



Universitat Autònoma de Barcelona

Documents de treball

**Marco institucional formal de la creació de
empresas en Catalunya: oferta y demanda de
servicios de apoyo**

David Urbano y José María Veciana

Document de treball nº 2001/9

Departament d'economia de l'empresa



© David Urbano y José María Veciana

Coordinador documents de treball:

Pere Ortín Ángel

<http://selene.uab.es/dep-economia-empresa/document.htm>

e-mail: Pere.Ortin@uab.es

Telèfon: 93 581451

Edita:

Departament d'economia de l'empresa

<http://selene.uab.es/dep-economia-empresa/>

Universitat Autònoma de Barcelona

Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales

Edifici B

08193-Bellaterra (Barcelona), Spain

Tel. 93 5811209

Fax 93 5812555

**Marco institucional formal de la
creación de empresas en Catalunya:
oferta y demanda de servicios
de apoyo**

David Urbano y José María Veciana

Document de treball nº 2001/9

La serie *documents de treball d'economia de l'empresa* presenta los avances y resultados de investigaciones en curso que han sido presentadas y discutidas en este departamento, no obstante las opiniones son responsabilidad de los autores. El documento no debe ser reproducido total ni parcialmente sin el consentimiento del autor o autores. Dirigir los comentarios y sugerencias directamente al autor, cuya dirección aparece en la página siguiente.

A Working Paper in the *documents de treball d'economia de l'empresa* series is intended as a mean whereby a faculty researcher's thoughts and findings may be communicated to interested readers for their comments. Nevertheless, the ideas put forwards are responsibility of the author. Accordingly a Working Paper should not be quoted nor the data referred to without the written consent of the author. Please, direct your comments and suggestions to the author, which address shows up in the next page.

MARCO INSTITUCIONAL FORMAL DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN CATALUNYA: OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS DE APOYO

David Urbano

Departament d'Economia de l'Empresa
Universitat Autònoma de Barcelona
Edifici B. 08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel. +34 93 581 2268 / +34 93 581 1209, Fax: + 34 93 581 2555
Email: david.urbano@uab.es

José María Veciana

Departament d'Economia de l'Empresa
Universitat Autònoma de Barcelona
Edifici B. 08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel. +34 93 581 1890 / +34 93 581 1209, Fax: + 34 93 581 2555
Email: jose.veciana@uab.es

Diciembre 2001

RESUMEN

El apoyo y el fomento a la creación de nuevas empresas se ha convertido en las últimas décadas en objetivo principal de las administraciones públicas, justificado principalmente por la incidencia positiva que tienen las mismas tanto en la generación de puestos de trabajo como en el crecimiento económico y en el potencial innovador.

En esta investigación se analiza el marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya, tanto desde el punto de vista de la oferta (instituciones y programas de apoyo) como desde el punto de vista de la demanda (nuevos empresarios), tomando la teoría institucional como marco teórico. Para el estudio de la oferta se entrevistaron 20 responsables del área de creación de empresas de las instituciones catalanas más relevantes, completando dicha información con fuentes de datos secundarios (folletos de las instituciones, memorias, estadísticas, etc.). Para el análisis de la demanda se realizaron 307 encuestas telefónicas a empresarios potenciales y 60 entrevistas personales a empresarios actuales.

Los resultados del presente trabajo ponen de manifiesto que en Catalunya existen muchas instituciones y programas de apoyo a la creación de empresas. Esta diversificación, junto a la falta de coordinación entre las instituciones implicadas, conduce a duplicaciones y solapamientos en la oferta de programas destinados a las nuevas empresas.

En cuanto a la demanda, los resultados reflejan que la muestra de empresarios potenciales conoce y ha utilizado en mayor medida los programas de apoyo que la muestra de empresarios actuales. Por otra parte, ambas muestras valoran mejor los programas no económicos que los económicos, habiendo tenido también éstos mayor importancia en el proceso de creación de la empresa.

Palabras clave: nuevas empresas, creación de nuevas empresas, medidas de apoyo, factores institucionales formales.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

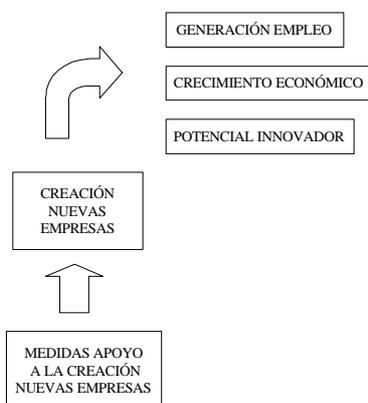
1.1. Planteamiento del problema

Desde la investigación de Birch (1979) que puso de manifiesto la importancia que tuvieron las nuevas empresas y las PYME en la generación de puestos de trabajo en el periodo 1969-1976¹, las administraciones públicas de todas las ideologías políticas y de todos los niveles empezaron a interesarse por establecer medidas de apoyo a la creación de empresas.

A partir de aquí, el tema del fomento a las nuevas empresas también ha despertado el interés de investigadores (Cooper, 1982; Vesper, 1982; Birley, 1986; Westhead, 1990; Cromie, 1991; Hawkins, 1993; White y Reynolds, 1996) que asumen que la utilización de mecanismos de apoyo puede tener un efecto positivo tanto en el número de empresas creadas como en las tasas de supervivencia de las mismas. De todas formas, cabe decir que esta temática sigue estando poco estudiada en la actualidad.

Se parte de la base de que una política de fomento a la creación de empresas tiene un impacto positivo en la generación de empleo (Storey, 1982, 1988, 1994; Birley, 1987; Kirchoff y Phillips, 1988, 1992; White y Reynolds, 1996), en el crecimiento económico (Kent, 1982; Sexton, 1986; Dubini, 1989; Storey, 1994; Wennekers y Thurik, 1999) y en el potencial innovador (Drucker, 1984, 1985; Pavitt, Robson, y Townsend, 1987; Acs y Audretsch, 1988) (ver gráfico 1).

Gráfico 1: Medidas de apoyo a la creación de nuevas empresas y su incidencia positiva en la generación de empleo, el crecimiento económico y la innovación.



Fuente: Elaboración propia.

Varios son los autores (Hagen, 1968; Wilken, 1979; Bruno y Tyebjee, 1982; Shapero y Sokol, 1982; Gnyawali y Fogel, 1994) que, en las últimas décadas, han planteado que el desarrollo económico y por ende la creación de nuevas empresas depende no sólo de factores tangibles (económicos) como la inversión en infraestructura y la inversión empresarial, sino también de factores intangibles (socioculturales), especialmente la estructura institucional subyacente, como

¹ En esta investigación llevada a cabo en Estados Unidos, Birch demostró que entre los años 1969 y 1976 dos tercios de los nuevos puestos de trabajo fueron creados por empresas de menos de 20 empleados.

por ejemplo los valores, los hábitos y el capital social. En este sentido, la presente investigación tomará la teoría institucional como marco teórico, debido a la adecuación que tienen los planteamientos de esta teoría para el estudio del entorno institucional y de los factores institucionales formales que condicionan la creación de empresas en Catalunya.

1.2.Objetivos de la investigación

El objetivo principal de esta investigación es analizar el marco institucional formal en cuanto a mecanismos de apoyo a la creación de nuevas empresas en Catalunya, tanto desde el punto de vista de la oferta (instituciones y programas de apoyo) como desde el punto de vista de la demanda (nuevos empresarios). Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Identificar y describir las instituciones que tienen un papel más relevante en la creación de empresas en Catalunya, así como analizar las medidas de apoyo que estas instituciones ofrecen a los nuevos empresarios.

2. Analizar el grado de conocimiento, utilización y valoración de las instituciones y de los programas de apoyo a la creación de empresas por parte de los nuevos empresarios.

3. Analizar el grado de adecuación entre las medidas de apoyo ofrecidas por las instituciones y las necesidades reales de asistencia del nuevo empresario en el proceso de creación de la empresa.

2.MARCO TEÓRICO: LA TEORÍA INSTITUCIONAL

En esta investigación se ha tomado como marco teórico la teoría institucional, y más concretamente la obra titulada “Instituciones, cambio institucional y desempeño económico” de Douglass North (1993).

La teoría institucional desarrolla un concepto muy amplio de “institución”. North (1993:13) 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 instituciones informales que incluyen las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de las personas, o sea la cultura de una sociedad determinada. La teoría planteada por North pretende explicar como las instituciones y el cambio institucional afectan al desarrollo económico y social. De esta manera, la función principal de las instituciones en la sociedad será reducir la incertidumbre, estableciendo una estructura a la vida diaria. Las instituciones constituirán una guía para la interacción humana (North, 1993:16).

La selección de la teoría institucional como marco teórico de este trabajo, se debe principalmente a la adecuación que tienen los planteamientos de North sobre las instituciones formales para el estudio y análisis del marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya. Según Veciana (1999:25) “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 del *Observatorio Europeo de la Pequeña y Mediana Empresa*, incluye un apartado donde plantea las instituciones formales e informales de North, como factores condicionantes del crecimiento y del desarrollo económico de las regiones y países europeos².

En esta investigación, las denominadas por North instituciones formales constituyen los factores institucionales formales que condicionan la creación de nuevas empresas en Catalunya, a saber: las políticas de fomento, las instituciones que ofrecen algún tipo de asistencia y las medidas de apoyo ofrecidas.

Por otra parte, Veciana (1999:26) destaca que “las investigaciones empíricas realizadas en el marco de esta teoría son todavía poco numerosas y sólo han estudiado factores aislados”. De todas formas, justo es indicar que actualmente se están realizando varias tesis doctorales en base a la teoría institucional en el marco del “European Doctoral Programme”³.

3.REVISIÓN DE LITERATURA: LOS FACTORES INSTITUCIONALES FORMALES COMO CONDICIONANTES DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Amplia y extensa es la literatura que considera los factores institucionales formales como condicionantes de la creación de nuevas empresas. También son muchos los factores institucionales formales tratados por los distintos autores.

En esta revisión de la literatura se han seleccionado las investigaciones más relevantes que describen y analizan el marco institucional formal de las medidas de apoyo a la creación de empresas, considerando los siguientes factores institucionales formales:

- (a) medidas gubernamentales, tanto en el ámbito más general de las normas y legislaciones que regulan el entorno de la creación de empresas, como en el ámbito más específico de los incentivos fiscales y los trámites administrativos en la creación de una empresa.

² Cabe decir también que en el contexto del marco de la teoría institucional se están realizando varios estudios entre los que destacan: “Attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison” (Veciana, Aponte y Urbano) y “University student’s attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison” (Veciana, Aponte y Urbano), presentados en el RENT XIII (Londres, noviembre de 1999) y en el Entrepreneurship Summit 2000: At the Caribbean (Puerto Rico, enero de 2000), respectivamente.

³ El “European Doctoral Programme in Entrepreneurship and Small Business Management” (EDP) es un programa internacional de doctorado especializado en Creación de Empresas, organizado por la Universidad Autónoma de Barcelona y por la Växjö University de Suecia (<http://selene.uab.es/edp>).

- (b) servicios y programas no económicos de asistencia a los nuevos empresarios en el proceso de creación de la empresa (información, asesoramiento, formación, etc).
- (c) ayudas y programas económicos de apoyo en el lanzamiento de la nueva empresa (préstamos, subvenciones, financiación, avales, etc.).

Sin embargo, en este trabajo nos limitaremos a reseñar la literatura que trata las medidas de apoyo (tanto económicas como no económicas), sin entrar a desarrollar los aspectos relacionados con el marco legal, punto (a), que afecta la creación de nuevas empresas.

En la tabla 1 se resumen los principales estudios teóricos sobre las medidas de apoyo a la creación de empresas, describiendo los objetivos de dichos estudios y considerando los distintos factores institucionales formales analizados.

Tabla 1: Estudios teóricos seleccionados sobre los factores institucionales formales.

AUTOR / AÑO	OBJETIVOS INVESTIGACIÓN	FACTORES INSTITUCIONALES FORMALES
Bruno, A.V./ Tyebjee, T.T. (1982)	Factores del entorno que afectan la CE*	Medidas de apoyo globales
Cooper, C.C./ Gimeno, F.J. (1992)	Factores en general que afectan la CE	Medidas de apoyo globales
Gartner, W.B. (1985)	Factores del entorno que afectan a la CE	Medidas de apoyo globales
Gibb, A./ Manu, G. (1990)	Servicios de apoyo a la PYME en países del tercer mundo	Diseño de servicios de apoyo a la PYME
Gibb, A.A. (1993)	Diseño de políticas y medidas de apoyo a la CE	Diseño de servicios de apoyo a la CE
Gnyawali, D.R./ Fogel, D.S.(1994)	Factores del entorno que condicionan la CE	Medidas de apoyo globales
Malecki, E.J. (1997)	Factores del entorno que afectan a la CE	Medidas de apoyo globales
Monsted, M. (1993)	Redes para la CE y apoyo CE	Redes de apoyo a la CE
Salas, V (1990)	Instrumentos financiación nuevas empresas	Financiación CE
Shapero, A/ Sokol,L (1982)	Factores del entorno (socio-culturales) que afectan la CE	Medidas de apoyo globales
Smith, F.W. (1994)	Capital Riesgo	Capital Riesgo
Storey, D (1994)	Políticas y mecanismos de apoyo PYME	Gestión políticas gubernamentales y mecanismos de apoyo a la PYME
Van de Ven, A.H. (1993)	Infraestructura de apoyo a la CE tecnológicas	Diseño infraestructura de apoyo CE tecnológicas
Veciana, J.M (1988)	Factores en general que afectan la CE	Medidas de apoyo globales

*CE: Creación de empresas.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla 1, la mayor parte de estudios considerados tienen como objetivo revisar los factores formales que condicionan la creación de empresas. Los trabajos de Veciana (1988) y de Cooper y Gimeno (1992) plantean de forma general los factores que pueden afectar la creación de empresas. Autores como Gartner (1985) y Gnyawali y Fogel (1994) investigan más en profundidad los factores condicionantes del entorno, llegando a recomendar posibles líneas de actuación en las políticas gubernamentales para la creación de empresas. Otros estudios se centran en el análisis de la mejora de la gestión de las instituciones de apoyo a las nuevas empresas (Gibb, 1993). También hay trabajos que desarrollan medidas de apoyo específicas: redes de apoyo a la creación de empresas (Monsted, 1993), instrumentos de financiación de las nuevas empresas (Salas, 1990), capital riesgo (Smith, 1994) y formación en creación de empresas (Vesper, 1982).

Por su parte, la tabla 2 resume los estudios empíricos más relevantes sobre las medidas de apoyo a la creación de empresas, considerando los objetivos de cada investigación, la unidad de análisis y la metodología utilizada.

Tabla 2: Estudios empíricos seleccionados sobre los factores institucionales formales de la creación de empresas.

AUTOR / AÑO	OBJETIVOS INVESTIGACIÓN	UNIDAD ANALISIS	METODOLOGÍA UTILIZADA (número encuestas enviadas/recibidas)	FACTORES INSTITUCIONALES FORMALES ANALIZADOS	REGIÓN-PAÍS
Anna,A.L./ Chandler, G.N. / Jansen, E./ Mero, N.P. (1999)	Factores que condicionan la CE* por mujeres empresarias	Mujeres empresarias	Encuesta postal (609/143)	Medidas de apoyo globales CE	Illinois/Utah-USA
Birley, S. (1985)	Redes formales/ informales CE	Empresarios	Encuesta (703/160)	Redes formales	St. Joseph County-Indiana
Birley, S./ Cromie,S./ Westhead, P. (1994)	Factores que condicionan la CE	Empresarios	Encuesta (250/62)	Políticas gobierno/ med. apoyo globales CE	Irlanda del Norte y Gran Bretaña
Chrisman,J.J./ Hoy,F./ Robinson, R.B (1987)	Impacto del SBDC (small business development center) sobre CE	Empresas que han contactado con instituciones de apoyo	Encuesta postal (474/ 55; 557/ 80)	Apoyo CE de los SBDC	Georgia y South Carolina
Cooper, A.C. (1985)	Rol de las incubadoras en la CE	Organizaciones incubadora	Fuentes Secundarias	Organizaciones incubadoras	USA
Cromie, S./ Birley, S. (1994)	Eficiencia instituciones apoyo CE	Representantes de instituciones	Entrevistas (64)	Instituciones de apoyo a la CE	Irlanda del Norte
Good, W.(1996)	Programas de apoyo a al CE	Empresas creadas últimos 5 años	Encuesta postal (4000/1130)	Medidas de apoyo globales CE	Manitoba-Western Canadá
Haskins, G. y Gibb,A (1987)	Marco institucional CE Europa	Tipos de apoyo CE	Fuentes secundarias	Oferta de medidas CE	Europa
Hawkins, D.I. (1993)	Instituciones y programas CE	Programas CE	Fuentes Secundarias	Medidas de apoyo globales CE	Japón
Johannisson, B. (1988)	Instituciones de apoyo a la CE	Instituciones de apoyo CE	Fuentes secundarias	Instituciones de apoyo a la CE	Suecia
Klofsten, M./ Mikaelson, A (1996)	Grado de utilización apoyo CE	Empresarios	Encuesta postal (99/62)	Medidas de apoyo globales CE	Linköping-Suecia
Klofsten, M./ Schärberg, C. (1998)	Oferta/demanda apoyo PYME	Instituciones de apoyo PYME	Encuesta postal (30/20)	Instituciones de apoyo a la PYME	Ostergötland-Suecia
Knight, R.M. (1996)	Programas apoyo CE	Empresarios	Encuesta (1379)	Medidas de apoyo globales CE	Ontario-Canadá
Kourilsky, M.L./ Walstad, W.B. (1998)	Importancia de la formación en la CE	Empresarios con estudios secundarios	Encuestas (1000)	Formación en CE	USA
Lerner, M./ Haber, S. (2000)	Factores condicionantes CE turísticas	Empresas sector turístico	Entrevistas profundidad (53)	Medidas de apoyo globales CE	Israel
Martínez, A./ Urbina, O (1998)	Proceso CE y medidas de apoyo	Empresas alta tecnología	Encuesta (50)	Medidas de apoyo globales CE	Aragón-España
McMullan,W.E./ Gillin, L.M. (1998)	Programas de formación en CE.	Futuros empresarios (emp. alta tecnología)	Estudio de casos	Formación en CE	Swinburne -Australia
Monroe,S.R./ Allen, K.R. / Price, C. (1995)	Programas de formación en CE	Estudiantes de los programas de entrenamiento	Encuestas (teléfono-postal) (126)	Formación en CE	USA.
Sarder,J.H./ Ghosh, D./ Rosa, P. (1997)	Incidencia del apoyo en los resultados empresariales	Empresarios	Entrevistas semiestructuradas (161)	Medidas de apoyo a las PYME	Bangladesh
Vesper (1982)	Tipos de formación en CE	Estudiantes de los cursos	Fuentes secundarias/ Encuestas (66)	Formación en CE	USA
Vesper, K.H./ Gartner, W.B. (1997)	Características programas de CE	Directores escuelas de negocios	Encuestas (311)	Formación en CE	USA, Canadá.
Young,M/ Wyman,S/ Brenner (1999)	Adecuación entre oferta/demanda apoyo CE	Empresarios	Encuesta postal (1000/570)	Medidas de apoyo globales CE	Texas -USA

*CE: Creación de empresas.

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla se puede apreciar que buena parte de los estudios empíricos considerados describen los factores institucionales formales en general, analizando tanto las medidas de tipo económico como las de tipo no económico. Además, existe una gran representatividad tanto de países o regiones distintas en donde se han realizado los estudios, como de colectivos de empresarios objeto de investigación. La mayoría de los estudios empíricos realizados han utilizado la encuesta como instrumento metodológico de recogida de la información.

4.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.Métodos de recogida de datos

Con la finalidad de describir y analizar en profundidad y con la mayor rigurosidad posible el marco institucional formal de la creación de empresas en Cataluña, se ha creído conveniente utilizar tanto fuentes de datos primarias y secundarias, como métodos cuantitativos y cualitativos de recogida de la información. Es decir, ha habido una triangulación (Denzin, 1970: 297).

En la tabla 3 se resumen los métodos de recogida de datos utilizados. Por un lado, para el estudio de la oferta de servicios y programas de apoyo se han realizado 20 entrevistas personales estructuradas, a los responsables del área de creación de empresas de las instituciones más importantes de apoyo a las nuevas empresas en Catalunya⁴. La información obtenida en las entrevistas personales se completó con distintas fuentes de datos secundarios, tales como folletos, memorias, estadísticas y documentos internos de las instituciones, páginas web, artículos de prensa⁵ y artículos de revistas especializadas. Por otro, para el análisis de la demanda de dichos servicios de asistencia a los nuevos empresarios se han realizado 307 encuestas telefónicas estructuradas, a empresarios potenciales⁶ que contactaron con el CIDEM (Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial) entre los años 1997 y 1999 con la finalidad de informarse sobre temas relacionados con la creación de empresas. Además, se realizaron 60 entrevistas personales estructuradas a empresarios actuales que crearon su empresa en los últimos 5 años (1994-1998).

Tabla 3: Métodos de recogida de datos utilizados en esta investigación.

Información para el estudio de la Oferta de medidas de apoyo a la creación de nuevas empresas		Información para el estudio de la Demanda de medidas de apoyo a la creación de nuevas empresas	
Fuentes Primarias (Método cualitativo)	Fuentes Secundarias (Información instituciones y medidas de apoyo)	Fuentes Primarias	
		(Método cuantitativo)	(Método cualitativo)
Entrevista personal (20) (responsables área creación empresas instituciones)	-Folletos -Memorias -Estadísticas	Encuesta telefónica (307) (empresarios potenciales)	Entrevista personal (60) (empresarios actuales)
-Estructurada -Preguntas abiertas y alguna pregunta cerrada	-Documentos internos -Pags. Web -Artículos prensa	-Estructurada -Preguntas cerradas y alguna pregunta abierta	-Estructurada -Preguntas cerradas y alguna pregunta abierta

Cabe decir que la entrevista personal a los responsables del área de creación de empresas de las instituciones se llevo a cabo entre el 13 de Marzo y el 22 de Mayo de 2000, mientras que la encuesta telefónica a los empresarios potenciales y la entrevista personal a los empresarios actuales, se realizaron entre el 15 de Junio y el 3 de Noviembre de 2000.

⁴ Agradecemos la colaboración de todas las instituciones objeto de estudio y muy especialmente a las siguientes personas: Lluís Rodríguez (Diputación de Barcelona), Joan Martí (CIDEM), Xavier Agulló (Servei Autoempresa), Pep Marquès (Barcelona Activa), Montserrat Borràs (Ayuntamiento de Terrassa), Ricard García (Ayuntamiento de Castellar del Vallès) y Jaume Amill (Aleph).

⁵ Durante el período que va desde junio de 1999 a diciembre del 2000, se elaboró un dossier de prensa sobre temas relacionados con la creación de empresas en general y sobre las instituciones y medidas de apoyo a la creación de empresas específicamente.

⁶ Para efectos de esta investigación **empresarios potenciales** serán aquellas personas que habiendo contactado con el CIDEM, se encuentran en el proceso de creación de una empresa o acaban de fundarla recientemente. Por su parte, **empresarios actuales** serán definidos como aquellas personas que crearon su propia empresa en los últimos 5 años (1994-1998).

4.2. Diseño de la muestra y determinación del error muestral

La muestra de instituciones de apoyo a las nuevas empresas se obtuvo a partir de la población formada por aquellas instituciones ubicadas en Catalunya que ofrecían algún tipo de asistencia a los nuevos empresarios. Con la finalidad de acotar esta población se identificaron las instituciones más relevantes a partir de la revisión de las fuentes secundarias de información relacionadas (memorias, estadísticas, documentos internos, página web de la institución y prensa), y a partir de la realización de 4 entrevistas en profundidad con expertos en creación de empresas. El censo poblacional resultó ser de 82 instituciones y la muestra final obtenida a partir de un tipo de muestreo no aleatorio estratégico fue de 20 instituciones.

En cuanto a los empresarios potenciales, la muestra de 307 se basó en la población formada por 2452 personas que entre los años 1997 y 1999 contactaron con el CIDEM para pedir información sobre temas relacionados con la creación de empresas. Se utilizó el muestreo aleatorio estratificado proporcional y la variable elegida de estratificación fue el número de contactos por año que los empresarios potenciales habían realizado con el CIDEM. Sobre la representatividad de la muestra de 307 empresarios potenciales, el error muestral fue del 5.22%⁷ con un nivel de confianza del 95% ($Z=1.96$, $p=q=50\%$).

La muestra de empresarios actuales se construyó a partir de la población formada por las empresas del directorio “Catalunya 20.000. Principals Empreses Catalanes” (Duns & Bradstreet – CIDEM, edición de 1999) que cumplían las siguientes características:

- (a) que se tratara de empresas creadas entre los años 1994 y 1998.
- (b) que fueran empresas representativas de los sectores económicos que más aportan al PIB.
- (c) que fueran empresas representativas de las comarcas catalanas que mayor aportación hacen al PIB.

A partir de las 1352 empresas del censo poblacional y utilizando el tipo de muestreo estratificado proporcional se obtuvo la muestra de 60 empresarios que habían creado la empresa entre los años 1994 y 1998. En este caso, la variable elegida de estratificación fue la localización geográfica de la empresa por comarcas catalanas. Para la muestra de 60 empresarios actuales el error muestral fue del 12.36%⁸ con un nivel de confianza del 95% ($Z=1.96$, $p=q=50\%$).

⁷ Cálculo del error muestral para la muestra de 307 empresarios potenciales:

$$n = \frac{\sum_{h=1}^L w_h \cdot P_h \cdot Q_h}{\frac{e^2}{k^2} + \frac{1}{N} \cdot \sum_{h=1}^L w_h \cdot P_h \cdot Q_h} \quad e = \sqrt{\frac{(N-n) \cdot k^2 \cdot (\sum_{h=1}^L w_h \cdot P_h \cdot Q_h)}{n \cdot N}} \quad k = 1.96 (z = 95\%); N = 2452; n = 307; P = Q = 50\% \quad e = 5.22\%$$

⁸ Cálculo del error muestral para la muestra de 60 empresarios actuales. Aplicando la misma fórmula que para la muestra de empresarios potenciales:

$$k = 1.96 (z = 95\%); N = 1352; n = 60; P = Q = 50\% \quad e = 12.36\%$$

4.3. Análisis de los datos

La información obtenida a partir de los distintos instrumentos metodológicos ha sido analizada utilizando el paquete informático estadístico SPSS Versión 9.0. Las técnicas cuantitativas de análisis estadístico de datos fueron el análisis univariable (frecuencias y porcentajes) y el análisis bivariable (tablas de contingencia y contraste de medias).⁹ Para las preguntas abiertas, la información se transcribió a un fichero del programa informático de tratamiento de textos Word Office-Versión 2000, agrupando por categorías la información en aquellas preguntas que así fuera posible.

A continuación, la tabla 4 resume las características técnicas más importantes de la investigación:

Tabla 4: Ficha técnica de la investigación.

	ENTREVISTA PERSONAL A RESPONSABLES ÁREA DE CREACIÓN DE EMPRESAS INSTITUCIONES	ENCUESTA TELEFÓNICA A EMPRESARIOS POTENCIALES	ENTREVISTA PERSONAL A EMPRESARIOS ACTUALES
Población	Instituciones más relevantes de apoyo a la creación de nuevas empresas. Identificadas a partir de: -la revisión de las fuentes secundarias de información relacionadas (memorias, estadísticas, documentos internos, página web de la institución 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 "Catalunya 20.000. Principals Empreses Catalanes" (Edición 1999, elaborado por Duns & Bradstreet en colaboración con el CIDEM-20.000empresas) que cumplen con los 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	Instituciones (responsables del área de creación de empresas)	Empresarios potenciales	Empresarios actuales
Ámbito geográfico	Catalunya (Barcelona, Tarragona, Girona y Lleida)	Catalunya	Catalunya
Censo poblacional	82 instituciones	2452 empresarios potenciales	1352 empresarios
Diseño de la muestra	Muestreo no aleatorio estratégico, 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 muestral	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%
Error muestral	--- (*)	5.22 %	12'36 %
Fecha trabajo campo	Entre el 13 de Marzo y el 22 de Mayo de 2000	Entre el 15 de Junio y el 3 de Noviembre 2000	Entre el 15 de Junio y el 3 de Noviembre de 2000
Método de recogida de la información	-Entrevistas en profundidad con expertos en creación empresas -Entrevista personal mediante cuestionario estructurado. -Entrevistas telefónicas estructuradas para la actualización de información	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 9.0. -Para las preguntas abiertas del cuestionario, se utilizó el procesador de textos informático de Office Word Versión 2000.	-Análisis univariable y bivariable utilizando el paquete informático estadístico SPSS-9.0. -Para las preguntas abiertas del cuestionario, se utilizó el procesador de textos informático de Office Word Versión 2000.	-Análisis univariable y bivariable utilizando el paquete informático estadístico SPSS Versión 9.0. -Para las preguntas abiertas del cuestionario, se utilizó el procesador de textos informático de Office Word Versión 2000.

(*)En este tipo de muestreo no es posible estimar el error muestral.

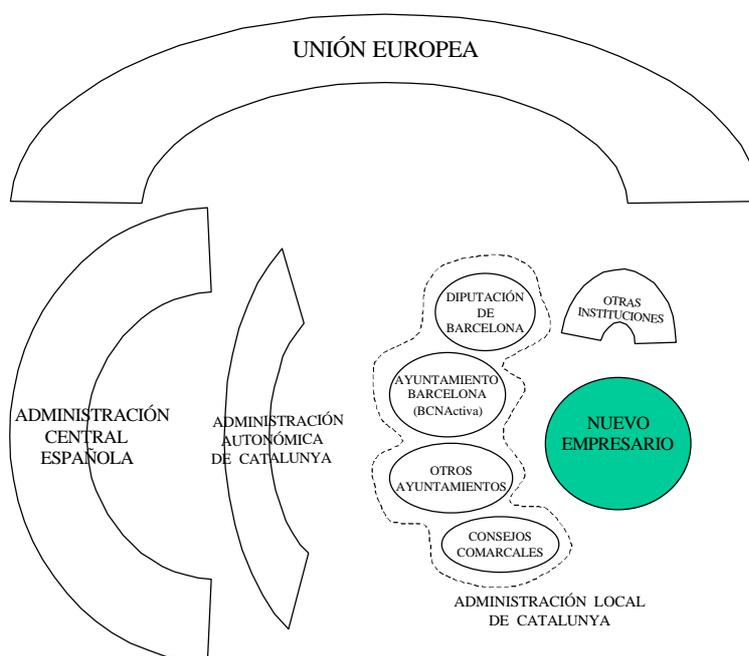
⁹ Agradecemos la colaboración de los profesores Eduardo Jiménez, Teresa Obis, Álex Rialp y Josep Rialp del Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Autónoma de Barcelona, en la parte de diseño y análisis estadístico de la investigación empírica, así como la de Begoña Berenguer y Josep Maria Coll en la realización del trabajo de campo.

5.RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Oferta de servicios de apoyo: Marco Institucional Formal de la Creación de Empresas en Catalunya

El marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya se caracteriza por su amplitud, tanto en lo referente al gran número de instituciones implicadas y las relaciones existentes entre éstas, así como por la variedad de servicios y programas de asistencia a las nuevas empresas ofrecidos por dichas instituciones. En el gráfico 2 se pueden observar los distintos niveles en los que se insertan las instituciones de apoyo a la creación de empresas en Catalunya.

Gráfico 2: Marco Institucional global de la creación de empresas.



Fuente: Elaboración propia.

Según este gráfico, 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 instituciones. Finalmente, el nuevo empresario recibirá los servicios de apoyo a la creación de su empresa, procedentes en la mayoría de los casos de las Administraciones Autonómica y Local en Catalunya.

5.1.1. Tipos de instituciones de apoyo a la creación de nuevas empresas

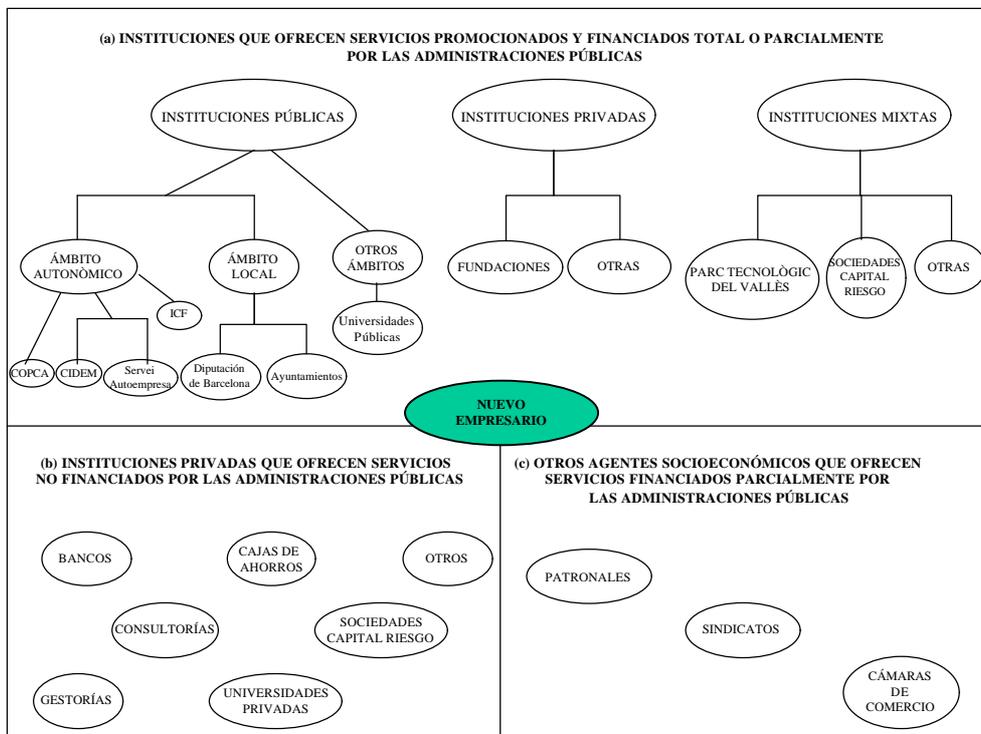
En la presente investigación se distinguirá entre aquellas instituciones que promocionan y financian los servicios de asistencia a las nuevas empresas y aquellas instituciones que gestionan y ofrecen dichos servicios.

Por una parte, la Administración Pública (europea, española y catalana) promociona y financia los servicios de apoyo a los nuevos empresarios, mientras que instituciones públicas, privadas y mixtas¹⁰ gestionan los fondos públicos procedentes de la administración y ofrecen gratuitamente los servicios de asistencia a las nuevas empresas.

Por otra parte, existen instituciones privadas como es el caso de las gestorías y las consultorías, que de forma independiente a las administraciones se encargan de promocionar y ofrecer sus servicios a cambio de una contraprestación económica por parte del nuevo empresario. También se considerarán como instituciones de carácter privado 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), así como las sociedades de capital riesgo.

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

Gráfico 3: Marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya: Instituciones que ofrecen servicios y programas de apoyo.



Fuente: Elaboración propia.

¹⁰ Clasificación elaborada considerando la propiedad del capital de las instituciones. En el caso de las instituciones públicas, la mayor parte del capital está en manos de la administración pública. En el caso de las instituciones privadas, la mayor parte del capital es propiedad de empresas privadas o particulares. Por último en el caso de las instituciones mixtas la propiedad del capital estará compartida por la administración pública y por empresas privadas.

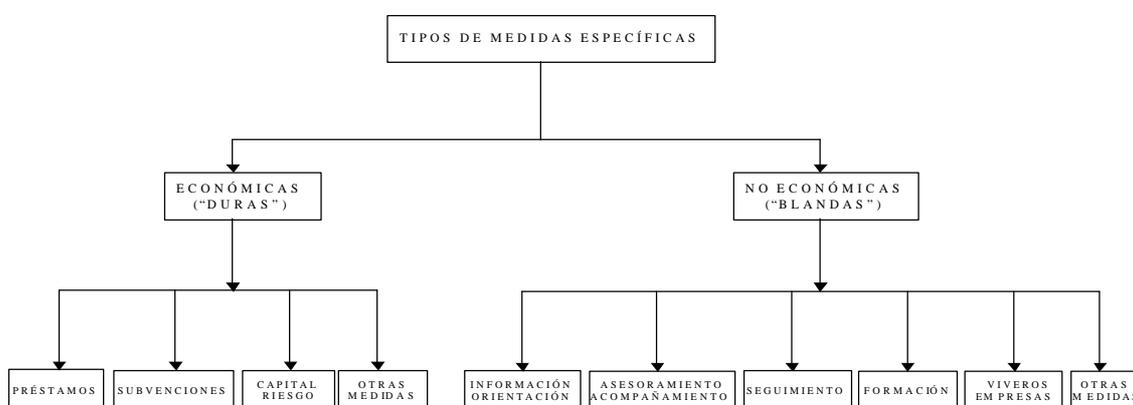
De esta manera, el marco institucional formal en Catalunya se dividirá en tres segmentos a los cuales puede acceder el nuevo empresario en busca de apoyo para la creación de su empresa (gráfico 3):

- (a) instituciones públicas, privadas y mixtas que ofrecen servicios promocionados y financiados total o parcialmente por la administración pública.
- (b) instituciones privadas 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.

5.1.2. Tipos de medidas de apoyo a la creación de empresas

En referencia a las medidas específicas de apoyo a la creación de empresas ofrecidas por las instituciones anteriores, se considerarán las de carácter económico (“duras”) y las de carácter no económico (“blandas”). El primer tipo de medidas se dividirá en préstamos financieros, subvenciones y capital riesgo. Las medidas no económicas comprenderán información-orientación, asesoramiento-acompañamiento, seguimiento, formación y medidas de apoyo global (gráfico 4).

Gráfico 4: Tipos de medidas específicas de apoyo a la Creación de Empresas.



Fuente: Elaboración propia.

En las tablas 5 y 6 se resumen los distintos tipos de medidas consideradas:

Tabla 5: Medidas económicas.

MEDIDAS ECONÓMICAS	
Préstamos	-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.
Subvenciones a fondo perdido	-Subvención de tipos de interés. -Subvenciones de los costos de cursos en formación de creación de empresas y asesoramiento plan de empresa, etc.
Capital Riesgo	-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.
Otras medidas económicas	-Capitalización de la prestación por desempleo. -Garantías y avales de préstamos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6: Medidas no económicas.

MEDIDAS NO ECONÓMICAS	
Información y orientación	-Sobre medidas económicas y no económicas para la creación de una empresa -Sobre la forma jurídica de la nueva empresa.
Asesoramiento y acompañamiento	-En los trámites que se deben realizar para crear una empresa. -En la elaboración del plan de empresa.
Seguimiento	-De la evolución de las empresas que recibieron algún tipo de asistencia en el proceso de su creación.
Formación	-Cursos y seminarios de creación de empresas. -Cursos sobre el desarrollo del producto/servicio y su lanzamiento y cursos de formación continua.
Viveros de empresas y similares	-Zonas industriales: polígonos industriales y parques industriales. -Parques tecnológicos o de investigación: parques industriales y parques científicos o de investigación. -Espacios empresariales compartidos: viveros de empresas, centros de empresas y oficinas de apoyo.
Otras medidas no económicas	-Premios y concursos para fomentar la creación de empresas. -Redes de empresarios: facilitar contactos entre empresarios para compartir experiencias, etc.

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, aunque no serán tratadas explícitamente en este trabajo, cabe destacar también la existencia de las medidas generales de apoyo a la creación de empresas. Nos referimos fundamentalmente a 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 empresas. En la tabla 7 se destacan las principales medidas de carácter general.

Tabla 7: Medidas generales de apoyo a la creación de empresas.

MEDIDAS GENERALES
-Beneficios fiscales para las empresas de nueva creación (p.e. exención del impuesto sobre sociedades, bonificación en la cuota del impuesto sobre sociedades, reducción del IAE, etc.).
-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).
-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.

5.1.3. Instituciones y programas más relevantes de apoyo a la creación de empresas en Catalunya

En la tabla 8 se presenta la lista de las instituciones más relevantes y el tipo de medidas de apoyo que éstas ofrecen. En esta tabla se puede apreciar que la mayor parte de instituciones consideradas ofrecen programas de información y asesoramiento al nuevo empresario. Son menos las instituciones que ofrecen cursos de formación y que realizan un seguimiento de las nuevas empresas creadas, así como aquellas que tramitan las ayudas económicas. Por otra parte, hay instituciones (generalmente ayuntamientos) que ofrecen otro tipo de servicios, como por ejemplo los viveros de empresas. Además, el CIDEM conjuntamente con varias universidades públicas y privadas han creado la red de “trampolines tecnológicos”¹¹ con la finalidad de fomentar la creación de empresas de base tecnológica en Catalunya. Por último, instituciones como las patronales, los sindicatos y las cámaras de comercio se caracterizan por realizar acciones destinadas a mejorar el entorno de la creación de empresas, tratando de eliminar los posibles obstáculos existentes.

¹¹ Para más información sobre los “trampolines tecnológicos” consultar Terré, E. (2000).

Tabla 8 : Resumen de las instituciones de apoyo más relevantes y del tipo de medidas ofrecidas por cada institución.

INSTITUCIÓN	MEDIDAS NO ECONÓMICAS					MEDIDAS ECONÓMICAS
	Informa.	Asesora.	Forma.	Seguim.	Otras	Financiación (1)
1. INSTITUCIONES QUE OFRECEN SERVICIOS FINANCIADOS Y PROMOCIONADOS TOTAL O PARCIALMENTE POR ADMINISTRACIONES PÚBLICAS						
1.1. INSTITUCIONES PÚBLICAS						
<i>A) Ámbito Autonómico</i>						
• CIDEM (Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial) (Departamento de Industria Generalitat)	*	*			Trampolines Tecnológicos	*
• COPCA (Consorcio Promoció Comercial de Catalunya) (Departamento de Industria Generalitat)	*	*			Creación empresas en el extranjero	*
• SERVEI AUTOEMPRESA (Departamento de Trabajo Generalitat)	*	*	*	*		*
• ICF (Institut Català de Finances) (Departamento de Economía y Finanzas de la Generalitat)						*
<i>B) Ámbito Local</i>						
• UNIDAD DE APOYO A INICIATIVAS EMPRESARIALES LOCALES. RED XALOC (Diputación Barcelona)	*	*	*	*		*
• BARCELONA ACTIVA (Ayuntamiento Barcelona)	*	*	*	*	Vivero empresas	*
• OTROS AYUNTAMIENTOS	*	*	*	*	Vivero empresas	
C) Otros Ámbitos						
• UNIVERSIDADES PÚBLICAS			*		Trampolines Tecnológicos	
1.2. INSTITUCIONES PRIVADAS						
• CP'AC (Fundació Promoció Autoocupació de Catalunya)	*	*	*			
• CTD (Centre Tècnic per a la dona)	*	*	*	*		*
• FIDEM (Fundació Internacional de la dona emprendedora)	*	*				
• ONG MITA	*	*		*		*
• CEDEL (Centro de Estudios de Desarrollo Local)	*	*				
• Fundación QUEST	*	*				
• OTRAS						
1.3. INSTITUCIONES MIXTAS						
• PARC TECNOLÒGIC DEL VALLÈS	*	*	*	*	Vivero empresas tecnológicas	
• BARCELONA EMPRÈN (Sociedad de capital riesgo)						*
• OTRAS						
2. INSTITUCIONES QUE OFRECEN SERVICIOS NO FINANCIADOS POR LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS						
• GESTORÍAS Y CONSULTORÍAS	*	*	*			
• BANCOS Y CAJAS DE AHORROS						*
• SOCIEDADES DE CAPITAL RIESGO PRIVADAS						*
• UNIVERSIDADES PRIVADAS			*		Trampolines Tecnológicos	
• OTRAS						
3. OTROS AGENTES SOCIOECONÓMICOS QUE OFRECEN SERVICIOS FINANCIADOS PARCIALMENTE POR LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS						
• CAMBRA DE COMERÇ DE BARCELONA	*	*	*		Mejorar Entorno	
• OTRAS CÁMARAS DE COMERCIO DE CATALUNYA	*	*	*		Mejorar Entorno	
• CECOT (Patronal)	*	*	*		Mejorar Entorno	
• PIMEC-SEFES (Patronal)	*	*			Mejorar Entorno	
• OTRAS PATRONALES	*				Mejorar Entorno	
• CONC-CCOO Catalunya (Sindicato)	*	*			Mejorar Entorno	
• UGT-Catalunya (Sindicato)	*	*			Mejorar Entorno	
• OTROS SINDICATOS	*				Mejorar Entorno	

(1) La financiación se refiere mayoritariamente a la tramitación y solicitud de información sobre créditos para los nuevos empresarios, a excepción del "Institut Català de Finances", de los bancos y de las cajas de ahorro, que previa firma de convenios con la Administración Pública, ofrecen créditos en condiciones especiales para la creación de nuevas empresas, y de las sociedades de capital riesgo que participaran en el capital de éstas.

Fuente: Elaboración propia.

De las instituciones consideradas en la tabla 8, cabe destacar el CIDEM, el SERVEI AUTOEMPRESA, la DIPUTACIÓN DE BARCELONA y los ayuntamientos, como las instituciones de apoyo a la creación de empresas más importantes.

5.2. Demanda de servicios y programas de apoyo a la creación de nuevas empresas en Catalunya

En este apartado se presentan tanto los resultados de la entrevista personal realizada a los empresarios actuales como los resultados de la encuesta telefónica realizada a los empresarios potenciales.

En la tabla 9 se resumen las principales características descriptivas que definen las nuevas empresas.

Tabla 9: Características de la nueva empresa de la muestra de empresarios actuales y de la muestra de empresarios potenciales.

	Empresarios actuales (%)	Empresarios potenciales (%)
Localización geográfica de la empresa:		
Barcelona	80.0	84.7
Tarragona	10	7.2
Lleida	5	3.9
Girona	5	4.2
Propiedad de la empresa:		
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
Sector de actividad de la empresa*:		
Construcción y contratas (15-17)	5.0	4.7
Fabricantes (20-39)	33.3	9.3
Transportes y comunicaciones (40-49)	11.7	4.7
Mayoristas (50-51)	26.7	9.3
Detallistas (52-59)	6.6	29.9
Finanzas, seguros y bienes raíces (60-67)	5.0	4.7
Servicios (70-89)	11.7	37.4
Número de asalariados en el momento de creación de la empresa:		
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	0.0
Forma jurídica en el momento de creación de la empresa:		
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

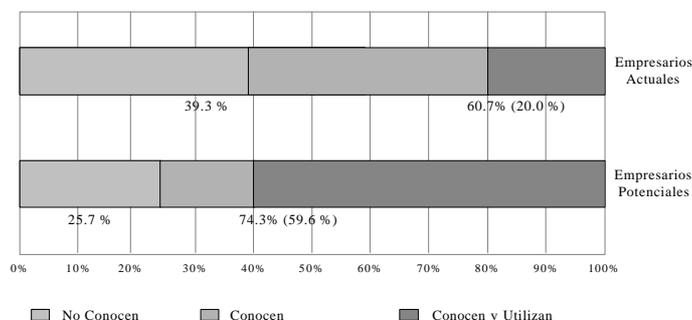
*Clasificación de sectores de actividad según los códigos del SIC (Standard Industrial Classification). Entre paréntesis, los subsectores.

Según la tabla 9 las características de las nuevas empresas son muy distintas para ambas muestras. Las empresas creadas por los empresarios actuales 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 %). Las empresas creadas por los empresarios potenciales se caracterizan por ser de propiedad única por parte de la persona que las fundó (91.8 %), de forma jurídica empresario individual (42.9 %) o responsabilidad limitada (39 %) y sin asalariados (36.8 %) 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 empresas creadas por los empresarios potenciales pertenecen al sector comercio detallista (29.9 %) o de servicios (37.4 %).

A continuación se compararán las dos muestras de empresarios en cuanto al conocimiento, la utilización y la valoración de los servicios y programas de apoyo a la creación de empresas.

El gráfico 5 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.

Gráfico 5: Comparación de los programas y servicios conocidos y utilizados por parte de las dos muestras de empresarios.



En este gráfico se pueden apreciar diferencias importantes en los porcentajes referentes a ambas muestras. 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 %).

La tabla 10 refleja que las dos instituciones más conocidas son el CIDEM y el SERVEI AUTOEMPRESA. En el caso de los empresarios actuales, con unos porcentajes del 26.4 % y del 24.1% respectivamente para cada una de estas instituciones, y en el caso de los empresarios potenciales con unos porcentajes del 25.4 % y del 23.2 % respectivamente.

Tabla 10: Lista de instituciones conocidas por parte de la muestra de empresarios actuales y de la muestra de empresarios potenciales.

Instituciones Conocidas	EMPRESARIOS ACTUALES (%)	EMPRESARIOS POTENCIALES (%)
CIDEM	26.4	25.4
SERVEI AUTOEMPRESA	24.1	23.2
CÁMARAS DE COMERCIO	10.3	8.3
AYUNTAMIENTOS	10.3	12.4
COPCA	9.2	3.2
BARCELONA ACTIVA	8.0	13.2
Otras	11.7	14.3
TOTAL	100	100

Además, como figura en la tabla 11, entre los programas y servicios más conocidos por los empresarios actuales se encuentran los programas económicos de solicitud y tramitación de créditos para la creación de una empresa ofrecidos por el SERVEI AUTOEMPRESA (23.7 %), los servicios de información y asesoramiento del CIDEM (13.2 %) y los servicios de asesoramiento del SERVEI AUTOEMPRESA (10.5 %). Para la muestra de empresarios potenciales, los dos programas más

conocidos son los mismos, pero en orden distinto. Primero los servicios de información y asesoramiento del CIDEM (26.4 %) y después, los programas económicos de solicitud y tramitación de créditos (14.4 %). En este caso el tercer programa más conocido es el servicio de atención a nuevos empresarios de BARCELONA ACTIVA (12.2 %).

Tabla 11: Lista de programas y servicios conocidos por parte de las dos muestras de empresarios.

Programas Conocidos	EMPRESARIOS ACTUALES (%)	EMPRESARIOS POTENCIALES (%)
Solicitud y tramitación créditos SERVEI AUTOEMPRESA*	23.7	14.4
Información y asesoramiento CIDEM	13.2	26.4
Información y asesoramiento SERVEI AUTOEMPRESA	10.5	11.3
Información y asesoramiento AYUNTAMIENTOS	7.9	9.3
Información y asesoramiento CÁMARAS DE COMERCIO	7.9	7.6
Información COPCA	5.3	---
Servicio atención nuevos empresarios BARCELONA ACTIVA	5.3	12.2
Otros	26.2	18.8
TOTAL	100	100

* Programa económico.

La tabla 12 indica que los tres programas más utilizados por los empresarios actuales son el servicio de solicitud y tramitación de créditos del SERVEI AUTOEMPRESA (21.2 %), los servicios de información y asesoramiento de los AYUNTAMIENTOS (15.9 %) y el servicio de asesoramiento en los trámites de creación de una nueva empresa del CIDEM (15.9 %). Para la muestra de empresarios potenciales, es también el servicio de solicitud y tramitación de créditos del SERVEI AUTOEMPRESA (18.2 %) el más utilizado, seguido del servicio de información y asesoramiento de los AYUNTAMIENTOS (16.4 %) y del servicio de atención a nuevos empresarios de BARCELONA ACTIVA (12.8 %). Cabe destacar que para ambas muestras el programa más conocido y más utilizado es de tipo económico.

Tabla 12: Lista de programas utilizados por parte de las dos muestras de empresarios.

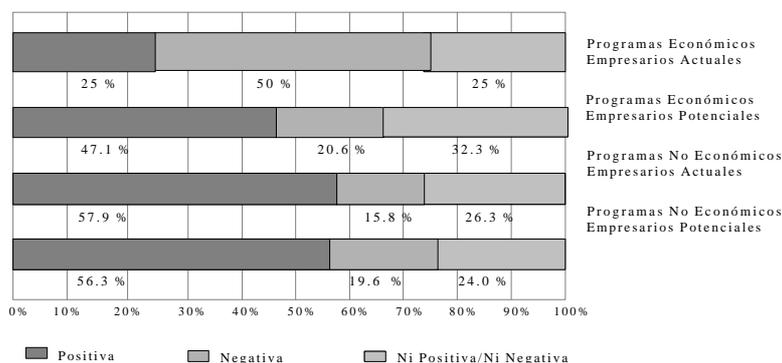
Programas Utilizados	EMPRESARIOS ACTUALES (%)	EMPRESARIOS POTENCIALES (%)
Solicitud y tramitación créditos SERVEI AUTOEMPRESA*	21.2	18.2
Información y asesoramiento AYUNTAMIENTOS	15.9	16.4
Asesoramiento trámites creación nueva empresa CIDEM	15.9	7.1
Servicio atención nuevos empresarios BARCELONA ACTIVA	10.6	12.8
Información y orientación SERVEI AUTOEMPRESA	5.2	9.6
Asesoramiento plan de empresa SERVEI AUTOEMPRESA	5.2	5.9
Asesoramiento forma jurídica nueva empresa CIDEM	5.2	7.3
Otros	20.8	22.7
TOTAL	100	100

* Programa económico.

Los gráficos 6 y 7 muestran la valoración e importancia atribuida por los empresarios actuales y potenciales a los programas y servicios utilizados, distinguiendo los programas económicos de los no económicos.

El gráfico 6 refleja que los programas no económicos son mejor valorados tanto por la muestra de empresarios actuales como por la muestra de empresarios potenciales (57.9% 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).

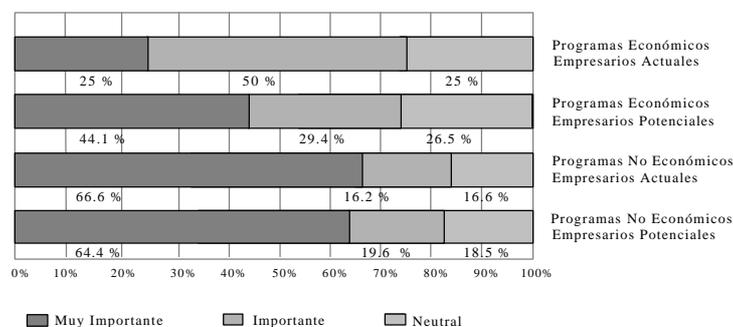
Gráfico 6 : Comparación de la valoración de los programas y servicios utilizados, según las dos muestras de empresarios.



El gráfico 7 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 la empresa son los de tipo no económico (66.6% y 64.4% respectivamente).

En este caso también son los empresarios actuales los que atribuyen menor importancia a los programas económicos con el 50% de porcentaje.

Gráfico 7 : Comparación de la importancia de los programas y servicios utilizados en el proceso de creación de la empresa, según las dos muestras de empresarios.



A continuación, en las tablas 13 y 14 se han realizado los cruces correspondientes a las variables “utilización de algún programa” y “valoración del programa utilizado” con las variables sociodemográficas de “sexo”, “edad”, “nivel de estudios” y “antecedentes de empresarios en la familia” del empresario potencial, con la finalidad de analizar las relaciones de dependencia¹² entre dichas variables.

¹² 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.

Los niveles de significación del test estadístico de la Chi-Cuadrado¹³ de la tabla 13, ponen de manifiesto que en el caso del empresario potencial, existe una relación de dependencia entre las variables “nivel de estudios” y “antecedentes de empresarios en la familia” con la variable “utilización de programas de apoyo”, a un nivel de significación estadística del 0.05. Por un lado, 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 %). Por otro, para el 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 %).

Tabla 13: Tabla de contingencia¹⁴ del cruce entre la utilización de algún programa y las variables sociodemográficas del empresario potencial.

(%)		Utilización de algún programa		Test Estadístico Chi-Cuadrado
		Sí	No	
Sexo	Masculino	61.0	39.0	x ² =0.344
	Femenino	57.7	41.3	
Edad (en intervalos de años)	Menos 25	62.5	37.5	x 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	
Nivel de Estudios	Sin estudios	33.3	66.7	x ² =10.924**
	Est. Primarios	39.5	60.5	
	Est. Secundarios	66.2	33.8	
	Est. Universitarios	59.6	40.4	
	Est. 3er Ciclo	51.4	48.6	
Empresarios en la familia	Con antecedentes	52.5	47.5	x ² =5.669**
	Sin antecedentes	66.1	33.9	
Total Utilización de algún programa		59.6	40.4	*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 14, ponen de manifiesto que existe una relación de dependencia exclusivamente con el sexo del empresario potencial, a un nivel de significación estadística del 0.05.

En el cruce de la variable “sexo” con la variable “valoración del programa utilizado”, se observa que el porcentaje de mujeres que valoran positivamente el programa utilizado (56.3 %) es mayor

¹³ 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.

¹⁴ Las tablas 16 y 17 son la agregación de varias tablas de contingencia distintas. Se ha considerado más interesante mostrar los distintos cruces de variables de forma conjunta.

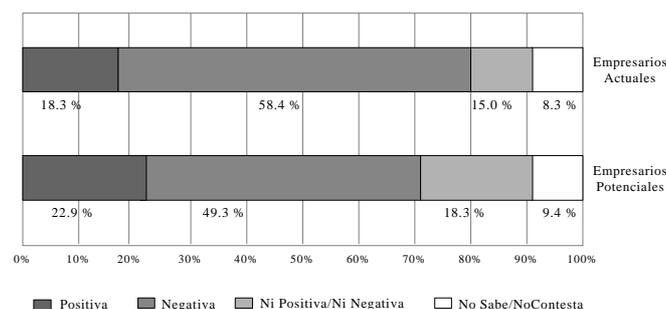
que el porcentaje de hombres que valoran positivamente la utilización de dicho programa (48.2 %) y además es mayor que el porcentaje total de la muestra que había valorado positivamente la utilización del programa (47.4 %).

Tabla 14: Tabla de contingencia del cruce entre la valoración de los programas utilizados y las variables sociodemográficas del empresario potencial.

(%)		Valoración programa utilizado			Test Estadístico Chi-Cuadrado
		Posi	Nega	Ni+/-	
Sexo	Masculino	48.2	21.9	29.8	$\chi^2=3.434^{**}$
	Femenino	56.3	13.4	30.2	
Edad (en intervalos de años)	Menos 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	
Nivel de Estudios	Sin estudios	100	---	---	$\chi^2=10.748$
	Est. Primarios	31.8	31.8	36.4	
	Est. Secundarios	47.1	11.8	41.2	
	Est. Universitarios	53.4	15.9	30.7	
	Est. 3er Ciclo	54.5	27.3	18.2	
Empresarios en la familia	Con antecedentes	51.6	19.4	29.0	$\chi^2=2.114$
	Sin antecedentes	43.7	17.5	38.8	
Total Valoración programa utilizado		47.4	18.4	34.2	*Sig<0.01 **Sig<0.05

En referencia a la opinión global sobre las medidas de apoyo existentes en Catalunya, el gráfico 8 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).

Gráfico 8: Comparación de la opinión global de las medidas de apoyo existentes en Catalunya por parte de las dos muestras de empresarios.



Esta opinión negativa se ve reflejada también en la tabla 15. 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 significativas¹⁵ entre las puntuaciones medias asignadas a dichos ítems por ambas muestras de empresarios.

¹⁵ 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 15: 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 Valor de t
	Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica	
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

Según la tabla 15, 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 existentes a la creación de empresas en Catalunya son insuficientes, en el sentido de que no son adecuados 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 15 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 actuales asigna al ítem “sería mejor menos ayudas oficiales y dejar más libertad al empresario” 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 0.05. 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 (2.6 sobre 4) que la valoración media que la muestra de empresarios potenciales asigna a este ítem (1.8 sobre 4), a un nivel de significación del 0.01.

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 15. 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.

6.CONCLUSIONES

1-En Catalunya existen muchas instituciones y programas de apoyo a la creación de empresas. Esta diversificación, junto a la falta de coordinación entre las instituciones implicadas, conduce a duplicaciones y solapamientos en la oferta de los programas destinados a las nuevas empresas.

2-La muestra de empresarios potenciales tiene un conocimiento de los programas de apoyo a la creación de empresas similar aunque mayor que la muestra de empresarios actuales (74.3% frente al 60.7%) y además los empresarios potenciales han utilizado mucho más los programas que los empresarios actuales (59.6% frente al 20%). Estos resultados contrastan con los datos de la encuesta ENSR realizada para el Sexto Informe del *Observatorio Europeo de la Pequeña y Mediana Empresa* sobre el conocimiento y la utilización de programas de apoyo por parte de los nuevos empresarios. Según dicho informe 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%).

3-Por lo que se refiere a la valoración y a la importancia de la utilización de programas atribuida por las dos muestras de empresarios, los programas no económicos son mejor valorados que los económicos y además han tenido mayor importancia en el proceso de creación de la empresa.

4-Para la muestra de empresarios potenciales, la utilización de algún programa para la creación de la empresa dependerá de las variables sociodemográficas “nivel de estudios” y de “antecedentes de empresarios en la familia”, así como la valoración del programa utilizado dependerá del “sexo” de dicho empresario potencial.

5-Ambas muestras de empresarios tienen una opinión global negativa de las medidas de apoyo existentes a la creación de empresas en Catalunya, aunque el porcentaje de empresarios actuales que opina en este sentido (58.4%) es aún mayor que el porcentaje de empresarios potenciales (49.3%). Tanto la muestra de empresarios actuales como la de empresarios potenciales, justifican su opinión global negativa al señalar que consideran inadecuadas las medidas de apoyo, no siendo además suficientemente conocidas. En este sentido, cabe destacar que el 60 % de los representantes de las instituciones entrevistados también opina negativamente, aduciendo que debe mejorarse la gestión y la coordinación en la prestación de asistencia.

6-Por consiguiente, se deduce que existe poca adecuación entre la oferta de servicios ofrecidos por las instituciones y la demanda de asistencia requerida por los nuevos empresarios. Las instituciones públicas que ofrecen algún tipo de servicio dependen demasiado del ciclo político en el cual están inmersas, siendo más importante en la prestación de servicios los intereses políticos que los criterios puramente de eficiencia. Estas instituciones ven afectada su eficiencia debido a los procesos lentos, burocráticos y politizados en los cuales están inmersas.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Z.J. y Audretsch, D.B. (1988): Innovation in Large and Small Firms: An Empirical Analysis. *The American Economic Review*, Vol.78, No.4, 678-690.
- Anna, A.L., Chandler, G.N., Jansen, E. y Mero, N.P. (1999): Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15, 279-303.
- Birch, D.L. (1979): The Job Generation Process, MIT Programme on Neighbourhood and Regional Change. Camb.Mass.
- Birley, S. (1985): The Role of Networks in the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, Vol.1, 107-117.
- Birley, S. (1986): The role of new firms: births, deaths and job generation. *Strategic Management Journal*, 7: 61-376.
- Birley, S. (1987): New ventures and employment growth, *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, no. 2,(Spring) 1987.
- Birley, S.; Cromie, S. y Westhead, P. (1994): A Comparison of Independent Owner-Managed Small Businesses in Northern Ireland and Great Britain. *Entrepreneurship, Innovation, and Change*, Vol.3, No.2, 1994, 105-124.
- Bruno, A.V. y Tyebjee, T.T. (1982): The environment for entrepreneurship. En Kent, C.A; Sexton, D.L. y Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 1982, 288-315, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Chrisman, J.J.; Hoy, F. y Robinson, R.B.: (1987): New Venture Development: The Costs and Benefits of Public Sector Assistance. *Journal of Business Venturing*, Vol.2, No.4, 315-328.
- Cooper, C.C. y Gimeno, F.J. (1992): Entrepreneurs, Processes of Founding, and New-Firm Performance. En Sexton, D.L. y Kasarda, J.D. *The State of the Art of Entrepreneurship*, Cap.12, 301-340, Boston: PWS-KENT Pub. Company.
- 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 de España y Fundación INCIDE.
- Cromie, S. (1991): The problems experienced by young firms. *International Small Business Journal*, 9: 43-61.
- Cromie, S. y Birley, S. (1994): Relationships among small business support agencies. *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol.6, No.4, 301-314.
- Denzin, N.K. (1970): *The Research Act. A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Aldine Publish. Chicago
- Drucker, P.F. (1984): Our entrepreneurial economy. *Harvard Business Review*, Jan.-Feb., 59-64.
- Drucker, P.F. (1985): *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper and Row.
- Dubini, P. (1989): The Influence of Motivations and Environment on Business Start-ups: Some Hints for Public Policies. *Journal of Business Venturing*, Vol.4, No.1, January 1989, 11-26.
- Duns & Bradstreet – CIDEM (1999): "Catalunya 20.000. Principals Empreses Catalanes". Directorio de empresas.
- Gartner, W.B. (1985): A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, Vol.10, No.4, Oct.1985, 696-706.
- Gibb, A. y Manu, G. (1990): The Design of Extension and Related Support Services for Small-scale Enterprise Development. *International Small Business Journal*, Vol.8, No.3, April-June 1990, 10-26.
- Gibb, A.A. (1993): Key factors in the design of policy support for the small and medium enterprise (SME) development process: an overview. *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol.5, Num.1, January-March 1993, 1-24.
- Gnyawali, D.R. y Fogel, D.S. (1994): Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, June, 43-62.
- Good, W. (1996): Support Systems for Small Business: their levels of awareness and perceived importance. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol.13, No.4, 34-49.

- Hagen, E.E. (1968): *The Economics of Development*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin Inc.
- Hanks, S.H. y Chandler, G.N. (1994): *The Impact of New Venture Growth Research on Entrepreneurship Education*. *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College.
- Haskins, G. y Gibb, A. (1987): Support for small business development in Europe. En O'Neill, K.; Bhambri, R.; Faulkner, T. y Cannon, T. *Small Business Development. Some Current Issues*, 1987, Cap.3, 45-68, Aldershot: Avery.
- Hawkins, D.I. (1993): New business entrepreneurship in the Japanese economy. *Journal of Business Venturing*, Vol.8, Num.2. March 1993, 137-150.
- Hisrich, R.D. y Peters, M.P. (1989) *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. Cap.1, 3-23. Boston: Richard D. Irwin, Inc.
- Hyde, G.C. (1989): The relationship between policy and research. En Rosa, P.; Birley, S.; Cannon, T. y O'Neill, K. *The Role and Contribution of Small Business Research*, 1989, Chapter 3, 55-77, Hampshire, England: Avebury.
- Instituto Vasco de Estudios e Investigación (1997): *Dinámica empresarial en Navarra. 1990-1995*". Fondo de Publicaciones del gobierno de Navarra, Pamplona.
- Johannisson, B. (1988): *Images of the Entrepreneurial Spirit. Swedish Experiences*. Paper presented at the 15th International Small Business Congress, Helsinki, Finland, August 8-11, 1988.
- Kent, C.A. (1982): *Entrepreneurship in Economic Development*. En Kent, C.A.; Sexton, D.L. y Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Cap. 12, 237-256, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Kirchhoff, B.A. y Phillips, B.D. (1988): The Effect of Firm Formation and Growth on Job Creation in the United States. *Journal of Business Venturing*, Vol.3, No.4, 261-272.
- Kirchhoff, B.A. y Phillips, B.D. (1992): Research Applications of the Small Business Data Base of the U.S. Small Business Administration. En Sexton, D.L. y Kasarda, J.D. *The State of the Art of Entrepreneurship*, Cap.10, 243-267, PWS-KENT Pub. Co.
- Klofsten, M. y Mikaelsson, A. (1996): Support of small business firms: entrepreneurs views of the demand and supply side. *Journal of Enterprising Culture*, Vol.4, No.4, Diciembre, 417-432.
- Klofsten, M. y Schärberg, C. (1998): Teaching and Training Small Businesses: Attitudes among the Organisers. Paper for the 10th Nordic Small Business Research Conference, Växjö University, Växjö, Sweden, June 14-16, 1998.
- Knight, R.M. (1996): The Process of Entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol.13, No.2.
- Kourilsky, M.L. y Walstad, W.B. (1998): Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of Business Venturing*, 13, 77-88.
- Lerner, M. y Haber, S. (2000): Performance factors of small tourism ventures: the interface of tourism, entrepreneurship and the environment. *Journal of Business Venturing*, 16, 77-100.
- Malecki, E.J. (1997): *Entrepreneurs, Networks, and Economic Development: A review of recent research*. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol.3, 57-118
- Martínez, A. y Urbina, O. (1998): Entrepreneurship networks and high technology firms: the case of Aragón. *Technovation*, 18 (5), 335-345.
- McMullan, W.E. y Gillin, L.M. (1998): Industrial Viewpoint-Entrepreneurship Education. Developing technological start-up entrepreneurs: a case study of a graduate entrepreneurship programme at Swinburne University. *Technovation*, 18 (4), 275-286.
- Monroe, S.R.; Allen, K.R. y Price, C. (1995): The impact of entrepreneurial training programs on transitioning workers: The public policy implications. *Frontiers of Entrepreneurship*, 1995 Edition.
- Monsted, M. (1993): Regional network processes: networks for the service sector or development of entrepreneurs. En Karlsson, C.;

- Johannisson, B. y Storey, D. (Eds) (1993): *Small Business Dynamics: International, National and regional perspectives*, 204-222. London: Routledge.
- North, D. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- North, D. (1993): *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Observatorio Europeo de la PYME (1999): "Sexto Informe Ejecutivo." Elaborado por KPMG Consulting y EIM Small Business Research and Consultancy, en cooperación con ENSR (European Network for SME Research).
- Pavitt, K.; Robson, M. y Townsend, J. (1987): The Size Distribution of Innovating Firms in the UK: 1945-1983. *The Journal of Industrial Economics*, Vol. XXXV. No.3, 297-316.
- Salas, V. (1990): Instrumentos financieros en la creación de empresas: análisis desde la economía de los costes de transacción. *Economía Industrial*, Marzo-Abril, 23-38.
- Sarder, J.H.; Ghosh, D. y Rosa, P. (1997): The Importance of Support Services to Small Enterprise in Bangladesh. *Journal of Small Business Management*, April 1997.
- Sexton, D.L. (1986): Role of Entrepreneurship in Economic Development. En Hisrich, R.D. (1996): *Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Venture Capital*, Cap.2, 27-39. Massachusetts: D.C. Heath y Company.
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982): The Social dimensions of entrepreneurship. En Kent, C.A.; Sexton, D.L. y Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 1982, 72-90, Englewood Cliffs, N.J.
- Smith, F.W. (1994): Venture Capital. En Hisrich, R.D. y Peters, M.P. *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. Cap. 10, 266-296. Routledge: London.
- Stevenson, H.H. y Sahlman, W.A. (1986): Importance of Entrepreneurship in Economic Development. En Hisrich, R.D. *Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Venture Capital*, Cap.1, 3-25. Massachusetts: D.C. Heath and Co.
- Storey, D.J. (1982): Impact on the Local Economy. En Storey, D.J. *Entrepreneurship and the New Firm*, Cap.9, 167-180, London: Croom Helm.
- Storey, D.J. (1988): The Role of Small and Medium-sized Enterprises in European Job Creation: Key Issues for Policy and Research. En Giaoutzi, M; Nijkamp, P. y Storey, D.J. *Small and Medium Size Enterprises and Regional Development*, Cap. 8, 140-160, London: Routledge.
- Storey, D.J. (1994): Employment. En Storey, D.J. *Understanding the Small Business Sector*, Cap.6, 160-203. Routledge: London.
- Terré, E. (2000): ¿Qué necesitan los emprendedores tecnológicos? *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, Deusto. No. 25, Noviembre-Diciembre 2000, 9-15.
- Urbano, D. (2001): Marco Institucional formal de la Creación de Empresas en Catalunya. Trabajo de investigación (European Doctoral Programme). Departament d'Economia de l'Empresa-UAB. Septiembre de 2001.
- Van de Ven, A.H. (1993): The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, Vol.8, Num.3, May 1993, 211-230.
- Veciana, J. M. (1988): Empresario y proceso de creación de empresas. *Revista Económica de Catalunya*. Nº 8, mayo-agosto.
- Veciana, J.M. (1997): ¿Emprendedor o empresario? *Innovando*, Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad de ICESI, Colombia, No.17, Diciembre 1997.
- Veciana, J.M. (1999): Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol.8, núm.3, pp.11-36.
- Veciana, J.M., Aponte, M. y Urbano, D. (1999): "Attitudes Towards Entrepreneurship: Two Countries Comparison", Paper presented at RENT XIII 1999, (London, 25-26 November).

Veciana, J.M., Aponte, M. y Urbano, D. (2000): "University Student's Attitudes Towards Entrepreneurship: Two Countries Comparison", Paper presented at Entrepreneurship Summit 2000: At the Caribbean (Puerto Rico, 28-30 January 2000).

Vesper, K.H. (1982): Research on education for entrepreneurship. En Kent, C.A.; Sexton, D.L. y Vesper, K.H. Encyclopedia of Entrepreneurship, 1982, 321-351, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.

Vesper, K.H. y Gartner, W.B. (1997): Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 12, 403-421.

Wennekers, S. y Thurik, R. (1999): Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13.

White, S.B. y Reynolds, P.D. (1996): Government Programs atnd High Growth New Firms. Frontiers of Entrepreneurship Research 1996. Babson College.

Wilken, P.H. (1979): Entrepreneurship: A Comparative and Historical Study. Norwood, New Jersey: ABLEX Publishing Corporation.

Young, M.; Wyman, S.M. y Brenner, C. T. (1999): Assessment of small business perception of needed information and assistance. *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol 11, No.1, Marzo, 99-105.

Issues:

- 95/1 *Productividad del trabajo, eficiencia e hipótesis de convergencia en la industria textil-confección europea* Jordi López Sintas
- 95/2 *El tamaño de la empresa y la remuneración de los máximos directivos.* Pedro Ortín Ángel
- 95/3 *Multiple-Sourcing and Specific Investments.* Miguel A. García-Cestona
- 96/1 *La estructura interna de puestos y salarios en la jerarquía empresarial.* Pedro Ortín Ángel
- 96/2 *Efficient Privatization Under Incomplete Contracts.* Miguel A. García-Cestona y Vicente Salas-Fumás
- 96/3 *Institutional Imprinting, Global Cultural Models, and Patterns of Organizational Learning: Evidence from Firms in the Middle-Range Countries.* Mauro F. Guillén (The Wharton School, University of Pennsylvania)
- 96/4 *The relationship between firm size and innovation activity: a double decision approach.* Ester Martínez-Ros (Universitat Autònoma de Barcelona) y José M. Labeaga (UNED & Universitat Pompeu Fabra)
- 96/5 *An Approach to Asset-Liability Risk Control Through Asset-Liability Securities.* Joan Montllor i Serrats y María-Antonia Tarrazón Rodón
- 97/1 *Protección de los administradores ante el mercado de capitales: evidencia empírica en España.* Rafael Crespi i Cladera
- 97/2 *Determinants of Ownership Structure: A Panel Data Approach to the Spanish Case.* Rafael Crespi i Cladera
- 97/3 *The Spanish Law of Suspension of Payments: An Economic Analysis From Empirical Evidence* Esteban van Hemmen Almazor
- 98/1 *Board Turnover and Firm Performance in Spanish Companies.* Carles Gispert i Pellicer
- 98/2 *Libre competencia frente a regulación en la distribución de medicamentos: teoría y evidencia empírica para el caso español.* Eva Jansson
- 98/3 *Firm's Current Performance and Innovative Behavior Are the Main Determinants of Salaries in Small-Medium Enterprises.* Jordi López Sintas y Ester Martínez Ros
- 98/4 *On The Determinants of Export Internalization: An Empirical Comparison Between Catalan and Spanish (Non-Catalan) Exporting Firms.* Alex Rialp i Criado
- 98/5 *Modelo de previsión y análisis del equilibrio financiero en la empresa.* Antonio Amorós Mestres
- 99/1 *Avaluació dinàmica de la productivitat dels hospitals i la seva descomposició en canvi tecnològic i canvi en eficiència tècnica.* Magda Solà
- 99/2 *Block Transfers: Implications for the Governance of Spanish Corporations.* Rafael Crespi, and Carles Gispert
- 99/3 *The Asymmetry of IBEX-35 Returns With TAR Models.* M^a Dolores Márquez, and César Villazón
- 99/4 *Sources and Implications of Asymmetric Competition: An Empirical Study.* Pilar López Belbeze
- 99/5 *El aprendizaje en los acuerdos de colaboración interempresarial.* Josep Rialp i Criado
- 00/1 *The Cost of Ownership in the Governance of Interfirm Collaborations.* Josep Rialp i Criado, i Vicente Salas Fumás
- 00/2 *Reasignación de recursos y resolución de contratos en el sistema concursal español.* Stefan van Hemmen Almazor
- 00/3 *A Dynamic Analysis of Intrafirm Diffusion: The ATMs.* Lucio Fuentelsaz, Jaime Gómez, Yolanda Polo

- 00/4 *La Elección de los Socios: Razones para Cooperar con Centros de Investigación y con Proveedores y Clientes*. Cristina Bayona, Teresa García, Emilio Huerta
- 00/5 *Inefficient Banks or Inefficient Assets?*. Emili Tortosa-Ausina
- 01/1 *Collaboration Strategies and Technological Innovation: A Contractual Perspective of the Relationship Between Firms and Technological Centers*. Alex Rialp, Josep Rialp, Lluís Santamaria
- 01/2 *Modelo para la Identificación de Grupos Estratégicos Basado en el Análisis Envoltante de Datos: Aplicación al Sector Bancario Español*. Diego Prior, Jordi Surroca.
- 01/3 *Seniority-Based Pay: Is It Used As a Motivation Device?*. Alberto Bayo-Moriones.
- 01/4 *Calidad de Servicio en la Enseñanza Universitaria: Desarrollo y Validación de una Escala de Medida*. Joan-Lluís Capelleras, José M^a Veciana.
- 01/5 *Enfoque Estructural vs Recursos y Capacidades: Un Estudio Empírico de los Factores Clave de Éxito de las Agencias de Viajes en España*. Fabiola López-Marín, José M^a Veciana.
- 01/6 *Opción de Responsabilidad Limitada y Opción de Abandonar: Una Integración para el Análisis del Coste de Capital*. Neus Orgaz.
- 01/7 *Un Modelo de Predicción de la Insolvencia Empresarial Aplicado al Sector Textil y Confección de Barcelona (1994-1997)*. Antonio Somoza López.
- 01/8 *La gestión del conocimiento en pequeñas empresas de tecnología de la información: una investigación exploratoria*. Laura Esther Zapata Cantú.
- 01/9 *Marco Institucional formal de Creación de Empresas en Catalunya: Oferta y demanda de Servicios de apoyo*. David Urbano y José María Veciana