... 2

¿Por qué? .....

.....  
.....

---

**Datos de la unidad muestral:**

Nombre del empresario/a: .....

Cargo que ocupa en la empresa: .....

Tareas que desempeña en la empresa: .....

Nombre de la empresa: .....

Dirección postal de la empresa: .....

Teléfono: ..... Fax: ..... correo electrónico: .....

Web de la empresa: .....

Observaciones: .....

.....

**Datos identificación encuesta personal:**

1. Cuestionario n.º: .....
2. Fecha de la entrevista: .....
3. Hora prevista de inicio de la entrevista: .....
4. Hora real inicio de la entrevista: .....
5. Duración de la entrevista: .....
6. Tarjeta del/de la empresario/a: .....
7. Material de la empresa: .....

**ANEXO 2.3. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA TELEFÓNICA REALIZADA A LOS EMPRESARIOS POTENCIALES SOBRE LOS FACTORES FORMALES DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS**

**PRIMER CONTACTO CON LA PERSONA A ENTREVISTAR**  
**(Inicio de la encuesta telefónica realizada a los empresarios potenciales)**

Buenos días (buenas tardes).

A) Usted en el año . . . . . ¿se puso en contacto con el CIDEM para pedir información sobre los servicios de asistencia y/o programas de apoyo a la Creación de nuevas Empresas existentes en Catalunya?

Sí.

No, pero contacté con otro organismo.

¿Con cuál? . . . . .

No.

Si la respuesta a la pregunta anterior es negativa, la encuesta se dará por finalizada.

Si la respuesta a la pregunta anterior es positiva o es negativa, pero se contactó con algun otro organismo de apoyo a la creación de nuevas empresas, se planteará lo siguiente:

B) Si dispone de unos minutos, vamos a proceder a hacerle unas preguntas relacionadas con la información que solicitó al CIDEM (y/o a otros organismos) y con las medidas de apoyo a la creación de empresas existentes en Catalunya.

C) Aclaración para la persona a entrevistar:

Cuando hablamos de medidas de apoyo a la creación de empresas, nos referimos tanto a medidas económicas (préstamos, subvenciones, etc), como a medidas no económicas (información, asesoramiento, formación, etc). Destacar que no nos estamos refiriendo exclusivamente a programas económicos.

En algunas preguntas hay una línea adicional para que se pueda anotar la respuesta que corresponda si ninguna de las respuestas standard es adecuada, si es preciso.

**a) Información general sobre la creación de la empresa**

1. ¿Es usted, fue o será el fundador de la empresa?

Sí . . . . . 1

Sí, pero somos varios/as socios/as . . . . . 2      ¿Cuántos? . . . . .

No . . . . . 3

2. Después de contactar con el CIDEM (en el caso de que lo haya hecho), ¿creó usted una empresa?

- Sí .....1      ¿En qué año? .....  
 Sí, pero ya cerró .....2      ¿En qué año? .....  
 No .....3      ¿Por qué? .....  
 Estamos en el proceso      ¿Cuándo cree usted que podrá  
 de crear la empresa .....4      constituir legalmente la empresa? .....  
 En la actualidad .....5  
 La empresa sigue funcionando .....5.1  
 Estamos ampliando la empresa .....5.2  
 Pensamos ampliar la empresa  
 en lo próximos años .....5.3  
 Pensamos cerrar la empresa .....5.4      ¿Cuándo? .....  
 Hemos vendido la empresa .....5.5      ¿Cuándo? .....

3. En el caso de haber creado una empresa, ¿utilizó usted los servicios de una gestoría/asesoría en el proceso de creación de la empresa?

- Sí .....1  
 No .....2

4. ¿Qué servicios utilizó usted?

- Servicio de realización de los trámites necesarios para la creación de la empresa .....1  
 Asesoramiento de la forma jurídica de la empresa creada .....2  
 Servicio de información sobre servicios y/o programas de apoyo a la creación de empresas .....3  
 Otros .....4

5. ¿Está usted de acuerdo con la cantidad que le cobró la gestoría/asesoría por los servicios prestados?

- Sí .....1  
 No .....2

6. ¿Cómo valora usted el servicio prestado por la asesoría/gestoría? (Valoración del 1 al 10; el 10 es la máxima puntuación)

- 1     2     3     4     5     6     7     8     9     10

7. ¿Ha creado usted alguna otra empresa?

- Sí .....1      ¿Cuántas empresas ha creado usted? .....  
 No .....2

8. ¿Piensa usted crear alguna empresa más?

- Sí .....1      ¿Sabe cuándo? .....  
 No .....2      ¿Por qué? .....

9. ¿Fue decisiva la existencia de programas-ayudas a la creación de empresas en la decisión de crear su empresa? En el caso de que la empresa cerrara, ¿tuvo algo que ver la falta de servicios/programas o la prestación de dicha asistencia de forma ineficiente?

Sí ..... 1

No ..... 2

**b) Conocimiento, utilización y valoración de los servicios prestados por el CIDEM**

En el caso de no haberse dirigido al CIDEM, pero sí haber contactado con otro organismo, pasar directamente a la pregunta n.º 19.

10. ¿Cómo conoció usted el CIDEM?

Prensa ..... 1

Internet ..... 2

Familiares ..... 3

Folletos ..... 4

Amigos/conocidos ..... 5

Otros organismos ..... 6

Otros ..... 7

11. ¿Qué tipo de información solicitó usted al CIDEM?

Información sobre servicios de apoyo no económicos (información, asesoramiento, acompañamiento, etc.) para la creación de la empresa ..... 1

Información sobre ayudas económicas (líneas de crédito para empresarios, avales, etc) para la creación de la empresa ..... 2

Información sobre cursos y/o seminarios en creación de empresas ..... 3

Información sobre viveros de empresas ..... 4

Información sobre temas de internet relacionados con la creación de empresas ..... 5

Información genérica sobre los servicios de apoyo a la creación de empresas ..... 6

Otro tipo de información ..... 7

12. ¿Utilizó usted algún servicio de apoyo a la creación de empresas, ofrecido directamente por el CIDEM?

Sí ..... 1

No ..... 2

Si la respuesta anterior es negativa, pasar a la pregunta n.º 18





*La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*

20. Con respecto a los tipos de servicios/programas de apoyo a la creación de empresas (CE) en Catalunya, que en la pregunta nº 19 respondió que había utilizado, diga por favor: a) qué importancia les atribuye a cada uno de ellos (MI: muy importante; I: importante y Ne: neutral) y b) el motivo de dicha importancia.

Organismo/ Programa-ayuda	¿Qué importancia ha representado el servicio-programa para la creación de su empresa?			¿Podría decir el motivo de dicha importancia? (considerar sólo en el caso de que la persona entrevistada conteste espontáneamente.)
	MI	I	NE	

21. Con respecto a los tipos de servicios/programas de apoyo a la creación de empresas (CE) en Catalunya, que en la pregunta nº 19 respondió que había utilizado, diga por favor: a) cómo valora usted cada uno de ellos (positivo, negativo y ni positivo ni negativo) y b) el motivo de dicha valoración.

Organismo/ Programa-ayuda	En términos generales, ¿Cómo valora usted el servicio-programa?			¿Podría decir el motivo de dicha valoración? (considerar sólo en el caso de que la persona entrevistada conteste espontáneamente.)
	Positivo	Negativo	Ni positivo/ ni negativo	

**d) Información general sobre las medidas de apoyo a la creación de nuevas empresas**

22. ¿Piensa usted que es importante que los organismos oficiales inviertan fondos públicos en servicios y programas de apoyo a la creación de empresas?

Sí . . . . . 1

No . . . . . 2

¿Por qué? . . . . .

23. Con relación a su opinión general sobre las medidas de apoyo a la creación de empresas, valore las siguientes afirmaciones del 1 al 4 (1: estoy totalmente en desacuerdo, 2: estoy en desacuerdo, 3: estoy de acuerdo y 4: estoy totalmente de acuerdo), independientemente de si usted ha utilizado o no algún tipo de programa-ayuda.

	1	2	3	4	NS/NC
<input type="checkbox"/> Las considero poco acertadas y poco útiles . . . . . 1					
<input type="checkbox"/> Son inadecuadas a las necesidades del/de la empresario/a . . . . . 2					
<input type="checkbox"/> No colaboran a tener éxito en el proceso de creación de una empresa . . . 3					
<input type="checkbox"/> Las considero insuficientes . . . . . 4					
<input type="checkbox"/> Considero que existen demasiadas trabas burocráticas para obtenerlas . . 5					
<input type="checkbox"/> Creo que sería mejor menos ayudas oficiales y dejar al empresario más libertad de actuación . . . . . 6					
<input type="checkbox"/> No son suficientemente conocidas . . . . . 7					
<input type="checkbox"/> No se promocionan de forma eficiente . . . . . 8					
<input type="checkbox"/> No se utilizan demasiado . . . . . 9					
<input type="checkbox"/> Otras . . . . . 10					
.....					
.....					

24. ¿Podría usted valorar de forma global las medidas de apoyo a la creación de nuevas empresas existentes en Catalunya?

Positivamente . . . . . 1

Negativamente . . . . . 2

Ni positiva ni negativamente . . . . . 3

25. En términos generales, ¿qué mejoraría con relación a los servicios de asistencia y/o programas existentes en Catalunya? (Plantee por favor posibles soluciones para la mejora de dichos servicios/programas.)

.....  
 .....

26. ¿Conoce usted la existencia de algún servicio-programa de apoyo a la creación de nuevas empresas ofrecido por la Administración central?

Sí ..... 1

No ..... 2

¿Cuáles? .....

27. ¿Conoce usted la existencia de algún servicio-programa de apoyo a la creación de nuevas empresas ofrecido por la UE?

Sí ..... 1

No ..... 2

¿Cuáles? .....

**e) Datos de la empresa (sólo en el caso de que finalmente se haya creado la empresa y que aún exista la misma)**

28. ¿A qué sector pertenece la empresa?

Construcción y contratas ..... 1

Fabricantes ..... 2

Transportes y comunicación ..... 3

Mayoristas ..... 4

Detallistas ..... 5

Finanzas, seguros y bienes raíces ..... 6

Servicios ..... 7

Otros ..... 8

29. ¿Cuál es la actividad que realiza la empresa? ¿Cuáles son los productos/servicios objeto de dicha actividad?

.....  
.....

30. ¿En qué año se creó la empresa?

1996

1997

1998

1999

2000

31. ¿Cuántos empleados tiene la empresa en la actualidad?

Menos de 10 ..... 1

Entre 10-99 ..... 2

Entre 100-499 ..... 3

Más de 500 ..... 4

32. ¿Cuál es la forma jurídica de la empresa?

- Empresario individual . . . . . 1
- Sociedad civil . . . . . 2
- Sociedad anónima . . . . . 3
- Sociedad responsabilidad limitada . . . . . 4
- Sociedad colectiva . . . . . 5
- Sociedad comanditaria . . . . . 6
- Sociedad cooperativa . . . . . 7
- Sociedad anónima laboral . . . . . 8

33. ¿Cuál fue la facturación de la empresa en el ejercicio de 1999?

- Menos de 1,5 millones de euros . . . . . 1
- De 1,5 a 3 . . . . . 2
- De 3 a 7 . . . . . 3
- De 7 a 40 . . . . . 4
- Más de 40 millones de euros . . . . . 5

34. ¿Cuál fue la tasa de crecimiento de la empresa en el año 1999 (98-99)? . . . . .

**f) Información sobre la persona entrevistada**

35. Fecha de nacimiento: . . . . .

36. ¿En qué lugar nació usted?

- Catalunya  Barcelona . . . . . 1
- Girona . . . . . 2
- Lleida . . . . . 3
- Tarragona . . . . . 4
- Otras regiones de España . . . . . 5
- Otros . . . . . 6 . . . . .

37. ¿En qué lugar reside actualmente usted?

- Catalunya  Barcelona . . . . . 1
- Girona . . . . . 2
- Lleida . . . . . 3
- Tarragona . . . . . 4
- Otras regiones de España . . . . . 5
- Otros . . . . . 6 . . . . .

38. ¿Cuál es su nivel de estudios?
- Estudios primarios . . . . . 1
  - Estudios secundarios . . . 2
  - Estudios universitarios . . . 3
  - Master . . . . . 4
  - Formación profesional . . . 5
  - Sin estudios . . . . . 6
  - Otros . . . . . 7
39. ¿Ha habido o hay algún otro empresario en su familia?
- Sí . . . . . 1
  - No . . . . . 2
40. ¿Qué parentesco tiene con usted?
- Padre . . . . . 1
  - Madre . . . . . 2
  - Abuelo/a . . . . . 3
  - Hermano/a . . . . . 4
  - Hijo/a . . . . . 5
  - Otros . . . . . 6

**g) Observaciones y comentarios:**

.....

---

**Datos de la empresa:**

*(en el caso de que finalmente se creara la empresa)*

Dirección postal de la empresa: .....

Teléfono: ..... Fax: ..... correo electrónico: .....

Web de la empresa: .....

---

**Datos de identificación encuesta telefónica:**

1. N.º de identificación de la encuesta telefónica: .....

2. Fecha de realización de la encuesta: .....

3. Duración de la encuesta: .....

4. Persona encuestada: .....

5. Empresa a la que representa (en el caso de que finalmente haya creado la empresa): .....

David Urbano

**ANEXO 2.4. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN GENERAL SOBRE LOS FACTORES  
INFORMALES DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS**

**DYMPANEL, S.A.**

Fecha:     /     /

Número de cuestionario:


Número de entrevistador/a:

*Entrevistador/a: dirigirse a una muestra representativa de individuos de 21 y más años, residentes en hogares ubicados en municipios de Catalunya.*

**Provincia de residencia (cuota):**

- Barcelona ..... 1
- Girona ..... 2
- Lleida ..... 3
- Tarragona ..... 4

**Hábitat de residencia (cuota):**

- Barcelona ciudad ..... 1
- Resto Area Metropolitana de Barcelona ..... 2
- 30.000 habitantes o más ..... 3
- Menos de 30.000 habitantes ..... 4

Presentacion: Buenos días / Buenas tardes: Soy un/a entrevistador/a de DYMPANEL y estamos realizando un estudio sobre la opinión de las personas sobre diversos temas. ¿Dispone de diez minutos?

1. En primer lugar, dígame por favor su edad:

Indicar: ..... años. (cuota).

- De 21 a 28 años ..... 1
- De 29 a 35 años ..... 2
- De 36 a 45 años ..... 3
- De 46 a 60 años ..... 4
- Más de 60 años ..... 5

2. Sexo (cuota):

- Hombre ..... 1
- Mujer ..... 2

3. ¿Cuál es su provincia de nacimiento? (*espontáneo*).

- Barcelona . . . . . 1
- Girona . . . . . 2
- Lleida . . . . . 3
- Tarragona . . . . . 4
- Resto de España . . . . . 5
- Etrangero . . . . . 6

4. ¿Considera Usted que es deseable el crear/fundar una empresa propia?

- Sí . . . . . 1
- No . . . . . 2

5. ¿Considera Usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas pasadas?

- Más fácil . . . . . 1
- Más difícil . . . . . 2

6. ¿Cuáles son, a su juicio, los principales factores que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad? (*espontáneo*)

.....  
.....

¿Alguna cosa más? .....

.....  
.....

7. ¿Cuáles son a su juicio los principales factores que dificultan la creación de nuevas empresas en la actualidad?

.....  
.....

¿Alguna cosa más? .....

.....  
.....

8. ¿Ha pensado usted alguna vez en crear o fundar una empresa propia? (*Entrevistador/a: leer respuestas. Una única respuesta*)

- No, nunca . . . . . 1 > pasar a 10
- No, pero pienso integrarme en una empresa de la familia . . . . . 2 > pasar a 10
- Sí, vagamente . . . . . 3
- Sí, seriamente . . . . . 4
- Sí, tengo el firme propósito de fundar una empresa . . . . . 5
- Soy empresario/a (de una empresa fundada/creada por mí) . . . . . 6 > pasar a p.10
- Soy empresario/a (de una empresa NO fundada/creada por mí) . . . . . 7 > pasar a p.10

**David Urbano**

9. ¿Cuál es el grado de maduración de su proyecto empresarial? (*Entrevistador/a: leer respuestas*)

- He identificado ya una oportunidad empresarial y tengo una idea de empresa concreta . . . 1
- Tengo varias ideas; pero sin concretar . . . . . 2
- No tengo aún una idea empresarial concreta . . . . . 3
- Otros (especificar): . . . . .

10. ¿Cuáles son o serían o han sido para usted los motivos para crear una empresa propia?

Díganos cuál o cuáles de los siguientes motivos son para usted muy importantes, importantes o nada importantes.

	Muy importante	Importante	Nada importante
<input type="checkbox"/> Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	1	2	3
<input type="checkbox"/> Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo	1	2	3
<input type="checkbox"/> Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o de alcanzar sus objetivos en otros campos	1	2	3
<input type="checkbox"/> Insatisfacción en la ocupación anterior	1	2	3
<input type="checkbox"/> Conseguir una retribución justa a su trabajo	1	2	3
<input type="checkbox"/> Posibilidad de poner en práctica sus propias ideas	1	2	3
<input type="checkbox"/> Afán de independencia económica	1	2	3
<input type="checkbox"/> Estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo humano	1	2	3
<input type="checkbox"/> Invertir un patrimonio personal	1	2	3
<input type="checkbox"/> Conseguir un patrimonio personal	1	2	3
<input type="checkbox"/> Tradición familiar	1	2	3
<input type="checkbox"/> Prestigio o status de empresario	1	2	3
<input type="checkbox"/> Crear algo propio	1	2	3
<input type="checkbox"/> Otros muy importantes o importantes			
(especificar):		1	2
(especificar):		1	2
(especificar):		1	2

*Entrevistador/a: realizar p. 11A si el entrevistado/a no ha fundado una empresa (códigos 1, 2, 3, 4, 5, ó 7 en p. 8).*

*La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*

11A. ¿Cuáles son o serían para usted los frenos o reparos a la creación de una empresa propia?

Díganos cuál o cuáles de los siguientes frenos o reparos son para usted muy importantes, importantes o nada importantes.

	Muy importante	Importante	Nada importante
<input type="checkbox"/> Riesgo demasiado elevado	1	2	3
<input type="checkbox"/> Situación económica (competencia)	1	2	3
<input type="checkbox"/> Falta de capital inicial	1	2	3
<input type="checkbox"/> Cargas fiscales	1	2	3
<input type="checkbox"/> Problemas con el personal	1	2	3
<input type="checkbox"/> Buenas perspectivas de "hacer carrera" con el empleo a sueldo	1	2	3
<input type="checkbox"/> Falta de sueldo mínimo asegurado	1	2	3
<input type="checkbox"/> Temor a fracasar y quedar en ridículo	1	2	3
<input type="checkbox"/> Imagen negativa del empresario	1	2	3
<input type="checkbox"/> Ingresos irregulares en función de la marcha del negocio	1	2	3
<input type="checkbox"/> Tener que trabajar demasiadas horas	1	2	3
<input type="checkbox"/> Falta de conocimiento y experiencia en dirección de empresas	1	2	3
<input type="checkbox"/> Dudar de mi capacidad de empresario	1	2	3
<input type="checkbox"/> Retiro y jubilación insatisfactorios	1	2	3
<input type="checkbox"/> Otros muy importantes o importantes			
(especificar):		1	2
(especificar):		1	2
(especificar):		1	2

Entrevistador/a: realizar p. 11B si el entrevistado/a ha fundado una empresa (código 6 en p. 8)

11B. ¿Cuáles han sido para usted los problemas que ha tenido en la creación de una empresa propia? (*espontáneo*)

.....

.....

¿Alguna cosa más?

.....

.....

**David Urbano**

12. Valore cada uno de los siguientes atributos relativos al empresario/a catalán/catalana. Para ello, utilice la siguiente escala:

- Estoy totalmente de acuerdo . . . . . 4
- Estoy de acuerdo . . . . . 3
- Estoy en desacuerdo . . . . . 2
- Estoy totalmente en desacuerdo . . . . . 1
- NS/NC . . . . . 9

*(Entrevistador/a: leer items y respuestas.)*

	Estoy totalmente de acuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy en desacuerdo	Estoy totalmente en desacuerdo	NS/NC
Son personas dinámicas	4	3	2	1	9
Tienen gran capacidad de organización	4	3	2	1	9
Tienen grandes dotes financieras y de gestión	4	3	2	1	9
Su mentalidad es innovadora	4	3	2	1	9
Son personas muy preparadas profesionalmente	4	3	2	1	9
Son capaces de asumir riesgos en su empresa	4	3	2	1	9
Tienen una gran visión de futuro	4	3	2	1	9
Invierten dinero	4	3	2	1	9
Crean empleo	4	3	2	1	9
Ayudan al desarrollo del país	4	3	2	1	9
Ganan mucho dinero	4	3	2	1	9
Son capaces de dialogar con los/las trabajadores/as	4	3	2	1	9
Son personas morales y honradas	4	3	2	1	9
Son personas con claro criterio de justicia social	4	3	2	1	9

13. Díganos qué valoración (según prestigio, status) tienen a su juicio las siguientes profesiones en la sociedad catalana. Para ello, utilice la escala de 1 a 7, donde 1 es poco prestigio/status, 4 es el punto central y 7 es mucho prestigio/status. Naturalmente, existen puntuaciones intermedias (*entrevistador/a: leer profesiones y respuestas*).

	Poco			4	5	6	Mucho
	1	2	3				7
Maestro/a	1	2	3	4	5	6	7
Abogado/a	1	2	3	4	5	6	7
Médico/a	1	2	3	4	5	6	7
Ingeniero/a	1	2	3	4	5	6	7
Economista	1	2	3	4	5	6	7
Empresario/a	1	2	3	4	5	6	7
Directivo/a de gran empresa	1	2	3	4	5	6	7
Periodista	1	2	3	4	5	6	7
Físico/a	1	2	3	4	5	6	7
Psicólogo/a	1	2	3	4	5	6	7
Publicitario/a	1	2	3	4	5	6	7
Químico/a	1	2	3	4	5	6	7
Sociólogo/a	1	2	3	4	5	6	7
Traductor/a e intérprete	1	2	3	4	5	6	7

14. ¿Me podría indicar cuál es su nivel de estudios?

*Entrevistador/a: considerar sólo estudios finalizados.*

No sabe leer (analfabeto) .....	1
Sin estudios. sabe leer o estudios primarios incompletos (preescolar) .....	3
Enseñanza de primer grado (EGB 1ª etapa, ingreso, 1º y 2º ESO, etc.): hasta los 10 años .....	4
Enseñanza de segundo grado/1er ciclo (EGB 2ª etapa, 4º bachiller, graduado escolar, auxiliar administrativo, cultura general, 3º y 4º ESO, etc.): hasta los 14 años .....	5
Enseñanza de segundo grado/2º ciclo (BUP, COU, FP1, FP2, preu, bachiller superior, acceso a la universidad, escuela idiomas, etc.): hasta los 18 años .....	6
Enseñanza de tercer grado (escuelas universitarias, ingenierías técnicas/peritaje, diplomados, ATS, graduado social, magisterio, tres años de carrera, etc.) .....	7
Enseñanza de tercer grado universitario (facultades, escuelas técnicas superiores, licenciados, etc. realizados todos los cursos) .....	8
Otros (especificar) .....	
.....	

**David Urbano**

15. Díganos cuál es su profesión actual (o anterior, en el caso de estar inactivo).

*Entrevistador/a: detallar al máximo y anotarlo.*

*Entrevistador/a:codificar la profesión teniendo en cuenta las respuestas..*

	15	16A	16B
<b>Trabajo por cuenta propia</b>			
<input type="checkbox"/> Agricultura/pesca			
<input type="checkbox"/> Miembros de cooperativas agrarias	01	01	01
<input type="checkbox"/> Propietario agrícola sin empleados	02	02	02
<input type="checkbox"/> Empresarios agrícolas (1 a 9 empleados)	03	03	03
<input type="checkbox"/> Empresarios agrícolas (10 o más empleados)	04	04	04
<input type="checkbox"/> Comercio/industria			
<input type="checkbox"/> Miembros de cooperativas no agrarias	05	05	05
<input type="checkbox"/> Empresario/comerciante sin empleados	06	06	06
<input type="checkbox"/> Empresario/comerciante (1 a 9 empleados)	07	07	07
<input type="checkbox"/> Empresario/comerciante (10 ó mas empleados)	08	08	08
<input type="checkbox"/> Profesionales y técnicos por cuenta propia (médicos, abogados...)	09	09	09
<input type="checkbox"/> Trabajadores manuales artesanos por cuenta propia (albañil, fontanero...)	10	10	10
<b>Trabajo por cuenta ajena</b>			
<input type="checkbox"/> Directores de empresas públicas y privadas con 25 o más trabajadores	11	11	11
<input type="checkbox"/> Directores de empresas públicas y privadas con menos de 25 trabajadores	12	12	12
<input type="checkbox"/> Mandos superiores/empleados a nivel superior de empresas (administración y jefes ejército) empresas/administración y jefes ejército	13	13	13
<input type="checkbox"/> Mandos intermedios/empleados a nivel medio de empresas/ administración y oficiales ejército	14	14	14
<input type="checkbox"/> Capataces, encargados, suboficiales ejército	15	15	15
<input type="checkbox"/> Agentes comerciales, representantes	16	16	16
<input type="checkbox"/> Administrativos	17	17	17
<input type="checkbox"/> Obreros especializados, policía, números de la guardia civil	18	18	18
<input type="checkbox"/> Vendedores, dependientes	19	19	19
<input type="checkbox"/> Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico	20	20	20
<input type="checkbox"/> Empleados subalternos (conserjes...)	21	21	21
<input type="checkbox"/> Otros no cualificados	22	22	22
<input type="checkbox"/> Jornaleros del campo	23	23	23
<input type="checkbox"/> Resto (especificar): .....			

¿Nos puede indicar cuál es (o era) la profesión de sus padres?

16A. Padre (*entrevistador/a: detallar al máximo y anotarlo*): .....

*Entrevistador/a: codificar la profesión teniendo en cuenta las respuestas.*

16B. Madre (*entrevistador/a: detallar al máximo y anotarlo*): .....

*Entrevistador/a: codificar la profesión teniendo en cuenta las respuestas.*

17. Actualmente, ¿hay algún empresario o empresaria en su familia?

Sí ..... 1

No ..... 2 > pasar a D.1

18. ¿Cuál es el parentesco de esta/s persona/s empresaria/s, con relación a usted: el(la)/s es/son su... (*Espontáneo. Multirespuesta*)

Padre ..... 1

Madre ..... 2

Abuelo/a ..... 3

Hermano/a ..... 4

Hijo/a ..... 5

Nieto/a ..... 6

Otros (especificar): .....

D.1 Nombre entrevistado/a: .....

D.2 Rol familiar: (*entrevistador/a: leer respuestas*)

Cabeza de familia ..... 1

Ama de casa ..... 2

Ambos ..... 3

Otro ..... 4

D.3 Teléfono: .....

D.4 *Entrevistador/a: si está pensando en crear una empresa (códigos 3 a 7 en p.8): DYMPANEL está realizando este estudio para la Universidad Autónoma de Barcelona. En el caso de que esta Universidad estuviera interesada en contactar con personas como usted para preguntarles sobre el proceso de creación de su empresa, ¿estaría dispuesto/a a colaborar en dicho estudio?*

(*Entrevistador/a: espontáneo. una única respuesta.*)

Sí ..... 1

No ..... 2

Muchas gracias por su colaboración.

Codificador/-a:

Verificador/-a:


**ANEXO 2.5. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA ADMINISTRADA A LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS  
SOBRE LOS FACTORES INFORMALES DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS**

Por favor, marque con una X la alternativa que corresponda.

En algunas preguntas hay una línea adicional para que pueda anotar la respuesta que corresponda si ninguna de las respuestas standard es adecuada, si es preciso.

1. ¿Considera usted deseable el crear o fundar una empresa propia?
  1. Sí .....  1
  2. No .....  2
2. ¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?
  1. Más fácil .....  1
  2. Más difícil .....  2
3. ¿Cuáles son a su juicio los factores que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad?  
.....
4. ¿Cuáles son a su juicio los principales factores que dificultan la creación de una nueva empresa en la actualidad?  
.....
5. ¿Ha pensado usted seriamente en crear o fundar una empresa propia?
  1. No, nunca .....  1
  2. No, pero pienso integrarme en una empresa de la familia .....  2
  3. Sí, vagamente .....  3
  4. Sí, seriamente .....  4
  5. Sí, tengo el firme propósito de fundar una empresa .....  5
6. En caso afirmativo, ¿a cuánto tiempo vista?
  1. En cuanto termine mis estudios .....  1
  2. En uno o dos años vista .....  2
  3. De tres a cinco años vista .....  3
  4. En más de cinco años vista .....  4
  5. No lo tengo decidido .....  5

7. ¿Cuáles son o serían para usted los motivos para crear una empresa propia?

*No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los importantes.*

	Muy importante	Importante
1. Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/>
2. Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/>
3. Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o de alcanzar mis objetivos en otros campos	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/>
4. Insatisfacción en la ocupación anterior	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/>
5. Conseguir una retribución justa a mi trabajo	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/>
6. Posibilidad de poner en práctica mis propias ideas	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/>
7. Afán de independencia económica	<input type="checkbox"/> 07	<input type="checkbox"/>
8. Estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo humano	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/>
9. Invertir un patrimonio personal	<input type="checkbox"/> 09	<input type="checkbox"/>
10. Conseguir un patrimonio personal	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/>
11. Tradición familiar	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/>
12. Prestigio o status del/de la empresario/a	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/>
13. Crear algo propio	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/>
14. ....	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/>

**David Urbano**

8. ¿Cuáles son o serían para usted los frenos o reparos a la creación de una empresa propia?

*No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los importantes.*

	Muy importante	Importante
1. Riesgo demasiado elevado	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/>
2. Situación económica (competencia)	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/>
3. Falta de capital inicial	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/>
4. Cargas fiscales	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/>
5. Problemas con el personal	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/>
6. Buenas perspectivas de «hacer carrera» con un empleo a sueldo	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/>
7. Falta de sueldo mínimo asegurado	<input type="checkbox"/> 07	<input type="checkbox"/>
8. Temor a fracasar y quedar en ridículo	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/>
9. Imagen negativa del/de la empresario/a	<input type="checkbox"/> 09	<input type="checkbox"/>
10. Ingresos irregulares al ser residuales	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/>
11. Tener que trabajar demasiadas horas	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/>
12. Falta de conocimientos y experiencia en dirección de empresas	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/>
13. Dudar de mi capacidad de empresario/a	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/>
14. Retiro y jubilación insatisfactorios	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/>
15. ....	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/>
16. ....	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/>

9. Atributos personales

Conteste a las siguientes preguntas escogiendo las respuestas D, C, B, A, según se sienta personalmente más identificado y cómodo con cada una de ellas.

El significado de cada respuesta es el siguiente:

D: no, nunca

B: bastante, a menudo

C: poco, alguna vez

A: sí, siempre

En el caso de no saber qué contestar o de no tener una opinión sobre la pregunta planteada, se marcará una D.

	D	C	B	A
1. ¿Me considero una persona <b>adaptable</b> a los cambios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ¿Siento <b>autoconfianza</b> en mis capacidades y posibilidades personales y profesionales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ¿Tengo <b>autodisciplina</b> a la hora de llevar a término un trabajo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ¿Considero importante disponer de <b>autonomía</b> en el trabajo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿Me gusta prever y <b>anticiparme</b> a los hechos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ¿Tengo facilidad para <b>comunicarme</b> con otras personas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ¿Me considero un persona <b>creativa</b> a la hora de resolver los problemas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ¿Siento <b>curiosidad</b> por conocer temas nuevos o maneras diferentes de hacer las cosas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ¿Dedico las horas que hagan falta a <b>hacer bien</b> un trabajo o tirar adelante un proyecto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ¿Me enfrento a las <b>dificultades</b> de forma animada y optimista?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ¿Me considero una persona emocionalmente <b>estable</b> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ¿Me considero una persona <b>perseverante</b> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ¿Me considero una persona <b>entusiasta</b> a la hora de iniciar nuevos proyectos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. ¿Tolero bien los <b>fracasos</b> y los utilizo para aprender?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. ¿Me gusta tomar la <b>iniciativa</b> en situaciones complejas o delicadas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. ¿Me gusta imaginarme la <b>evolución</b> y <b>desenlace</b> de los proyectos que empiezo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. ¿Me gusta sentirme <b>independiente</b> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. ¿Me estimula enfrentarme a nuevos <b>retos</b> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. ¿Asumo la <b>responsabilidad</b> de mis decisiones tanto si son acertadas como erróneas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. ¿Tengo predisposición para asumir <b>riesgos moderados</b> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

21. Total

---

**David Urbano**

10. En una escala de 1 a 10, determinar en qué medida se siente usted una persona emprendedora, llena de ideas e iniciativas para poner en práctica en su trabajo.

Muy poco emprendedora 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Muy emprendedora

11. Valore cada uno de los siguientes atributos relativos al empresario/a catalán/catalana:

Atributos	Estoy totalmente de acuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy en desacuerdo	Estoy totalmente en desacuerdo	NS/NC
Son personas dinámicas Tienen gran capacidad de organización Tienen grandes dotes financieras y de gestión Su mentalidad es innovadora Son personas muy preparadas profesionalmente Son capaces de asumir riesgos en su empresa Tienen una gran visión de futuro Invierten dinero Crean empleo Ayudan al desarrollo del país Ganan mucho dinero Son capaces de dialogar con los/las trabajadores/as Son personas morales y honradas Son personas con claro criterio de justicia social					

12. Puntúe la valoración que a su juicio tienen las siguientes profesiones en la sociedad catalana:

Profesión	Poco							Mucho
	1	2	3	4	5	6	7	
Maestro/a								
Abogado/a								
Médico/a								
Ingeniero/a								
Economista								
Empresario/a								
Directivo/a de gran empresa								
Periodista								
Físico/a								
Psicólogo/a								
Publicista								
Químico/a								
Sociólogo/a								
Traductor/a e Intérprete								

13. Edad: .....

14. Sexo:

1. Masculino ..... 1

2. Femenino ..... 2

15. Lugar de nacimiento: .....

16. Lugar de residencia: .....

17. Universidad en la que estudia: .....

18. ¿Qué estudios cursa? .....

19. ¿En qué curso de la titulación se encuentra?

1. Tercero .....  1

2. Cuarto .....  2

3. Otros .....  3

Número de créditos para acabar los estudios: .....

**David Urbano**

21. ¿Tiene experiencia profesional?

- Sí ..... 1
- No ..... 2

21. En caso afirmativo,

¿En qué tipo de trabajo? .....

¿En qué sector? .....

22. ¿Participa o ha participado usted en alguna asociación de carácter benéfico, deportivo, religioso, político...?

- Sí ..... 1
- No ..... 2

23. En caso afirmativo, indicar el tipo de asociación: .....

24. Profesión del padre: .....

25. Profesión de la madre: .....

26. ¿Hay algún/alguna empresario/a en su familia?

- Sí ..... 1
- No ..... 2

27. En caso afirmativo, ¿cuál es el parentesco?

- 1. Padre .....  1
- 2. Madre .....  2
- 3. Hermano .....  3
- 4. Hermana .....  4
- 5. Otros .....  5

**ANEXO 2.6. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA ENVIADA POR CORREO ELECTRÓNICO A LOS DIRECTIVOS DE EMPRESA SOBRE LOS FACTORES INFORMALES DEL ENTORNO**

*Por favor, marque la alternativa que corresponda. En algunas preguntas hay un espacio en blanco para que pueda anotar la respuesta adecuada.*

1. ¿Considera usted deseable el crear o fundar una empresa propia?
  - Sí
  - No
  
2. ¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?
  - Más fácil
  - Más difícil
  
3. ¿Cuáles son a su juicio los factores que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad?
  - Apoyo gubernamental
  - Acceso al financiación
  - Nuevas tecnologías
  - Mejor nivel de formación
  - Globalización de la economía
  - Otros .....
  
4. ¿Cuáles son a su juicio los principales factores que dificultan la creación de una nueva empresa en la actualidad?
  - Falta de capital inicial
  - Trabas administrativas
  - Competencia
  - Cargas fiscales
  - Dificultad de conseguir financiación
  - Otros .....
  
5. ¿Ha pensado usted seriamente en crear o fundar una empresa propia?
  - No, nunca
  - No, pero pienso integrarme en una empresa de la familia
  - Sí, vagamente
  - Sí, seriamente
  - Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa

**David Urbano**

6. ¿Cuáles son o serían para usted los motivos para crear una empresa propia?

*No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los importantes.*

	Muy importante	Importante
1. Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o de alcanzar mis objetivos en otros campos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Insatisfacción en la ocupación anterior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Conseguir una retribución justa a mi trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Posibilidad de poner en práctica mis propias ideas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Afán de independencia económica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo humano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Invertir un patrimonio personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Conseguir un patrimonio personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Tradición familiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Prestigio o status del/de la empresario/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Crear algo propio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cuáles son o serían para usted los frenos o reparos a la creación de una empresa propia?

*No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los importantes.*

	Muy importante	Importante
1. Riesgo demasiado elevado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Situación económica (competencia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Falta de capital inicial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Cargas fiscales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Problemas con el personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Buenas perspectivas de "hacer carrera" con un empleo a sueldo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Falta de sueldo mínimo asegurado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Temor a fracasar y quedar en ridículo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Imagen negativa del/de la empresario/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ingresos irregulares al ser residuales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Tener que trabajar demasiadas horas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Falta de conocimientos y experiencia en dirección de empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Dudar de mi capacidad de empresario/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Retiro y jubilación insatisfactorios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*

8. Valore del 1 al 4 cada uno de los siguientes atributos relativos al empresario/a catalán (1 mínima puntuación y 4 máxima puntuación):

1. Son personas dinámicas .....
2. Tienen gran capacidad de organización .....
3. Tienen grandes dotes financieras y de gestión .....
4. Su mentalidad es innovadora .....
5. Son personas muy preparadas profesionalmente .....
6. Son capaces de asumir riesgos en su empresa .....
7. Tienen una gran visión de futuro .....
8. Invierten dinero .....
9. Crean empleo .....
10. Ayudan al desarrollo del país .....
11. Ganan mucho dinero .....
12. Son capaces de dialogar con los/las trabajadores/as .....
13. Son personas morales y honradas .....
14. Son personas con claro criterio de justicia social .....

9. Puntúe la valoración que a su juicio tienen las siguientes profesiones en la sociedad catalana (1 mínima puntuación y 7 máxima puntuación):

1. Maestro/a .....
2. Abogado/a .....
3. Médico/a .....
4. Ingeniero/a .....
5. Economista .....
6. Empresario/a .....
7. Directivo/a de gran empresa .....
8. Periodista .....
9. Físico/a .....
10. Psicólogo/a .....
11. Publicitario/a .....
12. Químico/a .....
13. Sociólogo/a .....
14. Traductor/a e Intérprete .....

**David Urbano**

- 10. ¿Cuál es en la actualidad su cargo en la empresa? .....
- 11. ¿Qué tamaño en número de empleados/as tiene la empresa en la que está usted trabajando? .....
- 12. Año de nacimiento .....
- 13. Lugar de nacimiento .....
- 14. Sexo:
  - Masculino
  - Femenino
- 15. Formación académica .....
- 16. Profesión del padre .....
- 17. Profesión de la madre .....
- 18. ¿Hay algún/alguna empresario/a en su familia?
  - Sí
  - No
- 19. En caso afirmativo, ¿cuál es el parentesco? .....