

Actitudes hacia la creación de empresas

Enrique Genesca Garrigosa

José M.^a Veciana Verges

Universidad Autónoma de Barcelona

Planteamiento del problema: La creación de empresas como objeto de estudio

La creación de nuevas empresas es la savia del sistema de economía de mercado y factor importante en la estructura de la industria de un país. Sin embargo, mientras que la problemática de concentración de empresas, de la acumulación de poder económico a través de la creciente dimensión de las grandes unidades económico-financieras y de la proliferación de las multinacionales ha atraído el interés de políticos, empresarios y científicos, al tema de la creación de nuevas empresas, que viene a constituir la otra cara de la moneda, no se le ha atribuido en España, salvo excepciones¹ la importancia que tiene. En consecuencia, no se le ha dedicado la atención que requiere como objeto de investigación científica en el marco de la Economía de la Empresa ni como medida de política económica.

La creación de nuevas empresas puede explicarse a partir de distintos supuestos. Para la teoría económica, la única explicación está en el móvil

económico. Según este paradigma, crearán empresas aquellas personas (empresarios-capitalistas) que vislumbren una oportunidad de lucro. De todas formas, la teoría económica no se ha interesado por el fenómeno de la creación de empresas, como tampoco lo ha hecho por el empresario².

Es en el marco de la denominada teoría empírica de la empresa, donde se ha elaborado un concepto empírico de empresario³ concebido como "la persona que emprende un negocio" o "la que ha creado una empresa en marcha, de la nada", concepto que está resultando muy operativo para investigar la figura central de la actividad económica. En el marco de esta teoría, VECIANA ha elaborado una definición de empresario⁴ que ya contiene las bases de una teoría de la creación de nuevas empresas. Sus componentes los podemos agrupar en factores exógenos y endógenos, para nuestros efectos. En los factores exógenos incluimos:

- Los hechos (ejemplos o pruebas) que le hace aparecer verosímil la posibilidad de crear una empresa.
- Una comunidad favorable a tal acto.

En los endógenos estarán comprendidos, lógicamente, los que se refieren a la persona (conocimientos, actitudes, motivación, etc.).

² BAUMOL, W.L.: "Entrepreneurship in Economic Theory" en *American Economic Review*, Vol. LVIII, nº 2, mayo 1968.

³ Ver VECIANA, J.M.: Un concepto empírico de empresario, en *Revista Económica de Banca Catalana*, nº 56, marzo 1980.

⁴ VECIANA, J.M.: *op. cit.* pág. 20.

¹ Ver, por ejemplo, VECIANA, J.M. y LLONCH, J.: "La creación de nuevas industriales en el sector metalúrgico en Cataluña". Período 1967-1976, en: CEAM, *Revista de Economía Industrial* nº 154, mayo-junio 1979, págs. 31-45.

Objetivos de la investigación

Precisamente nuestra investigación tiene por objetivo, como su título indica, determinar las actitudes hacia la creación de empresas de dos poblaciones de individuos que son *potenciales* fundadores y, por tanto, empresarios potenciales, a saber: los estudiantes de ciencias empresariales y de ingeniería, por una parte, y los directivos de empresa, por otra.

En esta investigación se parte, pues, de la hipótesis de que un factor decisivo en la creación de una empresa es el *entorno social*, favorable o adverso, hacia la creación de una empresa y hacia la actividad empresarial independiente.

Siguiendo a TRIANDIS⁵ definimos una actitud "como una idea con una carga emocional que predispone a un tipo de acciones con respecto a una clase particular de situaciones sociales". Esta definición contiene los tres elementos fundamentales de las actitudes:

- Un componente cognoscitivo: la idea.
- Un componente emocional: la carga emocional.
- Un componente comportamental: la predisposición a la acción.

También la motivación personal cara a la creación de empresas viene influida por el entorno social, ya que éste interviene en la formación de actitudes. Según TRIANDIS, las actitudes se forman y transmiten a través de los grupos primarios a que pertenecemos y que están condicionados por la cultura o subcultura en que se encuentran inmersos⁶.

Cada profesión goza de un determinado prestigio en la sociedad en función de la *imagen* que se forma y se tiene de ella. Así la profesión de artesano, cura, ingeniero o abogado han tenido y tienen una imagen distinta según las épocas, y, por tanto, atraen mayor o menor número de personas que quieren ejercerla. Es curioso constatar que la imagen del empresario y de la función empresarial en una sociedad industrial basada en la libre empresa es más bien negativa. Así por ejemplo, FERTIG⁷ habla de la existencia de una "imagen deformada y turbia del empresario" en EE.UU.; HORWITZ⁸ de

que está "eclipsada" refiriéndose a Inglaterra, y BILGER⁹ dice de Francia que es "unilateral" porque se asocia al empresario-propietario de una fábrica. Quizás la única excepción la constituye la República Federal Alemana donde se ha comprobado, en los últimos años, que a la actividad del empresario se le atribuye en medida creciente el funcionamiento de la economía de mercado y el bienestar social y económico del pueblo alemán.

Y es curioso constatar, como señala SCHMOLDERS, que la imagen del empresario se vuelve más "turbia" a medida que nos alejamos del ciudadano medio y nos aproximamos a los grupos líderes de opinión, empezando por profesores y docentes de todos los niveles hasta los intelectuales de todas las tendencias¹⁰.

Esta imagen negativa del empresario contrasta con las políticas estatales de fomento de la pequeña y mediana empresa y del pequeño empresario, que defienden los partidos políticos de todos los signos y adoptan, con mayor o menor acierto, prácticamente todos los gobiernos de los países industrializados avanzados.

Por todas estas razones, hemos considerado que las *actitudes* constituyen el punto de partida para investigar el complejo fenómeno de la creación de empresas, al objeto de poder comprenderlo desde una perspectiva más amplia, tanto individual como macroeconómica y sociopolítica.

Nuestra investigación se ha centrado en determinar cuatro puntos principales, a saber:

- Grado de deseabilidad de crear o fundar una empresa propia.
- Grado de intencionalidad de creación de una empresa propia.
- Motivos para fundar una empresa propia.
- Frenos o reparos a la creación de una empresa propia.

Las submuestras de población a las cuales nos hemos dirigido vienen definidas en buena medida por el objetivo de la investigación: determinar la actitud hacia la creación de empresas en *empresarios potenciales*.

Evidentemente, también hubiera sido, y es, de gran interés investigar la imagen del empresario y el grado de deseabilidad de creación de una empresa en la población total. Si ello no se ha hecho, se debe única y exclusivamente a la falta de recursos económicos, aunque tal investigación está en proyecto.

El que no hayamos incluido a los empresarios

⁹ BILGER, F.: "Das Bild vom Unternehmer in Frankreich", en SCHMOLDERS, G., *op. cit.* pág. 79.

¹⁰ SCHMOLDERS, G., *op. cit.* pág. 11.

⁵ TRIANDIS, H.C.: *Attitude and Attitude Change*, ed. Wiley, 1971, págs. 2-3.

⁶ TRIANDIS, H.C.: *op. cit.* págs. 101 ss.

⁷ FERTIG, L.: "Das Bild von Unternehmer in den Vereinigten Staaten", en SCHMOLDERS, G. (Hrsg.), *Der Unternehmer im Ansehen der Welt*, ed. Gustav Lübbe, Bergisch Gladbach, 1971, pág. 22.

⁸ HORWITZ, R.: "Das Bild vom Unternehmer in Frankreich", en SCHMOLDERS, G., *op. cit.* pág. 79.

en nuestra investigación, obedece a varias razones. En primer lugar, serían supérfluas las dos primeras preguntas, puesto que con la creación de una empresa ya han demostrado que consideran deseable establecerse por su cuenta (al menos eso es lo que pensaron algún día). En cuanto a las motivaciones del empresario, consideramos que, aunque interesantes, tienen un valor limitado, pues se trataría de motivos que le indujeron *hace años* a crear una empresa. Muchas veces hay racionalización de motivos a posteriori, y las auténticas motivaciones sólo pueden investigarse *de forma fiable* a base de entrevistas en profundidad y del análisis del entorno económico y social en que tuvo lugar la fundación de la empresa, etc., como ha puesto de manifiesto el trabajo de COLLINS, MOORE y UNWALLA¹¹.

Método de investigación

Esta investigación sobre las actitudes hacia la creación de empresas ha sido basada en una encuesta que efectuamos a mediados de 1981 dirigida a dos muestras de gran tamaño: la primera constituida por 1.733 estudiantes y la segunda por 1.515 directivos de empresa.

En lo que a la muestra de estudiantes se refiere, los correspondientes cuestionarios fueron administrados por Catedráticos de Economía de la Empresa y de Ingeniería de las distintas Universidades españolas y Escuelas de Ingeniería, quienes amablemente nos los devolvieron debidamente cumplimentados por sus estudiantes. En el caso de los directivos, los cuestionarios se remitieron a los suscriptores de la revista *Alta Dirección* y a los alumnos y ex-alumnos del Centro Superior de Estudios Aplicados (CESEA).

Principales características de la muestra de "estudiantes"

Las principales características tipológicas de la muestra de estudiantes queda reflejada en el Cuadro 1.

Cabe comentar en cuanto a las características de esta muestra la escasa representación que hay de estudiantes de Levante, Baleares y Canarias. Por otra parte también conviene resaltar que la práctica totalidad de los estudiantes de Ingeniería Superior corresponde a las zonas Norte y Centro y los de Ingeniería Técnica a Sur, Centro, Galicia y Norte.

¹¹ COLLINS, O.F., MOORE, D.G. y UNWALLA, D.B.: "Enterprising Man". MSU Business Studies, 1964.

CUADRO 1

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA DE «ESTUDIANTES»

	%
<i>Edad</i>	
Menos de 20 años	9,0
De 21 a 25	74,4
De 26 a 35	14,6
Más de 35	1,7
<i>Sexo</i>	
Varón	79,2
Mujer	20,4
<i>Lugar de nacimiento</i>	
Cataluña y Baleares	8,0
Levante	0,9
Sur (Andalucía y Extremadura)	17,2
Centro	22,2
Norte	24,5
Galicia y Asturias	11,0
Aragón	8,8
Canarias	0,1
<i>Distrito Universitario</i>	
Barcelona	8,5
Bilbao	22,4
Cádiz	0,2
Madrid	19,0
Málaga	3,3
Navarra	0,2
Oviedo	6,5
Palma	0,1
Santander	5,1
Santiago	5,1
Sevilla	13,6
Valladolid	1,3
Zaragoza	14,7
<i>Formación</i>	
Estudiante de Ciencias Empresariales	71,5
Estudiante de Ciencias Económicas	4,9
Ingeniería superior	11,4
Ingeniería técnica	12,8
<i>Profesión del padre</i>	
Profesión liberal	12,4
Empresario	18,6
Directivo de empresa	5,4
Obrero	21,8
Empleado administrativo	15,3
Funcionario	10,9
Otros	16,3

Principales características de la muestra de "directivos de empresa"

Quedan asimismo reflejadas en el Cuadro 2.

CUADRO 2

PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA DE «DIRECTIVOS DE EMPRESA»

	%
<i>Edad</i>	
De 21 a 25	2,5
De 25 a 35	35,7
Más de 35	61,5
<i>Sexo</i>	
Varón	98,0
Mujer	1,3
No contestan	0,7
<i>Lugar de nacimiento</i>	
Cataluña y Baleares	41,4
Levante	12,2
Sur (Andalucía y Extremadura)	6,5
Centro	14,0
Norte	10,2
Galicia y Asturias	5,9
Aragón	6,3
Canarias	0,5
Otras	2,8
<i>Formación</i>	
Ciencias Empresariales	14,4
Ciencias Económicas	10,6
Ingeniería superior	14,7
Ingeniería técnica	12,8
Derecho	5,5
Profesor Mercantil	33,0
Formación profesional técnica	10,8
Formación profesional administrativa	16,7
<i>Profesión del padre</i>	
Profesión liberal	15,1
Empresario	29,2
Directivo de empresa	8,5
Obrero	19,6
Empleado administrativo	9,2
Funcionario	9,4
Otras	10,0
<i>Tamaño de la empresa</i>	
Menos de 50 empleados	36,6
De 51 a 250	34,0
De 250 a 1.000	17,1
Más de 1.000	11,4
<i>Area funcional en que trabaja</i>	
Alta dirección	52,1
Comercial	13,2
Producción	5,5
Económico-Administrativo	19,2
Otras	9,7

Representatividad de los resultados obtenidos

Según puede apreciarse, por tanto, en términos estrictos ambas muestras no pueden considerarse

absolutamente representativas de las poblaciones "estudiantes" y "directivos de empresa" respectivamente. Ello no quiere decir que los resultados no sean relevantes, mayormente si tenemos en cuenta los elevados tamaños de las respectivas muestras. No obstante, somos conscientes de los posibles sesgos en los mismos derivados de las peculiaridades de la extracción de las muestras y, por esta razón, creemos necesario hacer esta consideración previa.

Principales resultados de la investigación

Analizaremos a continuación los principales resultados de la investigación.

Actitud hacia la creación de empresas

La actitud hacia la creación de empresas es claramente positiva en ambas muestras según se desprende de las respuestas dadas a las preguntas: ¿considera Vd. deseable el crear o fundar una empresa propia? y ¿ha pensado Vd. alguna vez seriamente en crear o fundar una empresa propia?. Así, a la primera cuestión contestan afirmativamente un 57 por ciento de los estudiantes y un 72 por ciento de los directivos según queda reflejado en el Cuadro 3.

Es interesante comentar que los porcentajes de respuesta negativa son, a primera vista, bastante bajos, lo que parece indicar la inexistencia de una generalizada actitud negativa hacia la función empresarial en ambas muestras. No obstante, el porcentaje de NO correspondiente a los estudiantes es significativamente mayor que el dado por los directivos. Por otra parte, como es lógico, en el caso de los estudiantes crece el porcentaje de NO SABE, NO CONTESTA, en detrimento del SI.

Esta actitud positiva hacia la función empresarial se reproduce también en las contestaciones dadas a la segunda de las mencionadas preguntas, según puede verse en el Cuadro 4.

En la respuesta a esta pregunta queda aún más claro que si bien la actitud hacia la creación de empresas es positiva en ambas muestras, en la de directivos lo es significativamente más.

Donde se acusan las diferencias en los resultados de las dos muestras es en lo que hace referencia al tipo de empresa que crearían aquéllos que han pensado en crearla. Los resultados obtenidos figuran en el Cuadro 5.

Los resultados obtenidos muestran que los estudiantes tienden más, cuando piensan en la creación de una empresa propia, hacia el gabinete profesional. Este 45 por ciento de los estudiantes refleja más, sin duda, un interés por las *profesiones liberales* que por la *función empresario independiente*, lo cual, a su vez, se deriva de su preferencia por la función "staff" o de asesoramiento que no requiere la asunción de un riesgo ni el ejercicio de poder o la dirección de otras personas, cuestiones estas últimas en general ampliamente desacreditadas en el mundo estudiantil y que, salvo excepciones, ni se enseña "ni se practica" en la Universidad, con lo que los estudiantes no tienen ni la formación ni la actitud adecuadas hacia una de las tareas esenciales de la función directiva y empresarial cual es la dirección de un grupo humano y el actuar en situaciones no estructuradas.

Analicemos a continuación si alguna de las variables tipológicas influye de manera relevante y significativa sobre los resultados indicados. *En cuanto a la muestra de directivos* cabe resaltar las siguientes conclusiones que se desprenden de un análisis de los cuadros de tabulación en que se cruzan dichas variables tipológicas y las relativas a la actitud hacia la creación de empresas:

a) Puede concluirse sin temor a equivocarse que la edad de los encuestados influye significativamente sobre la actitud hacia la creación de empresas en el sentido de que a mayor edad se muestra una actitud menos positiva. Tal conclusión se obtiene al realizar, no sin reparos dado el carácter de la muestra, un análisis χ^2 del que se desprende que la influencia de esta variable es significativa al nivel del 99,9 por ciento. Así, un 87 por ciento de los encuestados con edades comprendidas entre 21 y 25 años consideran deseable el crear una empresa propia, mientras que este porcentaje desciende al 67 por ciento para los encuestados de más de 35 años. La misma conclusión se obtiene al ver que un 31,6 por ciento de la submuestra de edades de 21 a 25 años tiene el firme propósito de fundar una empresa mientras que este porcentaje baja al 14,8 por ciento para los mayores de 35 años, encontrándose a un nivel intermedio en la submuestra de 25 a 35 años.

b) Si consideramos ahora la variable "lugar de nacimiento" del encuestado la única diferencia relevante se aprecia en relación a la zona Norte (País Vasco, Logroño y Navarra) donde el porcentaje relativo a deseabilidad baja al 64,5 por ciento (recordemos que el promedio es de 72,2 por ciento), tendencia que se confirma al sumar las respuestas "SI, seriamente" y "SI, tengo el firme propósito", a la pregunta sobre si ha pensado en crear una em-

CUADRO 3

¿Considera deseable?	Submuestra estudiantes	Submuestra directivos
Si	56,8%	72,2%
No	22,9%	20,5%
No indica	20,4%	7,3%

CUADRO 4

¿Ha pensado seriamente?	Estudiantes	Directivos
SI, tengo el firme propósito	6,5%	18,5%
SI, seriamente	14,2%	34,5%
SI, vagamente	43,5%	28,1%
NO, pero pienso integrarme en empresa de la familia	3,9%	1,5%
NO, nunca	31,6%	12,4%
NO INDICA	0,5%	5,1%

CUADRO 5

Tipo de empresa	Estudiantes	Directivos
Empresa industrial	15,2%	25,3%
Empresa comercial	20,9%	29,6%
Gabinete profesional	45,0%	27,4%
No sabe	6,0%	1,4%
Otras	12,8%	16,4%

presa propia. Dicha suma alcanza en esta zona el 47,1 por ciento, siendo el promedio del 53 por ciento.

c) En cuanto a la formación el único resultado relevante es que los encuestados con título de Ingeniero Superior muestran tendencia a considerar menos deseable la creación de una empresa propia (61,4 por ciento frente al 72,2 por ciento del promedio). Los demás valores se encuentran muy cercanos al promedio pudiendo resaltar que los porcentajes mayores se dan en Licenciados en Empresariales y en directivos con estudios de formación profesional tanto de carácter técnico como administrativo-comercial.

d) Es asimismo significativa (en un contraste χ^2 al nivel del 95 por ciento) la influencia de la variable tamaño de la empresa. Cuanto mayor es la empresa en que trabaja el encuestado menor es su tendencia a considerar deseable la creación de una empresa propia. Así, si sumamos los porcentajes correspondientes a las respuestas "SI, seriamente" y

“SI, tengo el firme propósito de crear una empresa propia” obtenemos que mientras el promedio general es del 53 por ciento, para los directivos de empresas menores a 50 empleados alcanza el 66 por ciento y para directivos de empresas de más de 1.000 es del 29,6 por ciento. Estos resultados vendrían a confirmar la opinión de que las grandes empresas tienden a reforzar el rol burocrático limitando la creatividad, y el interés en asumir riesgos y responsabilidad, en desarrollar iniciativa y actuar en situaciones no estructuradas.

e) Si bien las diferencias que se dan con respecto al área funcional de la empresa en que trabajan los directivos encuestados no son muy relevantes, cabe destacar una valoración positiva ligeramente mayor por parte de los que trabajan en el área comercial respecto de los de las áreas de producción y económico-administrativa. Ello sin duda tiene que ver con la incertidumbre del entorno que están habituados a tratar, más elevada en el área comercial que en la de producción.

f) La variable “profesión del padre” no es relevante como explicativa de diferencias significativas en este aspecto. No obstante, consideramos de interés resaltar que el mayor porcentaje (75,1 por ciento) se lo llevan los hijos de profesionales liberales, mientras que el más bajo corresponde a los de funcionarios (69,9 por ciento).

g) Finalmente y en lo que se refiere a la deseabilidad puede constatarse un porcentaje afirmativo ligeramente superior en aquellos encuestados que tienen algún empresario *en la familia* que en los que no se da esta circunstancia (74,2 por ciento versus 70 por ciento).

En relación a la *muestra de estudiantes*, las principales conclusiones que se desprenden del cruce de las variables tipológicas con las preguntas que reflejan su actitud hacia la creación de empresas son, en síntesis, las siguientes:

a) Al igual que en el caso de los directivos la edad influye de manera significativa sobre los resultados, aunque en este caso este hecho es poco relevante por la escasa amplitud de edades en la muestra. Aquí los estudiantes más jóvenes consideran menos deseable implicarse en la creación de una empresa propia.

b) Tiene asimismo una influencia significativa en los resultados el sexo: un 59 por ciento de los varones consideran deseable crear una empresa propia y sólo un 48 por ciento de las mujeres. Esto es claramente reflejo de una cuestión cultural relativa a roles atribuidos a uno u otro sexo.

c) En cuanto al lugar de nacimiento lo más destacable es el bajo porcentaje de respuestas afirmativas dado por los encuestados de la zona Norte

(40,6 por ciento) y Aragón (49 por ciento) respecto de Cataluña (66,7 por ciento), Centro (66,2 por ciento), Galicia y Asturias (61,8 por ciento) y Sur y Andalucía (61,4 por ciento). Estos resultados se confirman al analizar los resultados por distrito Universitario: el valor más bajo corresponde a Bilbao (41 por ciento), seguido de Zaragoza (44,5 por ciento) y los más elevados a Santiago 75 por ciento, Málaga (71 por ciento), Madrid (69 por ciento) y Barcelona (65 por ciento).

d) En cuanto a la variable “estudios que cursan”, lo único relevante es que los de Ingeniería Superior muestran un porcentaje muy bajo de contestaciones afirmativas tanto en deseabilidad como en propósito (37,6 por ciento frente al 56,8 por ciento del promedio). Dado que tal como hemos indicado antes prácticamente todos los Ingenieros Superiores encuestados son de la zona Norte, no podemos concluir sobre que variable es la relevante aunque nos inclinamos por considerar que es la geográfica.

e) En cuanto a la profesión del padre, los hijos de empresarios, de profesionales liberales y de directivos de empresa, muestran actitudes significativamente más positivas hacia la creación de empresas que los hijos de obreros y empleados administrativos. Los hijos de funcionarios alcanzan en este caso los valores medios.

f) Finalmente, como es lógico, el hecho de tener un empresario en la familia influye significativamente en la actitud (67,4 por ciento de respuestas afirmativas frente al 49,6 por ciento).

Motivos para fundar una empresa propia

Veamos ahora los resultados que hacen referencia a los motivos considerados más relevantes por los encuestados para crear una empresa propia.

El orden y los porcentajes de respuesta dados en cuanto a los motivos considerados como “muy importantes”, son los que se indican en el Cuadro 6.

Los porcentajes se han obtenido sobre el total de encuestados que contestaron a esta cuestión y que fueron 1.324 y 1.415 respectivamente. La suma de porcentajes es superior a 100 porque no había limitación en cuanto a número de motivos que podían señalarse como “muy importantes”.

El resto de los motivos que figuran en el cuestionario no alcanzan el 5 por ciento de las respuestas en ninguna de las dos muestras.

En las dos muestras consideradas, el principal motivo es el de “*independencia personal*”. Este motivo de independencia se ve reforzado aún más al quedar en segundo y tercer lugar, respectivamente, la “posibilidad de poner en práctica las propias

ideas" y "Crear algo propio". Esta motivación es común a ambas muestras, aunque el motivo de "crear algo propio" es significativamente más fuerte en los directivos que en los estudiantes, lo cual sin duda matiza la intensidad del afán de independencia de los que han trabajado en una relación de dependencia con respecto a los que no han conocido tal situación. A continuación aparecen ya diferencias significativas entre las dos muestras en cuanto al ranking u ordenación de los motivos. Así la muestra de directivos considera más relevante el "estar al frente de una organización y/o dirigir a un grupo", lo cual no es más que el deseo de satisfacer una necesidad de poder activada sin duda por la realización de su trabajo de directivos. Por el contrario, la muestra de estudiantes sitúa en tercer lugar motivos de carácter económico (afán de independencia económica, afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo) lo cual es lógico si tenemos en cuenta que ello les preocupa debido a la incertidumbre en la resolución adecuada de tales aspectos al finalizar sus estudios. Por la misma razón los estudiantes valoran significativamente más el motivo: "imposibilidad de encontrar trabajo". Finalmente y como comentario anecdótico cabe resaltar que los estudiantes valoran significativamente más el motivo "conseguir una retribución justa" que los directivos.

Merece ser resaltado de forma especial que la ordenación de motivos señalados como "muy importantes" sea tan análoga en las dos muestras y que únicamente aparezcan diferencias significativas en cuanto a la valoración dada a los motivos considerados secundarios.

Para matizar estos resultados veamos a continuación con qué intensidad han sido considerados por los encuestados tales motivos como "importantes" (tengamos en cuenta que cada encuestado podía calificar varios motivos como muy importantes y otros como importantes). Los resultados figuran en el Cuadro 7.

Estos resultados confirman las anteriores conclusiones, matizándose en algunos aspectos, así, se refuerza que el "crear algo propio" es muy relevante como motor de la creación de empresas para los estudiantes. Por otra parte, éstos están claramente preocupados por las dificultades que previenen a la hora de buscar trabajo y quizás piensen que la creación de una empresa propia, o la creación de un gabinete profesional como hemos visto más arriba, podría ser una salida adecuada. Finalmente, queda claro que los aspectos económicos ocupan un segundo plano como motores de la creación de empresas. Quisiéramos destacar un matiz que refuerza aún más esta conclusión. El afán de indepen-

CUADRO 6

Motivos «muy importantes»	Estudiantes	Directivos
Independencia personal	64,2%	65,7%
Posibilidad de poner en práctica las propias ideas	65,2%	64,9%
Crear algo propio	36,0%	48,8%
Estar al frente de una organización y/o dirigir a un grupo	12,9%	24,1%
Afán de independencia económica	20,6%	16,3%
Conseguir patrimonio personal	7,9%	12,0%
Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo	11,0%	8,9%
Imposibilidad de encontrar trabajo	13,6%	3,2%
Conseguir una retribución justa	8,9%	4,8%

CUADRO 7

Motivos «importantes»	Estudiantes	Directivos
Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo	29,8%	37,4%
Afán de independencia económica	23,6%	26,5%
Independencia personal	27,8%	24,7%
Conseguir patrimonio personal	14,7%	24,2%
Crear algo propio	27,5%	23,7%
Dirigir a un grupo	18,1%	20,0%
Practicar las propias ideas	23,4%	19,8%
Conseguir una retribución justa	13,0%	10,7%
Imposibilidad de encontrar trabajo	24,5%	8,2%

dencia económica (que puede considerarse sin duda además de como un motivo de carácter económico, como una faceta de la independencia personal) en su consideración de motivo "muy importante" alcanza un porcentaje significativamente mayor que otras formulaciones más prosaicas como "afán de ganar más" o "conseguir un patrimonio personal", lo cual a nuestro juicio refuerza la consideración a un segundo nivel de los motivos de carácter económico, quedando en un claro primer plano los relacionados con el afán de independencia personal.

Cabe resaltar la poca entidad que de acuerdo con nuestra investigación tienen algunos de los motivos que en otros estudios han sido considerados de carácter fundamental. Así, aspectos de carácter negativo como pueden ser "insatisfacción en ocupación anterior", "conseguir una retribución justa", "no tener el trabajo adecuado" ... que en la investigación de COLLINS y MOORE son centrales como motores de la creación de empresas, en la nuestra alcanzan niveles muy bajos. Ello puede ser debido a que ésta es una investigación de intenciones, mientras que aquella lo es de realidades.

En el mismo sentido también es de destacar el escaso valor atribuido a motivos como "tradición

CUADRO 8

Frenos o reparos muy importantes	Estudiantes		Directivos	
	Muy importante	N.º orden	Muy importante	N.º orden
1. Falta de capital inicial	65,7%	1	49,7%	1
2. Evolución de la situación política	16,7%	4	36,9%	2
3. Problemas con el personal	11,6%	5	27,9%	3
4. Riesgo demasiado elevado	31,3%	2	24,1%	4
5. Cargas fiscales	6,1%	8	15,6%	5
6. Imagen negativa del empresario	4,6%	9	10,8%	6
7. Falta de un sueldo mínimo asegurado	6,4%	7	7,2%	7
8. Buenas perspectivas de hacer carrera en un empleo a sueldo	5,3%	10	6,8%	8
9. Tener que trabajar demasiadas horas	4,3%	11	4,7%	9
10. Retiro y jubilación insatisfactorios	1,5%	14	3,3%	10
11. Ingresos irregulares	2,1%	13	3,1%	11
12. Falta de conocimientos y experiencia	24,7%	3	2,6%	12
13. Dudar de la propia capacidad de empresario	8,1%	6	2,3%	13
14. Temor a fracasar	2,8%	12	0,8%	14

familiar”, “para invertir un patrimonio” o el prestigio de la función empresarial.

El análisis pormenorizado que se obtiene al cruzar las variables tipológicas con los motivos sobre pasaría los límites de este artículo por lo que lo reservamos para ulterior ocasión. Únicamente que-remos decir al respecto que en general dichas variables no alteran en ninguna de las submuestras la ordenación de motivos comentada.

Frenos o reparos a la creación de una empresa propia

En este aspecto, las diferencias de resultados entre las dos muestras (estudiantes y directivos) son más acusadas que en lo que a los motivos se refiere. No obstante, tal como puede apreciarse en el Cuadro 8 los puntos de coincidencia son aún sustanciales en la calificación de determinados frenos o reparos como muy importantes.

Al igual que en el caso anterior, los porcentajes se han obtenido sobre el total de encuestados que contestaron a esta cuestión (1.220 y 1.436 respectivamente). La suma de porcentajes es asimismo mayor de 100 porque no se limitaba el número de respuestas a dar.

En ambas muestras la falta de capital inicial es el principal freno a la creación de una empresa propia. El porcentaje de estudiantes que lo señalan como “muy importante” es significativamente superior al de directivos, sin duda debido por una parte a una menor disponibilidad del mismo y por otra a no conocer con exactitud los procedimientos para obtenerlo de las correspondientes entidades financieras.

Para los directivos se sitúan en un segundo lugar

los frenos derivados de la existencia de problemas externos que afectan o pueden afectar en su opinión la buena marcha de la empresa. Nos referimos a “evolución de la situación política”, “problemas con el personal” y “cargas fiscales”. Los estudiantes sitúan estos problemas en un cuarto lugar pues consideran de mayor entidad el hecho de asumir un riesgo demasiado elevado y la falta de conocimientos y experiencia o el dudar de la propia capacidad de empresario. Es interesante destacar que mientras éstos dos últimos no son realmente frenos para los directivos si lo son, e importantes, ocupando un tercer lugar, para los estudiantes. Por su parte, la formulación “riesgo demasiado elevado” sintetiza de hecho una actitud negativa hacia la creación de empresas derivada del conjunto de causas internas y externas. Podríamos decir que se trata de un freno inespecífico que ocupa un segundo lugar en los estudiantes, con menos experiencia para concretar más, y un tercer lugar en los directivos. Nos inclinamos por esta interpretación de considerar esta formulación una síntesis inespecífica que refleja de hecho una actitud negativa hacia la creación de empresas por las siguientes razones:

- La ponderación dada a este freno es significativamente mayor en los que contestan NO a las preguntas sobre deseabilidad de la creación de una empresa propia.
- No es congruente el escaso valor atribuido al freno “temor a fracasar” con la entidad de éste.

Los demás frenos tienen ya escasa entidad en las dos muestras.

Merece comentario y resulta curioso el hecho de que los directivos atribuyan mayor entidad como freno a la creación de empresas la imagen negativa

del empresario en la sociedad que los estudiantes.

Es de destacar que los riesgos económicos y las incomodidades no constituyen de hecho un freno de entidad para ninguna de las muestras. Finalmente quisiéramos indicar también que, a nuestro juicio, uno de los principales frenos a la creación de una empresa propia, en esta encuesta de opinión resulta escasamente valorado como tal. Nos estamos refiriendo a las buenas perspectivas de hacer carrera trabajando a sueldo. A nuestro juicio los titulados o directivos con buenos sueldos tienen menores probabilidades de crear una empresa propia que quienes no tienen unos costes de oportunidad tan elevados al hacerlo.

Veamos a continuación en el Cuadro 9 los porcentajes que corresponden a la calificación de estos frenos como "importantes" al igual que hicimos en el caso de los motivos.

El análisis de este Cuadro 9 no hace más que confirmar las conclusiones anteriormente expuestas basadas en el análisis de la consideración de estos frenos como "muy importantes".

Al igual que en el caso de los motivos dejamos

CUADRO 9

Frenos o reparos importantes	Estudiantes	Directivos
1. Falta de capital inicial	28,8%	29,6%
2. Riesgo demasiado elevado	31,4%	27,9%
3. Evolución situación política	17,5%	30,7%
4. Problemas con el personal	16,7%	24,1%
5. Cargas fiscales	10,1%	17,9%
6. Falta de conocimientos	30,6%	4,0%
7. Dudar propia capacidad	17,1%	4,8%
8. Imagen negativa del empresario	8,6%	10,7%
9. Falta sueldo mínimo	14,0%	12,9%
10. Buenas perspectivas en carrera a sueldo	10,4%	13,4%
11. Demasiadas horas	9,3%	0,0%
12. Retiro insatisfactorio	2,7%	5,8%
13. Ingresos irregulares	7,7%	9,7%
14. Temor a fracasar	8,0%	4,1%

para ulterior ocasión el análisis pormenorizado de los cruces efectuados de la variable "frenos" con las tipológicas. Quiero, no obstante indicar que tampoco aquí se aprecian diferencias de ordenación significativas entre las submuestras que pueden constituirse a partir de dichas variables tipológicas.