

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
DEPARTAMENT D'ECONOMIA DE L'EMPRESA

FACTORES CONDICIONANTES DE LA CREACIÓ DE EMPRESAS EN
PUERTO RICO: UN ENFOQUE INSTITUCIONAL

TESIS DOCTORAL

PRESENTADA POR: MARINÉS APONTE
DIRIGIDA POR: DR. JOSÉ M^a. VECIANA

A Coqui, Inés María y Jorge Juan

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas que contribuyeron a que esta investigación pudiera realizarse exitosamente. A todos ellos deseo expresarles mi más sincero agradecimiento.

Agradezco en primer término al director de la tesis, Dr. José María Veciana por su disponibilidad para responder a las múltiples interrogantes que surgieron durante el proceso y por sus palabras de apoyo al recordarme siempre que la investigación doctoral es *un proceso de aprendizaje*. Doy gracias también al compañero doctorando David Urbano quien ha servido de enlace en los trámites y gestiones con la Universidad Autónoma de Barcelona.

Agradezco los recursos aportados a esta investigación por la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras, la Iniciativa de Desarrollo Empresarial y el Departamento de Finanzas, en las fases de las encuestas a los estudiantes y a la población, así como en la fase de impresión del documento final.

Extiendo mi agradecimiento al señor Ricardo Torregrosa, Programador de la Oficina de Sistemas de Información de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras por estar siempre disponible para asesorar a esta investigadora en la fase técnica del análisis estadístico de los datos. De vital importancia fue también el apoyo recibido del personal de las bibliotecas de la Facultad y del Recinto, en particular del señor Manuel Martínez

coordinador de la división de Préstamos Interbibliotecarios Internacionales. Todos fueron de gran ayuda en las gestiones para localizar y adquirir material bibliográfico, particularmente cuando el mismo se ubicaba en otras unidades.

Agradezco profundamente el tiempo que me dedicaron varios compañeros profesores en una serie de consultas realizadas: Wilfredo Camacho en el área estadísticas, Jaime Boffils en el área macroeconómica y Edgardo Rodríguez en el área de creación de empresas. Merece mención especial la Dra. Zoraida Fajardo quien dedicó largas horas a la edición de la tesis. Por último deseo agradecer de forma especial la colaboración del Dr. Juan B. Aponte por el tiempo invertido en la lectura del borrador final.

Finalizo agradeciendo a mi esposo e hijos, Coqui, Inés María y Jorge Juan por atravesar conmigo este arduo proceso proveyendo siempre un apoyo incondicional. Ciertamente sin la colaboración de todas estas personas este producto final no hubiese sido posible.

INDICE

AGRADECIMIENTOS	ii
Capítulo	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Objetivos de la Investigación	5
1.3 Estructura de la Tesis	7
2. MARCO TEORICO: TEORIA ECONOMICA INSTITUCIONAL	8
2.1 Evolución de la Teoría Económica Institucional	8
2.1.1 Institucionalismo de la Primera Generación	9
2.1.2 Neoinstitucionalismo	10
2.1.3 Nuevo Institucionalismo.....	11
2.2 Conceptos Fundamentales de la Teoría Económica Institucional	13
2.2.1 Crítica al Análisis Económico Tradicional	13
2.2.2 Enfoque Cultural	15
2.2.3 Principio de Causalidad Acumulativa	18
2.3 Críticas a la Teoría Económica Institucional	20
3. REVISIÓN DE LITERATURA	23
3.1 Trabajos de Análisis de Teoría Económica Institucional	23
3.1.1 Economías Occidentales	26
3.1.2 Economías en Transición	28
3.1.3 Economías Africanas	30
3.1.4 Economías Asiáticas	32
3.1.5 Análisis Histórico-Cultural del Empresario Puertorriqueño	33
3.2 Literatura sobre Creación de Empresas	35

3.2.1	Enfoque Institucional	35
3.2.2	Factores Condicionantes Formales del Entorno	37
3.2.3	Factores Condicionantes Informales del Entorno	44
3.2.3.1	Modelo de Krueger y Brazeal	48
3.2.3.1.1	Percepción de Deseabilidad de Crear una Empresa Nueva ...	49
3.2.3.1.2	Percepción de Viabilidad de Crear una Empresa Nueva	51
4.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	54
4.1	Estudio Macroeconómico de la Estructura de los Establecimientos Comerciales y la Creación de Empresas en Puerto Rico	55
4.2	Estudio de los Factores Condicionantes Formales	57
4.3	Estudio de los Factores Condicionantes Informales	59
5.	MARCO MACROECONÓMICO DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN PUERTO RICO.....	63
5.1	Estructura de los Establecimientos Comerciales en Puerto Rico: Serie Histórica	64
5.1.1	Distribución por Tamaño Según el Número de Empleados	64
5.1.2	Empleos por Categoría de Tamaño	67
5.2	Nivel de Actividad en la Creación de Empresas: Serie Histórica ..	78
5.3	Nivel de Actividad en la Creación de Empresas e Indicadores Macroeconómicos	83
5.3.1	Producto Interno Bruto y Producto Nacional Bruto	84
5.3.2	Ahorro Nacional e Inversión Interna	88
5.3.3	Deuda del Consumidor y Transferencias Federales	90
5.3.4	Emigración	94
6.	FACTORES CONDICIONANTES FORMALES DEL ENTORNO ..	100
6.1	Legislación	100
6.1.1	Breve Trasfondo Histórico de las Leyes de Incentivos Contributivos de Puerto Rico	100
6.1.1.1	Ley de Incentivos Contributivos de 1998	103
6.1.1.2	Otras Leyes de Incentivos Contributivos Vigentes	110

6.1.2	Leyes que Regulan la Operación de los Negocios en Puerto Rico	112
6.2	Instituciones de Apoyo a la Creación de Empresas	116
6.2.1	Instituciones Federales	117
6.2.2	Instituciones Estatales	121
6.2.3	Instituciones Municipales	124
6.2.4	Instituciones Privadas	125
6.3	Conocimiento y Valoración de las Instituciones y Servicios de Apoyo a la Creación de Empresas por parte del Empresario Puertorriqueño	130
7.	FACTORES CONDICIONANTES INFORMALES DEL ENTORNO	147
7.1	Determinación y Características de las Muestras	150
7.2	Resultados y Discusión	152
7.2.1	Percepción de la Sociedad Puertorriqueña en cuanto a la Deseabilidad de Crear una Empresa	152
7.2.2	Percepción de la Sociedad Puertorriqueña en cuanto a la Viabilidad de Crear una Empresa	159
7.2.3	Intencionalidad de Crear una Empresa en la Sociedad Puertorriqueña..	167
7.2.4	Factores del Entorno que Favorecen y Dificultan la Creación de Nuevas Empresas en la Actualidad	179
7.2.5	Motivos y Reparos Personales ante la Creación de una Empresa Propia.	187
7.2.6	Imagen del Empresario en la Sociedad	195
8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	203
8.1	Conclusiones	203
8.2	Recomendaciones	206

Anexos

1.	CUESTIONARIO UTILIZADO PARA LA ENCUESTA A EMPRESARIOS	208
2.	CUESTIONARIO UTILIZADO PARA LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN	223
3.	CUESTIONARIO UTILIZADO PARA LA ENCUESTA	

A LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	231
4. ATRIBUTOS RELATIVOS A LA IMAGEN DEL EMPRESARIO ...	237
BIBLIOGRAFIA	239

CAPITULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. 1 Planteamiento del Problema

La economía de Puerto Rico atraviesa actualmente por un período crítico debido a que la base estructural del modelo económico vigente desde la década del cuarenta está amenazada por factores exógenos.

Durante la mencionada década se empezó a esbozar, bajo el nombre de *Operación Manos a la Obra*, el modelo de desarrollo económico que, con algunas modificaciones, ha servido a Puerto Rico desde entonces: la importación de capital de los Estados Unidos atraído por exenciones contributivas federales¹ y locales² que junto a otros incentivos tienen el fin de atraer empresas para producir principalmente para la exportación. El modelo, conocido también como importación de capital y promoción de exportaciones, ha evolucionado como se observa en el cuadro 1, pero hasta hoy su base se ha mantenido primordialmente en el área fiscal y favorece fundamentalmente a empresas del exterior.

¹ El término federal se refiere al gobierno de los Estados Unidos de América

² El término local se refiere al gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico

Cuadro 1.1
Fases del Modelo de Desarrollo Económico de Puerto Rico

	1948-1967 Manufactura Liviana	1968-1975 Manufactura Pesada	1976-1997 Manufactura de Alta Tecnología	Futuro Economía Multisectorial
Productos	<ul style="list-style-type: none"> • Textiles • Ropa 	<ul style="list-style-type: none"> • Petroquímica 	<ul style="list-style-type: none"> • Farmacéutica • Electrónica • Instrumentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Manufactura • Servicios • Comercio • Turismo • Agricultura
Incentivo ofrecido por el Gobierno de Puerto Rico	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos contributivos locales y federales • Acceso libre al mercado estadounidense • Salarios más bajos 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos contributivos locales y federales • Acceso libre al mercado estadounidense • Salarios más bajos 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos contributivos locales y federales • Acceso libre al mercado estadounidense • Mano de obra diestra y educada 	<ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra diestra y educada • Infraestructura desarrollada • Facilidades I&D • Entorno empresarial atractivo • Incentivos contributivos locales

Fuente: Caribbean Business
10 de julio de 1997

Una vez implantada la política de incentivos para atraer capital extranjero, comenzaron a establecerse las empresas estadounidenses en la Isla y se inició el desarrollo de un entorno institucional dirigido a complementar y a apoyar dicho modelo: agencias gubernamentales, instituciones educativas y organizaciones privadas. Del mismo modo, surgieron nuevas creencias, actitudes y percepciones de la sociedad puertorriqueña en torno a la realidad económica.

El modelo de desarrollo económico de Puerto Rico, articulado sobre un montaje de incentivos contributivos para atraer capital extranjero a la Isla junto al entorno institucional surgido con el cual ha interactuado por más de cinco décadas ocasionaron que la inversión

externa en Puerto Rico no haya sido un complemento de la propiedad y del control autónomo, sino que ha sido la base del modelo desarrollo económico adoptado. Asimismo la creación de empresas por parte de empresarios extranjeros dueños del capital ha sido significativa. De esta manera, se han obstaculizado el desarrollo económico auto sostenido y el desarrollo de un sector empresarial puertorriqueño sólido. A pesar de que se cuenta hoy con un sector empresarial nativo, éste ha surgido de forma espontánea y no a consecuencia de un modelo económico que lo coloque como pilar de nuestro desarrollo económico.

El modelo económico vigente, a pesar de haber funcionado por más de cinco décadas y haber contribuido a un crecimiento económico considerable, está amenazado actualmente por tres factores exógenos fundamentales: 1) la eventual desaparición de la sección 936³, 2) la creación de tratados de libre comercio que han extendido a otros mercados las condiciones de libre comercio con el mercado estadounidense que antes disfrutaba exclusivamente Puerto Rico, 3) los cambios en los programas de beneficencia social de parte del Congreso de los Estados Unidos.

En el año 1993 el Congreso de los Estados Unidos modificó los beneficios que obtienen las empresas estadounidenses en Puerto Rico bajo la Sección 936 a un crédito por salarios o ingresos. Posteriormente, en el año 1996, el Congreso determinó que dicha Sección habrá de

³ La Sección 936 del Código de Rentas Internas Federal exime del pago de contribuciones sobre ingresos las ganancias obtenidas en Puerto Rico por subsidiarias de sociedades anónimas (corporaciones) estadounidenses que operan en Puerto Rico, y les permite repatriar dichas ganancias a la corporación matriz en los Estados Unidos libres del pago de la contribución federal sobre ingresos de sociedades anónimas. Esta sección se creó en el año 1976. Recibían, además, exenciones contributivas bajo la Ley de Incentivos Contributivos de

eliminarse completamente en un período de diez años. Además de los cambios en la Sección 936, recientemente los beneficios de beneficencia social se han estado modificando para que los beneficiarios de estos programas consigan un empleo.

Como indicador del impacto que estos factores ocasionan en la economía nacional, basta con señalar que entre enero y finales de marzo de 2001, el empleo en el sector de la manufactura se ha reducido por un total de 6,903 puestos de trabajo (Rodríguez, S., 2001). Si a esto se une la actual recesión en los Estados Unidos y los serios problemas fiscales que experimenta Puerto Rico, es evidente que se vive un momento histórico único que impone la necesidad de explorar nuevos cursos de acción. Varios sectores del País, incluyendo al sector gubernamental, han planteado la creación de empresas puertorriqueñas y el desarrollo del talento empresarial como factor esencial para propiciar la creación de un nuevo modelo de desarrollo económico (Consejo de Productividad Económica, 1994).

Considerar la creación de empresas nacionales como uno de los pilares de un nuevo modelo de desarrollo económico, implica tener en cuenta el entorno institucional imperante y como éste afecta el proceso de creación de empresas. Entre los factores del entorno que ejercen influencia sobre la creación de empresas en un país o región se incluyen aspectos de política pública, servicios de apoyo al empresario y factores socio-culturales. Según se ha reconocido en la literatura sobre el tema, los factores del entorno condicionan la actividad empresarial de una región. Al afectar tanto la habilidad, y la predisposición de las personas

Puerto Rico. Con el fin de inducirlos a retener sus ganancias en Puerto Rico, el Gobierno les imponía un

como su capacidad para llevar a cabo la creación de empresas, dichos factores ejercen influencia sobre la creación de empresas en una comunidad, bien sea obstaculizando o viabilizando el proceso.

La Teoría Económica Institucional provee actualmente el marco conceptual más apropiado para el estudio de la influencia que ejercen los factores del entorno en la creación de empresas (Veciana 1999: 25). Este enfoque teórico permite analizar el tema de forma integrada, incluyendo tanto la influencia de los factores formales como la de los informales sobre el proceso de creación de empresas en un país o región.

1.2 Objetivos de la Investigación

En esta investigación se aplica el análisis institucional, incluyendo tanto los factores condicionantes formales como los informales, al estudio de la creación de empresas en Puerto Rico. La investigación tiene como objetivo analizar la estructura de los establecimientos comerciales en Puerto Rico así como la tendencia del nivel de actividad en la creación de empresas en las últimas dos décadas y la relación de dicha tendencia con la de varios indicadores macro económicos seleccionados. Además, nos proponemos determinar:

- 1) cuál es el entorno institucional formal relacionado con la creación de empresas en Puerto Rico, incluyendo la legislación vigente y las organizaciones de apoyo, públicas y privadas;

impuesto por repatriación.

- 2) qué conocen los empresarios fundadores de empresas nuevas sobre las organizaciones de apoyo a la creación de empresas y si utilizan los servicios de las mismas;
- 3) cómo valoran los empresarios que han utilizado el entorno institucional formal de apoyo a la creación de empresas, los servicios recibidos;
- 4) cuál es la percepción de la sociedad puertorriqueña en cuanto a la deseabilidad de crear una nueva empresa;
- 5) cuál es la percepción de la sociedad puertorriqueña sobre la viabilidad de crear una nueva empresa;
- 6) cuáles son los factores que influyen positiva y negativamente en la percepción que tiene la sociedad puertorriqueña en torno a la viabilidad de crear una nueva empresa;
- 7) cuáles son los factores que motivan a la sociedad puertorriqueña para crear empresas y los que la inhiben del proceso;
- 8) cuál es la intencionalidad de la sociedad puertorriqueña en torno a la creación de empresas;
- 9) qué relación existe entre las variables demográficas - sexo, edad, nivel de escolaridad y familiares empresarios - y la percepción de deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear una empresa propia en Puerto Rico.

Desde la perspectiva de la situación económica que atraviesa Puerto Rico, este análisis resulta de particular importancia por la relevancia para el futuro económico de nuestro País así como por su utilidad potencial en la formulación de política pública.

Según se demuestra en el próximo capítulo, los trabajos que aplican el análisis institucional al tema de creación de empresas son escasos y presentan análisis fragmentados. En este sentido, este estudio provee una aportación significativa a la literatura empírica que estudia la influencia del entorno sobre la creación de empresas de un país.

1.3 Estructura de la Tesis

El estudio de la creación de empresas en Puerto Rico fue estructurado en tres áreas o niveles de análisis principales: 1) el marco macroeconómico de la estructura de los establecimientos comerciales y la creación de empresas, 2) el estudio de los factores condicionantes *formales*, y 3) el estudio de los factores condicionantes *informales*.

En el próximo capítulo se presenta el marco teórico seleccionado para esta investigación, seguido de la revisión de literatura en el Capítulo 3. En el Capítulo 4 se expone la metodología utilizada. El marco macroeconómico de la estructura de los establecimientos comerciales y el nivel de actividad en la creación de empresas es analizado en el Capítulo 5. En el Capítulo 6 se discuten los factores condicionantes formales. El análisis del entorno institucional informal se presenta en el Capítulo 7. El Capítulo 8 finaliza con las conclusiones y recomendaciones que surgen de esta investigación.

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO: TEORÍA ECONÓMICA INSTITUCIONAL⁴

2.1 Evolución de la Teoría Económica Institucional

La **Teoría Económica Institucional** ha sido seleccionada como marco teórico para esta investigación debido a que integra conceptualmente una diversidad de factores que constituyen en su interacción la unidad de análisis y el enfoque deseado en este estudio.

Actualmente se distinguen tres vertientes dentro de la escuela de pensamiento de la economía institucional: los institucionalistas de la primera generación, los neo-institucionalistas y los nuevos institucionalistas (Grunchy, 1987; Klein, 1989). A continuación se presentan brevemente los planteamientos básicos de los autores principales de cada vertiente. Luego se elaboran los conceptos fundamentales de esta escuela de pensamiento, los cuales se relacionan con la primera generación, con los neo-institucionalistas, y parcialmente con el nuevo institucionalismo. Todos los aspectos, sin embargo, son aplicables a esta investigación. El capítulo concluye con las críticas más importantes que se hacen a esta escuela de pensamiento.

2.1.1 Institucionalismo de la Primera Generación

⁴Los economistas institucionales estadounidenses han sustituido el término “economía institucional” por el de “economía evolutiva” con el propósito de enfatizar que este enfoque considera el carácter dinámico de los

El pensamiento económico institucional comienza a desarrollarse en los Estados Unidos a finales del siglo pasado por su fundador: Thorstein Veblen. La vertiente original incluye, además de Veblen, a los institucionalistas de la próxima generación: John R. Commons, John M. Clark y Wesley Mitchell. El pensamiento económico institucional recibió, desde sus orígenes, una fuerte influencia de la antropología cultural así como del instrumentalismo de John Dewey. Su fundador interpretaba el sistema económico como un subsistema del proceso sociocultural en el cual éste se encuentra insertado. De ese modo, estableció las bases para la visión cultural de la economía, aunque no desarrolló una teoría formal al respecto.

Considerar el sistema económico como producto cultural implica adoptar una perspectiva de evolución, a diferencia del análisis estático de los economistas neoclásicos. Veblen recalcó la importancia de la ciencia y la tecnología entre los factores principales que ocasionan la evolución continua del sistema económico. No obstante, la influencia del instrumentalismo de Dewey no fue compartida por Veblen, lo que constituyó el aspecto principal que le separó de los institucionalistas de la próxima generación. Veblen asumía una visión pesimista no reformista sobre el curso de la evolución económica. Según él, el hombre no puede alterar el futuro del proceso económico. No obstante, en ocasiones planteó que el futuro era cuestión de cambiar el capitalismo por algún tipo de socialismo, lo que constituye cierta ambivalencia en sus planteamientos (Grunchy, 1987).

procesos y sistemas económicos, incluyendo problemas de desarrollo económico y subdesarrollo (Kapp,

Commons (1934), Clark (1919), y Mitchell (1959), primera generación de institucionalistas después de Veblen, adoptaron el enfoque cultural de la economía que Veblen había importado de la antropología cultural. No obstante, esta generación no aportó mucho al desarrollo de una teoría formal en esa dirección. En efecto, tanto Clark como Mitchell estuvieron más preocupados por el aspecto psicológico del comportamiento humano que por el aspecto cultural. Además, esta generación, siguiendo las pautas del instrumentalismo de John Dewey, adoptó un enfoque reformista en torno a la evolución económica. Plantearon también que el sistema económico puede transformarse con la ayuda de lo que llamaron la *inteligencia comunal* utilizada democráticamente (Grunchy, 1987).

2.1.2 Neoinstitucionalismo

Los neoinstitucionalistas son, según la clasificación de Grunchy, la generación actual. En esta vertiente se distinguen entre otros: Clarence Ayres (1944), Gunnar Myrdal (1959) y John K. Galbraith (1967).

Ayres estableció los fundamentos para una teoría de cultura. En efecto, sustituyó el término *homo culturalis* por el de *homo institutionalis*. Al igual que los de la generación anterior, estos autores están orientados hacia la política, adoptando la filosofía instrumental de Dewey. Definen la economía como el estudio del patrón de relaciones humanas que trata el

1967: 92).

manejo de los recursos escasos para el abastecimiento de las necesidades individuales y colectivas.

Esta vertiente presenta la economía como una ciencia de valores. No obstante, esto no debe interpretarse en términos normativos. La economía como ciencia social no trata la eficiencia en sí misma, sino la eficiencia en relación con las necesidades de los individuos y grupos que operan en el sistema económico. Dichas necesidades económicas pueden ser documentadas y analizadas con respecto a sus orígenes y a las influencias que las han moldeado.

2.1.3 Nuevo Institucionalismo

Entre los nuevos institucionalistas se distinguen Oliver Williamson y Douglass North. Esta vertiente presenta diferencias significativas respecto a las dos anteriormente expuestas.

Según varios estudiosos (Dugger, 1990; Klein, 1989; Grunchy, 1987; Kapp, 1967) el nuevo institucionalismo no es institucional en la medida en que no comparte las características fundamentales del institucionalismo. En el caso de la **Teoría de los Costes de Transacción**, de Williamson, aunque éste acredita directamente a John Commons (Williamson, 1981: 549) el concepto de la transacción como unidad de análisis, su teoría se aparta del institucionalismo original en áreas importantes. Una de las diferencias principales es que Williamson habla de optimización en lugar de un enfoque procesal. Mientras el institucionalismo explica el concepto de cambio continuo, el nuevo institucionalismo explica

la estructura del estado óptimo (Dugger, 1990:424). El marco teórico de Williamson no es dinámico, sino estático; no es histórico, sino hipotético. A pesar de que adopta la *racionalidad limitada* no llega a la *racionalidad cultural*.

Por otro lado, a diferencia del institucionalismo, Douglass North presenta en sus escritos fuertes puntos tangenciales con la teoría económica neoclásica, incluyendo un modelo neoclásico de análisis de costo-beneficio, aunque el mismo está limitado por la estructura institucional. Según varios autores, aunque posteriormente North rompe con la teoría neoclásica, no llega a una teoría alternativa. De hecho, North se mantiene alejado del institucionalismo ya que está de acuerdo con el modelo neoclásico de que la teoría de precios es importante, y utiliza los cambios de precio y las respuestas de los empresarios a dichos cambios como causas para explicar los cambios institucionales (North, 1990: 86). En la teoría institucional, por el contrario, los cambios de precios relativos son el resultado del cambio institucional y no la causa de los mismos. Según Rutherford (1995), se debe concluir que North intenta tender un puente entre la visión neoclásica del hombre racional y la perspectiva institucional del hombre como producto cultural. North explica las actividades de los individuos y las empresas predominantemente en términos de cómo se maximizan los intereses propios. Por otro lado, coincide con la teoría institucional en la importancia que le confiere a la historia y las instituciones. Expone que, para un entendimiento más profundo del proceso de cambio institucional y su influencia en el desempeño económico, hay que entender la cultura e historia de la región (North, 1990: 35). Debido a las posturas asumidas por los nuevos institucionalistas, esta vertiente ha sido llamada institucionalismo *neoclásico*,

mientras que al institucionalismo original se le ha denominado institucionalismo *crítico* (Vira, B., 1997: 761).

2.2 Conceptos Fundamentales de la Teoría Económica Institucional

A pesar de las diferencias existentes entre los autores institucionalistas de las distintas generaciones, se han identificado varios conceptos fundamentales de la **teoría económica institucional** que han sido utilizados tanto por la primera generación como por los neo-institucionalistas y parcialmente por los nuevos institucionalistas. Dichos conceptos, todos los cuales se utilizan en esta investigación, son los siguientes: 1) crítica al análisis económico tradicional; 2) enfoque cultural; y 3) **Principio de Causalidad Circular Acumulativa**

2.2.1 Crítica al Análisis Económico Tradicional

La **Teoría Económica Institucional** representa un cambio de paradigma ante el concepto de equilibrio de la economía neoclásica a favor del concepto dinámico de proceso y evolución. Su concepción del mundo social es el de una entidad dinámica y en evolución, a diferencia de la visión neoclásica que lo percibe estático y en equilibrio. Bajo el enfoque evolutivo institucionalista el cambio se produce a través de periodos históricos (Dugger, 1990: 426). De hecho, los institucionalistas siguen un enfoque *cultural*. Desde esta perspectiva, consideran que el sistema económico de un país, a pesar de que tiene muchos elementos en común con otros sistemas económicos, es un producto histórico - cultural único y en evolución.

La **Teoría Económica Institucional** considera como función principal del sistema económico proveer un flujo de bienes y servicios para satisfacer las necesidades personales y colectivas de los miembros de la sociedad. La economía es considerada como un sistema abierto en interacción continua y dinámica con un sistema social y político más amplio.

Los economistas institucionales siempre se han trazado como meta una representación integral de los procesos económicos, haciendo explícita la relación e interacción recíproca entre las partes y el todo. Creen además que los procesos económicos reciben influencias importantes de los sistemas sociales y políticos, a la vez que influyen sobre los mismos. Consideran problemática e inaceptable la distinción entre factores económicos y no económicos, y rechazan la distinción entre procesos económicos y sociales. Por el contrario, analizan los procesos económicos desde la perspectiva de su inserción en un complejo entorno social con el cual interactúan continuamente. Rechazan, por lo tanto, la visión mecánica de los procesos económicos, a modo de sistemas cerrados aislados de su entorno y cuestionan la búsqueda de los niveles de equilibrio de la economía neoclásica.

Por otro lado, mientras que la teoría neoclásica utiliza la conducta humana racional como criterio, los institucionalistas plantean que la economía trata con una gama mucho más amplia de problemas: las interdependencias de un gran número de variables en un proceso dinámico de relaciones humanas y socioculturales que resultan de modos cambiantes de producción, distribución y reproducción social. Por lo tanto, según ellos, ninguna forma

particular de conducta sirve como criterio para el análisis económico sino, que se requiere, en consecuencia, tener en cuenta una combinación particular de

problemas dinámicos interconectados que surgen de la satisfacción de las necesidades individuales y los objetivos públicos. A estos efectos, el concepto de hombre cultural *homo culturalis* sustituyó al hombre económico *homo economicus* de la teoría neoclásica.

2.2.2 Enfoque Cultural

La **Teoría Económica Institucional** concibe el proceso económico como un sistema abierto que forma parte e interactúa con una amplia red sociocultural que está continuamente en evolución. En el mismo el hombre es el protagonista cuya conducta, aunque refleja cierta racionalidad, está condicionada por su entorno institucional. El pensamiento institucionalista en sus diferentes vertientes utiliza un amplio concepto de *institución* que incluye tanto estructuras *objetivas* como aspectos *subjetivos* (Hodgson, 1998: 179). El mismo postula que las instituciones establecen la estructura en la cual se desarrolla la interacción humana y ejercen influencia sobre la toma de decisiones de las personas, limitando o guiando las alternativas seleccionadas. Por otro lado, los *cambios* institucionales moldean la evolución de las sociedades.

Las instituciones incluyen no sólo leyes, reglamentos y contratos, sino también aquellos aspectos socialmente transmitidos que llamamos cultura. Ésta, según vista por los institucionalistas, es un conjunto complejo de ideas, actitudes, creencias y valores que se

transmiten de una generación a otra y ejercen influencia sobre la conducta. Para efectos de esta investigación, se adopta la clasificación que hace Douglass North de los factores institucionales condicionantes. North distingue entre los factores condicionantes formales y los informales. El autor también elabora la diferencia entre las instituciones y las organizaciones. Consideremos ambos conceptos:

- **factores condicionantes formales** - los factores condicionantes formales incluyen normas políticas, legales, económicas y contratos (North, 1990: 47); esto es la constitución nacional, las leyes, los reglamentos y los contratos privados. Incluyen además el concepto de *organizaciones*, definidas como grupos de individuos unidos por un propósito común, tales como entidades políticas, económicas, sociales y educativas. Algunas de estas son: partidos políticos, Cámara y Senado, agencias reguladoras, empresas, uniones de obreros, cooperativas, iglesias, clubes, escuelas, universidades y centros de educación vocacional. Tanto las organizaciones que se crean como la evolución de las mismas son influenciadas por las instituciones formales. A su vez, las organizaciones, en su desempeño, generan cambios en las normas o instituciones formales (North, 1990: 5).
- **factores condicionantes informales** - los factores condicionantes informales incluyen códigos y normas de conducta, convenciones sociales, valores, ideas, actitudes y percepciones - *la cultura* - de las personas miembros de una

sociedad. Éstos guían nuestra interacción cotidiana con otras personas (North, 1990: 36).

Las instituciones formales e informales se complementan para definir el conjunto de elecciones realizadas y resultados obtenidos en una sociedad en particular. Analizar únicamente el entorno formal daría una noción insuficiente e inadecuada de la relación existente entre las normas formales y el desempeño observado (North, 1990: 53). Hay evidencia de que las mismas normas formales impuestas sobre sociedades distintas producen resultados diferentes (North, 1990: 36).

Las instituciones formales pueden cambiar súbitamente como resultado de decisiones políticas o jurídicas. No obstante, North reconoce que las instituciones informales no cambiarán inmediatamente en respuesta a cambios en las normas formales. Por el contrario, se creará una tensión entre las normas formales alteradas y las persistentes instituciones informales. Dicha tensión producirá resultados con importantes implicaciones en los cambios económicos (North, 1990: 45).

Hoy en día es ampliamente reconocido, según se infiere de la revisión de literatura expuesta en el Capítulo 3, que las instituciones informales – las actitudes, valores y creencias culturales- pueden alentar o desalentar a los individuos en la actividad empresarial. No obstante, no debe considerarse la cultura como una limitación fija que pesa sobre ciertos pueblos y que es opresiva e inalterable. Por el contrario, se debe conceptualizar en calidad

de manifestación de una compleja y dinámica interacción histórica con todas las formas de acción, pensamiento y percepciones humanas. Por consiguiente, es importante prestar atención a los hechos históricos e instituciones formales que han interactuado con las manifestaciones culturales cuando se estudia la situación económica particular de una región. No se concibe, pues, el entorno cultural como causa inalterable del sistema económico que se estudia, sino como contingente histórico y dinámico que explica de forma interactiva los procesos económicos. Las actitudes ante la actividad empresarial se pueden adaptar, en algunos casos rápidamente, a las circunstancias políticas y económicas y a su vez pueden ejercer influencia sobre dichas circunstancias en una interacción dinámica (Billing, 1994: 661-668).

2.2.3 Principio de Causalidad Acumulativa

Según algunos estudiosos (Kapp, 1967), el **Principio de Causalidad Acumulativa** desarrollado por Gunnar Myrdal, representa el centro de la teoría económica institucional para la explicación de procesos económicos dinámicos.

El **Principio de Causalidad Acumulativa** postula respuestas mutuas entre factores que influyen en la dinámica de un sistema (Myrdal, 1959: 31; Kapp, 1967: 79). Los distintos factores tienen la capacidad de reaccionar sobre cambios de uno o varios elementos. Es esa interacción circular y acumulativa la que da forma a la dinámica del sistema que el análisis institucional busca explicar. Los factores activos en la interdependencia circular pueden ser tanto objetivos como subjetivos. A tono con lo expuesto en la sección anterior, a los

primeros los llamaremos factores formales y a los segundos, factores informales. Sin embargo, este **Principio de Causalidad Acumulativa** no atribuye importancia primaria o exclusiva a alguno de los tipos de factores, aunque no elimina la posibilidad de que alguno ejerza influencia predominante o decisiva sobre el sistema en términos positivos o negativos (Myrdal, 1959: 40; Kapp, 1967: 88).

A diferencia del enfoque clásico que supone una tendencia endógena al equilibrio, el paradigma de la causalidad acumulativa supone que el sistema no se mueve hacia ningún tipo de balance entre sus fuerzas, sino que se está alejando constantemente de tal posición de equilibrio (Myrdal, 1959: 24). Normalmente un cambio no ocasiona cambios compensatorios, sino que, por el contrario, da lugar a cambios coadyuvantes que mueven el sistema en la misma dirección que el cambio original, impulsándolo más lejos. Esta causalidad circular hace que un proceso social tienda a convertirse en acumulativo y que a menudo adquiera velocidad a un ritmo acelerado. Es esta tendencia dinámica hacia el desequilibrio la que provee el impulso principal para los intentos de remediar y controlar los procesos económicos y sociales mediante políticas deliberadas (Kapp, 1967: 85). No obstante, es importante destacar que no se trata necesariamente de un proceso de movimiento circular o de un *círculo vicioso*. La respuesta de un sistema ante un cambio, ya sea endógeno o exógeno, puede retardar, reforzar, o revertir el proceso (Kapp, 1967: 83). Ello puede ofrecer una explicación lógica de por qué bajo ciertas condiciones algunos cambios relativamente pequeños son capaces de producir efectos o transformaciones comparativamente grandes. Myrdal considera que un proceso social puede ser detenido.

Podría darse el caso de que ocurran nuevos cambios exógenos que tengan la dirección y fuerza necesarias para detener el sistema. De manera alternativa, puede haberse alcanzado la posición de reposo mediante interferencias de la política planificadas y aplicadas con la intención de detener el movimiento (Myrdal, 1959:24).

La tarea científica principal es pues la de analizar las interrelaciones causales del sistema, a medida que éste se mueve bajo fuerzas exógenas (Myrdal, 1959: 29). En dicho análisis es esencial estudiar las interrelaciones circulares específicas entre los diferentes factores antes de que sea posible definir objetivos y políticas. La formulación de dichas políticas requiere estudios empíricos detallados por región, diseñados con el propósito de descubrir las relaciones concretas entre los diferentes factores endógenos, además de la reacción entre los mismos así como su respuesta ante cambios inducidos por medidas políticas. Al determinar la interacción y nivel de reacción de, por ejemplo, la productividad de una región frente a cambios en las instituciones y el nivel de vida, es posible establecer juicios razonables sobre los posibles efectos y resultados de políticas alternas.

2.3 Críticas a la Teoría Económica Institucional

El pensamiento económico institucionalista ha sido criticado desde las manifestaciones de la primera generación hasta los autores actuales. En esta sección no se pretende agotar la discusión en torno a las críticas dirigidas contra esta teoría. Por el contrario, el propósito es comentar las mismas brevemente y establecer que, a pesar de tener consciencia de estos comentarios críticos, consideramos que la **Teoría Económica Institucional** constituye el

marco teórico óptimo para esta investigación, por la conceptualización del análisis económico como fenómeno evolutivo insertado en un contexto histórico cultural. Es importante destacar el hecho de que durante los años cuando la primera generación de institucionalistas estaba desarrollando los fundamentos de su escuela de pensamiento, dicha generación coincidió con un período en el que sobresalió el estilo matemático de la economía neoclásica (1910-1940). En comparación con el riguroso enfoque matemático, la economía institucionalista fue considerada de menor rigor y, por tanto, inferior (Hodgson, 1998: 167).

Una de las críticas a la teoría económica institucional gira en torno a que el pensamiento institucionalista está diseminado a través de un grupo de autores con un conglomerado de ideas no conectadas entre sí, por lo que carece de un cuerpo de pensamiento sistemático (Hodgson, 1998: 169). No obstante, varios autores (Klein, 1990; Grunchy, 1987) exponen que el institucionalismo ha sido reconocido por prácticamente todos los estudiosos del pensamiento económico como un movimiento en sí mismo. Representa una escuela de pensamiento tanto por lo que los autores que pertenecen a la misma rechazan, como por lo que defienden en común. Según Grunchy, el planteamiento básico unificador de la escuela institucionalista es su preocupación por la realidad del sistema económico como un fenómeno histórico-cultural evolutivo.

Otra de las críticas principales es que el institucionalismo no ha sido capaz de desarrollar otra alternativa distinta de la teoría neoclásica, con poder predictivo. Ante esta crítica los

institucionalistas actuales responden que no se trata de predicción, sino de que la *inteligencia colectiva* pueda proveer algún tipo de control social sobre las actividades económicas con el propósito de mejorar la calidad de vida (Grunchy, 1987; Hodgson, 1998).

A pesar de las críticas mencionadas, es interesante observar en un número cada vez mayor de artículos recientes de revistas económicas tradicionales como *Journal of Economic Literature* y *American Economic Review*, un intento por integrar en el análisis económico variables sociológicas, ante las claras deficiencias y críticas continuas a las que está sometido el enfoque neoclásico. Algunos economistas de la vertiente tradicional han revisado los escritos institucionalistas de principios de siglo y se han percatado de que sus señalamientos ya han sido expresados por autores institucionalistas (Hodgson, 1998: 190).

Según se ha desarrollado en este capítulo, la **Teoría Económica Institucional** proporciona el marco teórico apropiado para esta investigación, debido a que integra los factores condicionantes formales y los informales, insertando los mismos en el contexto histórico-cultural particular de la sociedad puertorriqueña.

CAPITULO 3

REVISIÓN DE LITERATURA

En este capítulo se presenta la revisión realizada de la literatura en las áreas de Teoría Económica Institucional y de creación de empresas. Inicialmente se comenta la literatura que aplica el análisis de la mencionada teoría al tema de desarrollo económico de regiones o países. Luego se presentan trabajos procedentes de la literatura sobre creación de empresas, que analizan la influencia de los factores condicionantes formales sobre el proceso de creación de las mismas. Finalmente se cita la literatura en torno a la influencia que ejercen los factores condicionantes informales sobre dicho proceso.

3.1 Trabajos de Análisis de Teoría Económica Institucional

Existe abundante literatura en la cual se aplica el análisis de la Teoría Económica Institucional al desarrollo económico de países o regiones. Entre las áreas que han sido trabajadas más extensamente se encuentra el fenómeno de cómo las instituciones particulares de un entorno afectan el desarrollo económico de una región. En casi la totalidad de los trabajos sobre ese tema los autores se concentran en el impacto que las *instituciones formales* tienen sobre la economía de la región; en este análisis domina el aspecto legal o reglamentario. No obstante, se han encontrado algunos artículos que toman en consideración las *instituciones informales* (Schneider, 1999; Jan, 1998; Leitmann y Baharoglu, 1998; Stein, 1994; Cornell y Gil-Swedberg, 1995; Lindenberg, 1988). De la totalidad de trabajos

revisados, casi todos son teóricos pero existen algunos empíricos entre los cuales se destacan los de Brautigam (1997) y Zein-Elaben, (1999) en el análisis institucional aplicado a la creación y desarrollo de empresas.

De acuerdo con la extensa revisión de literatura realizada, el tema al cual más se ha aplicado el enfoque económico institucional es al de los países con economías en transición. El planteamiento básico en el cual los autores coinciden es que las reformas económicas implantadas que pretenden transformar las economías de estos países en una economía de mercado, tienen que estar acompañadas por cambios institucionales para que el proceso tenga éxito. Dichos cambios institucionales deben darse simultáneamente con las reformas económicas y no posteriormente (Kozul-Wright y Rayment, 1997; Elliot, 1997; Giffin y Ellington, 1995; Schmid, 1992; Ostas, 1992; Koslowski, 1992; Crane, 1991).

El segundo tema en términos de la cantidad de artículos encontrados en los que se utiliza el enfoque económico institucional en la discusión del mismo, es el del proceso macroeconómico de ajuste estructural de las economías africanas. En este caso el planteamiento principal es que los programas de ajuste estructural adoptados en África han tenido un éxito limitado debido a que no se han tomado en consideración las instituciones - formales e informales - de las economías africanas (Schneider, 1999; Klein, 1998; Brautigam, 1997; Stein, 1994). Otro tema ampliamente trabajado en la literatura de análisis institucional es el de las economías asiáticas (Akyuz et al., 1998; Leitmann y Baharoglu, 1998; Florida y Kenney, 1994; Nee y Young, 1991; Schlack, 1989).

El enfoque institucional también ha sido aplicado a la problemática económica de los países menos desarrollados (Keefe y Knack, 1997) así como a un grupo diverso de países occidentales. Entre éstos se incluyen Nicaragua (Borner, Brunetti y Weder, 1995); la región de América Central (Lindenberg, 1988); Egipto (Kerr, 1994); y Suecia (Lindbeck, 1997).

Además de los estudios que vinculan las instituciones al desarrollo económico de una región, existe una diversidad de otros temas que han sido estudiados con un enfoque institucional: salud (Jan, 1998); infraestructura y servicios (Leitmann y Baharoglu, 1998); desempleo (Siebert, 1997); comunidades amerindias (Cornell y Gil-Swedberg, 1995; Nugent et al, 1993; Anders, 1989); distritos industriales (Schmitz y Musyck, 1994); problemas ambientales (Meyer, 1993); pobreza (Morris y Adelman, 1983); situación económica del negro estadounidense (Harvey, 1991); adopción de nuevas tecnologías (Finan, Langworthy y Fox, 1990); plantaciones agrícolas del sur de los Estados Unidos (Whatley, 1985); regla de “decisión por mayoría” (Shepsle et al., 1982).

Aparte de los trabajos mencionados, existe literatura en la disciplina de creación de empresas, perteneciente a las décadas de 1940 y 1950 que, aunque no se ubica propiamente en el marco teórico institucional, aporta información sobre estudios históricos tanto de empresarios como de la función empresarial en distintos contextos culturales. El énfasis de éstos es en la identificación de las diferencias culturales en las conductas empresariales estudiadas (Veciana, 1999). Los autores que han aportado a este enfoque colaboraron con el

Centro de Investigaciones en Historia Empresarial de la Universidad de Harvard, el cual cerró operaciones en el año 1958. Entre dichos autores se encuentran: Thomas Cochran, Fritz Redlich, Leland Jenks y Arthur Cole (Cole, 1999). En este capítulo comentamos brevemente un estudio de este grupo dedicado al análisis histórico-cultural del empresario puertorriqueño (Cochran, 1959).

En las secciones que siguen se comentan brevemente algunos de los trabajos en los que se aplica el enfoque de la Teoría Económica Institucional en el estudio de los temas principales mencionados previamente.

3.1.1 Economías Occidentales

Keefner y Knack (1997) plantean que el hecho de que en las últimas décadas las economías menos desarrolladas no hayan crecido más aceleradamente que las desarrolladas, según sostiene la teoría neoclásica, se debe a la deficiencia institucional imperante en muchos de los países en desarrollo. Borner, Brunetti y Weder (1995) analizan las políticas de reforma económica implantadas en los países en desarrollo, comparando las mismas con las correspondientes a las economías en transición. En ambos casos, señalan los autores, existe consenso en torno a las políticas macroeconómicas adecuadas y en el caso de las economías en transición, se hace énfasis en la necesidad de que una reforma institucional debe preceder las medidas económicas. No obstante, cuando se trata de los países en desarrollo, la necesidad de una reforma institucional apenas se discute. Los autores plantean que en muchos casos de países en desarrollo, siendo Nicaragua un ejemplo extremo, no existen

condiciones institucionales que favorezcan la inversión privada. Dichos autores concluyen que los programas de reforma económica adoptados en las economías en desarrollo también requieren una reforma institucional que viabilice las medidas económicas adoptadas.

Por su parte, Liadenberg (1988) analiza los impedimentos institucionales que obstaculizaron la recuperación económica en el caso de América Central durante los años ochenta. El autor combina el análisis de los cambios en la estructura del sector de exportaciones de la región con los resultados de una encuesta realizada a los líderes del sector privado. La encuesta tenía como objetivo captar las percepciones de este grupo en torno a los éxitos y fracasos de los cambios institucionales realizados. De otro lado, en el caso de Egipto, Kerr (1994) plantea que el progreso en la reforma económica ha sido lento en parte debido a grandes obstáculos institucionales.

Lindbeck (1997) afirma que en Suecia tanto las políticas como las instituciones han sido en gran medida de carácter experimental. En dicho país los problemas relacionados con la eficiencia y el crecimiento económico indujeron a reformas institucionales en las décadas de 1980 y 1990, algunas de ellas han sido eliminadas recientemente, a la vez que han surgido nuevos intentos de reformas en las políticas e instituciones. Según el autor, si este comportamiento del sistema económico y social continúa, el *modelo sueco* pasará a ser un breve episodio histórico. Además, agrega que es imposible saber cómo el hecho de ser miembro de la Unión Europea afectará las políticas e instituciones suecas en un futuro.

3.1.2 Economías en Transición

Kozul-Wright y Rayment (1997) desarrollan el argumento de que el colapso del comunismo ha creado un vacío institucional que ha ocasionado a su vez la crisis económica que atraviesan las economías en transición. Los autores critican el enfoque adoptado por muchos economistas de que la transición hacia el capitalismo se pueda llevar a cabo implantando políticas macroeconómicas sin tomar en consideración las estructuras institucionales vigentes en el país. En el artículo se discuten los retos atribuibles a la creación de instituciones adecuadas, argumentándose que la agenda política y económica son elementos de apoyo mutuo en una reforma exhaustiva y como tal deben trabajarse conjuntamente. A su vez, Elliot (1997) presenta el rol estratégico que desempeñan las instituciones en el proceso de transición del comunismo hacia el capitalismo. Este autor plantea la necesidad de una transformación institucional en aspectos de estructura legal, reformas políticas, democratización, políticas monetarias y fiscales y privatización. Además, enfatiza que los cambios institucionales son esenciales para que el proceso de transición sea eficiente y argumenta que éstos deben darse con anterioridad a la reestructuración económica resultante de la liberalización de los mercados y la privatización.

Giffin y Ellington (1995) analizan el rol del gobierno en la creación y desarrollo del capitalismo industrial en el caso de Polonia, y comparan las economías en transición con el desarrollo de las economías de Asia Oriental. Los autores sostienen que debido a que el capitalismo no opera en el vacío, el marco histórico y el contexto institucional son factores

muy relevantes que influyen en el desarrollo de un modo de producción capitalista. Según ellos, Polonia está dominada por instituciones que son inconsistentes con un sistema de mercado capitalista. Como las instituciones gubernamentales reglamentarias fundamentales están ausentes en el País, el Gobierno tiene que tomar acción para promover políticas de “laissez faire”. Por eso afirman que para lograr eventualmente progreso en la economía polaca, se requiere un gobierno central fuerte y activo. Los autores concluyen que mientras en las economías occidentales las reglamentaciones gubernamentales surgieron junto a una política del “laissez faire”, la historia del desarrollo capitalista de Asia Oriental se asocia con un rol gubernamental fuerte. De ahí que sostengan que el modelo de desarrollo económico de Asia Oriental es más adecuado para Polonia y los países de las economías en transición, que el modelo occidental de los países capitalistas, por cuanto únicamente el Estado puede desarrollar exitosamente la infraestructura y las instituciones necesarias para un desarrollo económico avanzado.

Por su parte, Schmid (1992) indica que a pesar de que los temas de las economías de Europa Oriental han recibido mucha atención de parte de los economistas, la pregunta de qué tipo de mercado estas economías hubiesen deseado instituir no ha sido atendida adecuadamente. Según el autor, las opciones de estas economías se pueden interpretar como unas de eficiencia versus gerencia de poder. En el artículo se hace una revisión de la historia legal de los Estados Unidos durante el período de los inicios de la industrialización, entre 1790 y 1850, en un intento de responder a las preguntas planteadas.

Ostas (1992) plantea que las reformas económicas en Hungría y Polonia requieren nuevas leyes que armonicen con las prácticas contemporáneas de negocios. Por otro lado, las reglas existentes deben ser reinterpretadas a la luz de la realidad social y económica emergente. Asimismo, Koslowski (1992) expone que la transición de las economías del socialismo hacia una economía de mercado requiere el desarrollo de muchas instituciones. Ciertamente, la importancia de las instituciones en este proceso pone de manifiesto, según el autor, la limitación de la teoría neoclásica, por cuanto ésta supone que existen unas instituciones en funcionamiento. Según Koslowski, la mejor forma en que los gobiernos occidentales pueden ayudar a construir economías de mercado en Europa Oriental es apoyando el desarrollo de instituciones gubernamentales. De otro lado, Crane (1991) desarrolla el argumento de que los gobiernos necesitan impulsar cambios institucionales después de las políticas iniciales, de manera que las agencias gubernamentales comiencen a operar en una forma que conduzca al desarrollo de una economía de mercado. Analizando el caso de Polonia y Hungría, el autor argumenta que es más beneficioso introducir una serie de medidas simultáneamente en lugar de secuencialmente.

3.1.3 Economías Africanas

Schneider (1999) explica cómo las instituciones - formales e informales - de las economías africanas han limitado el éxito de los Programas de Ajuste Estructural (PAE) adoptados en África. Según dicho autor, estos programas han demostrado que existe falta de entendimiento en cuanto a cómo los aspectos culturales han contribuido a que los mercados africanos operen de forma distinta de los occidentales. Afirma Schneider que las

instituciones particulares de las economías africanas, enumeradas por él, han constituido obstáculos que han interferido con el funcionamiento esperado de las medidas adoptadas como parte de los referidos programas. Ello ha contribuido a que estos Programas de Ajuste Estructural no sólo no hayan sido efectivos, sino que han tenido resultados contraproducentes por cuanto han ampliado la brecha entre los pobres y la elite. Lo anterior destaca, según el autor, la necesidad de conocer y entender la cultura local para poder diseñar programas de desarrollo económico apropiados en las economías africanas.

Klein (1998) también estudia el impacto de los Programas de Ajuste Estructural en el caso de África. El autor plantea que es necesario asumir el reto de modernizar dichas economías y adoptar nuevas tecnologías de una forma culturalmente sensible, de acuerdo con los planteamientos institucionalistas.

Stein (1994) analiza críticamente tres teorías que podrían servir de guía a la reforma económica en Africa: modelo de ajuste estructural (neoclásico), nuevo institucionalismo e institucionalismo original. A través del análisis de estos tres posibles enfoques, el autor llega a la misma conclusión que Schneider y Klein: los Programas de Ajuste Estructural, que por su base neoclásica no toman en consideración aspectos institucionales y culturales, no son adecuados para promover el desarrollo económico africano. El autor concluye aconsejando al gobierno africano que consulte al institucionalismo original como marco para el diseño de políticas económicas adecuadas en África.

3.1.4 Economías Asiáticas

Akyuz et al. (1998) sostienen que las explicaciones convencionales sobre el rápido crecimiento económico de las economías asiáticas, se han enfocado en la distribución eficiente de los recursos resultantes de estrategias de mercado orientadas al exterior. Los autores cuestionan esa explicación concentrando su análisis en las instituciones y las políticas que fueron utilizadas en apoyo al rápido crecimiento. Plantean que tratar de adaptar los vehículos institucionales utilizados en el caso asiático a otros países, puede ser de utilidad para éstos.

Florida y Kenney (1994) exploran el capitalismo japonés de la postguerra para analizar el rol crítico que desempeñaron las instituciones en el proceso de transformación económica y tecnológica y destacan que la reestructuración japonesa giró en torno a mecanismos sociales e institucionales únicos. Los autores recalcan la importancia de las instituciones para el desarrollo económico, particularmente en el proceso de transformación económica. Afirman que las nuevas tecnologías y formas de organizar la actividad económica no surgen en el vacío, sino en un contexto institucional particular, y que estos nuevos arreglos institucionales a su vez reflejan el legado de antiguas formas institucionales y sociales. Concluyen que las instituciones desempeñaron un rol fundamental en el rápido crecimiento del capitalismo japonés de la postguerra. Según ellos, el hecho de que Japón se haya adaptado al proceso de reestructuración económica de forma muy diferente a los Estados Unidos y Europa Occidental, se debe a la interacción de sus instituciones con dicho proceso.

Por su parte, Schlack (1989) plantea que las reformas económicas en la República de China en el período postMao han estado diseñadas de acuerdo con tres conceptos institucionalistas: 1) se ha interpretado el sistema económico como parte de un proceso cultural y el comportamiento humano como un reajuste a un mundo continuamente cambiante; 2) se han enfatizado los valores y las conductas tecnológicas a expensas de los ceremoniales; y 3) no se ha utilizado la fuerza para obtener el apoyo de la población hacia los nuevos programas.

3.1.5 Análisis Histórico-Cultural del Empresario Puertorriqueño

Cochran (1959) estudia cómo las instituciones y la conducta empresarial del puertorriqueño variaron a partir del cambio de soberanía en 1898. La investigación se basó en entrevistas con setenta (70) hombres de negocio, cuarenta (40) de los cuales fueron seleccionados a base de su experiencia y conocimiento en la historia de los negocios en Puerto Rico. Los otros treinta (30) eran empresarios más jóvenes del sector de la manufactura que iniciaron operaciones comerciales después del año 1940.

Las preguntas de la entrevista incluyen los siguientes aspectos: orígenes de la empresa e historia personal del entrevistado, contactos en los Estados Unidos, prácticas gerenciales, relaciones con los empleados, mercadeo y relaciones con el Gobierno. Las características culturales del empresario fueron inferidas por el autor utilizando las respuestas obtenidas en las entrevistas. En el estudio se utilizaron además estadísticas y expedientes gubernamentales, como fuentes secundarias de datos.

Asimismo se formulan varias hipótesis en relación con las diferencias entre la conducta empresarial en los Estados Unidos y en Puerto Rico, las formas de transferencia de actitudes y comportamientos de una cultura a otra y la relación entre los rasgos culturales y las instituciones empresariales. Como parte del estudio, se esbozan brevemente algunos aspectos generales de la historia de Puerto Rico que han determinado, según el autor, el entorno de la actividad empresarial.

Según Cochran, gran parte de las actitudes que se encuentran en los empresarios puertorriqueños -que aparentemente difieren de las de los empresarios estadounidenses - se podrían atribuir a la fuerte persistencia de una sociedad centrada en la familia y claramente estratificada (Cochran, 1959: 118). El individualismo del puertorriqueño, cualidad común entre todos los latinoamericanos, según el autor, ejerce una importancia central en la conducta empresarial. Este rasgo interfiere con la conducta de cooperación entre grupos. Según el autor, los hallazgos empíricos confirman que los integrantes de la cultura latinoamericana son muy conscientes de la clase o posición social y, por lo tanto, de las posibilidades de movilidad social. Esta combinación de factores tiende a promover las relaciones empresariales basadas en lazos familiares y de amistad en lugar de basarlas propiamente en la evaluación económica de la oportunidad de negocios (Cochran, 1959: 127).

3.2 Literatura sobre Creación de Empresas

3.2.1 Enfoque Institucional

Son muy pocos los trabajos que aplican el análisis institucional al área de creación de empresas. Entre éstos se encuentran el artículo de Nee y Young (1991) en el caso de China, los trabajos empíricos de Brautigam (1997) en el caso de Nigeria, y de Zein-Elaben, (1999) en el de Tanzania. Los primeros dos casos concentran el análisis en las instituciones formales sin desarrollar el aspecto de las informales.

Nee y Young (1991) buscan identificar el contexto institucional que promueve o inhibe el surgimiento de la creación de empresas en el sector de los campesinos chinos después del año 1978, fecha a partir de la cual se ha propulsado una economía de mercado.

Brautigam (1997) utiliza el nuevo institucionalismo como marco de referencia para analizar el desarrollo industrial regional del sector de piezas de automóviles y servicios relacionados en el este de Nigeria. La autora expone que la teoría neoclásica y los programas de ajuste estructural no explican adecuadamente la industrialización de este sector. Alega además que lo mismo ocurre con los marcos teóricos culturales, los cuales son también deficientes porque carecen de la capacidad para explicar el cambio. Plantea, sin embargo, que cuando los enfoques culturales se combinan con los económicos en la Teoría Institucional, se consigue un enfoque adecuado para explicar el fenómeno de desarrollo industrial en esta región.

El trabajo de campo, que incluyó una encuesta a 23 empresarios, se realizó en Nnewi en los años 1991 y 1994. La autora sostiene que las sociedades pueden sustituir sus propias instituciones cuando los gobiernos fracasan en proveer las mismas según quedó demostrado por los empresarios de Nnewi, quienes desarrollaron normas e instituciones para organizar y regir su comercio y lograron una operación eficiente y competitiva. De esta forma, dichos empresarios han demostrado que es posible cubrir exitosamente las lagunas creadas tanto por el mercado como por el Gobierno, a través de redes de relaciones personales e instituciones bien fundadas en el contexto cultural.

De otra parte, el estudio empírico realizado por Trulsson en su tesis doctoral y publicado como libro, es comentado por Zein-Elaben (1999). Según Zein-Elaben, el estudio de Trulsson adopta el enfoque del nuevo institucionalismo, combinando la Teoría de los Costos de Transacción de Williamson con la definición de *instituciones* que ofrece North. El trabajo analiza los casos de 26 empresarios en la región noroeste de Tanzania, basados en entrevistas personales realizadas por el autor en el año 1994 y el estudio de documentos. El proceso de entrevistas se prolongó por un período de 6 meses. Los empresarios entrevistados fueron seleccionados de acuerdo con el criterio de innovación en los productos o en los procesos propuesto por Schumpeter; representaban los sectores de procesamiento de alimentos, textiles, madera, pieles y construcción. El autor analiza las condiciones bajo las cuales estos empresarios llevaban a cabo sus actividades y el efecto del entorno institucional sobre sus decisiones. Estudia particularmente los factores condicionantes formales de política macroeconómica y de contratos. En el libro se

presenta, como trasfondo de este análisis, la evolución histórica de la economía de Tanzania desde el período colonial hasta el establecimiento del estado socialista en la década del 60; se aborda la reciente adopción de una economía de mercado y las políticas de ajuste estructural que han acompañado dicho proceso. En el argumento central del trabajo de Trulsson, según dicho autor Zein-Elaben advierte que la creación de instituciones, piedra angular de las políticas de ajuste estructural, será inefectiva mientras no esté basada en el entendimiento del comportamiento individual.

3.2.2 Factores Condicionantes Formales del Entorno

Existe una literatura amplia en la disciplina de creación de empresas en la cual se analiza la influencia ejercida por los factores del entorno sobre la creación de empresas en una región. Estos factores condicionan la actividad empresarial de una región, al afectar la predisposición y habilidad de las personas para asumir la actividad empresarial. Algunos artículos conceptuales tratan el tema de forma amplia, integrando en su análisis tanto aspectos formales como informales (Bruno y Tyebjee, 1982; Ragab, 1992; Van de Ven, 1993; Gnyawali y Fogel, 1994).

Bruno y Tyebjee (1982) comentan los distintos factores del entorno que ejercen influencia sobre la creación de empresas. Entre éstos incluyen: capital riesgo, incubadoras, política pública, mano de obra diestra, acceso a proveedores, universidades, transportación, disponibilidad de servicios de apoyo y población receptiva. No obstante, los autores destacan la limitación que representa la falta de contexto teórico en el estudio de la influencia del entorno sobre la creación de empresas. Con el fin de contribuir a superar esta limitación, elaboran un esquema que podría utilizarse para

el análisis del tema. En primer término, los autores proponen clasificar los factores del entorno a base de criterios tales como aquellos que favorecen la creación de empresas y los que la inhiben. Al analizar las influencias del entorno sobre el proceso de creación de empresas, dividen las mismas en factores tales como la disponibilidad de recursos y los costos de hacer negocios. Estos factores a su vez son vinculados a tres etapas de la empresa: creación, funcionamiento y liquidación. Según los autores, la disponibilidad de recursos ejerce influencia sobre las etapas de creación y liquidación de la empresa. Los costos proyectados para realizar negocios afectarán la decisión de creación de la nueva empresa, mientras que los costos efectivos afectarán el funcionamiento o desempeño. El artículo concluye con una serie de consideraciones teóricas e inquietudes metodológicas en relación con futuras investigaciones sobre el tema.

Ragab (1992) presenta inicialmente las tendencias principales del entorno macroeconómico de los años noventa. Luego pasa a un nivel de análisis micro y expone el impacto del desarrollo del entorno sobre el mundo empresarial. El autor analiza cinco aspectos del entorno pertinentes al proceso empresarial, que a su juicio están cambiando bastante en los años noventa. La significación de los mismos radica en que crearán nuevas oportunidades, incidirán sobre las existentes y afectarán la forma como los empresarios piensan y actúan (Ragab, 1992: 71). Los cinco aspectos son: el concepto de mundo, la economía, el gobierno y la política, la tecnología y los valores sociales. El artículo finaliza con un perfil del empresario de la década del noventa. Este empresario se desarrolla, según el autor, ante los cambios de su entorno.

Van de Ven (1993) adopta una perspectiva macroeconómica en torno al tema, centrando el análisis en el desarrollo de una infraestructura que ejerce influencia sobre la innovación y la creación de empresas en el área de alta tecnología. Dicha infraestructura incluye: mecanismos de financiación, mano de obra diestra, investigación y desarrollo, así como una estructura institucional que legitima, regula y estandariza las actividades de los miembros de la industria. El autor reconoce que en la literatura se destaca la importancia de estos factores. No obstante, señala que éstos han sido tratados de forma externa respecto al proceso de creación de la empresa. Al incorporar dichos factores en el modelo, se puede estudiar cómo los distintos aspectos interactúan para crear dicha infraestructura. El autor propone que dicha infraestructura emerge a través de numerosos eventos, en los cuales las acciones de actores del sector privado y público interaccionan con el marco institucional en un periodo de tiempo dado (Van de Ven, 1993: 219).

Gnyawali y Fogel (1994), al referirse al entorno, ofrecen un concepto amplio que abarca la combinación de factores que desempeñan un papel importante en el proceso de creación de empresas. Incluyen aspectos económicos, socioculturales y políticos, así como la disponibilidad de ayudas y servicios de apoyo que facilitan el proceso de creación de empresas. En un intento por superar la fragmentación de la información recopilada sobre el tema, los autores desarrollan un modelo integrador que vincula las distintas dimensiones del entorno a tres elementos principales del proceso de creación de empresas; esto es: oportunidad, propensión y habilidad. Exponen que una función fundamental del entorno es contribuir a que el empresario potencial desarrolle la propensión y la habilidad para intervenir en el proceso de creación de empresas.

Aparte de los trabajos comentados, la mayoría de los artículos revisados presentan un análisis fragmentado de la influencia que ejercen los factores del entorno sobre la creación de empresas en una región. En dichos artículos, los autores se concentran en ciertos factores *formales* aislados, sin vincular en el análisis los factores informales presentes en la región.

De acuerdo con la extensa revisión de la documentación realizada, los factores formales del entorno abordados en la literatura se han clasificado en los siguientes ocho temas: 1) política pública, 2) programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas, 3) disponibilidad de crédito, 4) incubadoras y transferencia de tecnologías, 5) programas educativos y centros de desarrollo de destrezas, 6) consultoría del sector privado, 7) *networks* formales: asociaciones de comerciantes, cámaras de comercio, etc. y 8) capital riesgo. En la tabla 3.1 se presenta la distribución de dichos factores.

Tabla 3.1
Distribución de los Factores Formales del Entorno Abordados en la Literatura

Factores del entorno formal	Número de artículos
Política pública	23
Programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas	15
Disponibilidad de crédito	10
Incubadoras y transferencia de tecnologías	9
Programas educativos y centros de desarrollo de destrezas	17
Consultoría del sector privado	5
<i>Networks</i> Formales: Asociaciones de comerciantes, cámaras de comercio, etc.	2
Capital riesgo	16
Total	97

Como puede observarse en la tabla 3.1, la mayoría de los trabajos revisados abordan el tema de política pública (23 artículos). En segundo lugar, en términos del número de artículos

encontrados, se halla el tema de programas educativos y centros de desarrollo de habilidades o aptitudes (17), seguido por los temas de capital riesgo (16) y programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas (15). En quinto lugar se encuentra el tema de la disponibilidad de crédito (10), seguido por el tema de incubadoras y transferencia de tecnología (9), consultoría (5) y *networks* formales (2), todo lo cual asciende a un total de 97 artículos revisados.

En el cuadro 3.1 se presenta un listado de los autores de los artículos revisados, clasificados de acuerdo con el factor formal del entorno estudiado en sus artículos. Los mismos se presentan en orden descendente de año de publicación.

Cuadro 3.1
Factores Formales del Entorno Abordados en la Literatura

Autores	1	2	3	4	5	6	7	8
Chrisman; McMullan, 2000		X						
Bennet y Robson, 1999						X		
Pissarides, Francesca, 1999			X					
Young et al., 1999		X						
Amit et al., 1998								X
Bennet, Robert, 1998							X	
Dana, Leo Paul, 1997	X							
Mian, Sarfraz, 1997				X				
Russel, Ivy , 1997			X					
Turok, Ivan, 1997		X						
Barney et al., 1996								X
Chamard y Christie, 1996					X			
Florio, Massimo, 1996	X							
Gibb y Haas, 1996		X						
Lado y Vozikis, 1996				X				
Matthew et al, 1996	X							
Prystay, Cris, 1996			X					
Sahini y Bhatia, 1996					X			
Sapienza et al., 1996								X

Tan, Justin, 1996	X							
Wroe, Ann, 1996	X							
Chrisman y Katrishen, 1995		X						
Hood y Young, 1995					X			
Lussier, Robert, 1995						X		
Miners y Young, 1995					X			
Oviat el al, 1995				X				
Pareek y Rao, 1995						X		
Reynolds, Paul, 1995		X						
Yusuf, Attair, 1995		X						
Arendaski et al, 1994			X					
Autores	1	2	3	4	5	6	7	8
Chrisman y Katrishen, 1994		X						
Cromie y Birley, 1994		X						
Dana, Leo Paul, 1994	X							
Dana, Leo Paul, 1993	X							
Gibb, 1993	X							
Gibb, 1993		X						
Good y Graves, 1993		X						
Riding y Swift, 1993			X					
Birley y Westhead, 1992		X						
Bogle & Reuber, 1992								X
OECD, 1992	X							
Ragab, Megeed, 1992	X							
Teck, Tan, 1992					X			
Harper, Malcolm, 1991	X							
Hindle y Gillin, 1991	X							
Jog et al. 1991								X
Johanisson, Bengt, 1991					X			
Russell et al. 1991						X		
Lawton, Helen, 1991				X				
Ray, Dennis, 1991		X						
Allen & McCluskey, 1990				X				
Brown, Robert 1990					X			
Dean y Giglierano, 1990								X
Donckels & Courtmans, 1990						X		
Sharma et al., 1990					X			
Li Choy, 1990			X					
Singh, Jang, 1990					X			
Thiam & Chwee, 1990	X							

Gatewood et al., 1989				X				
Keating, Michael, 1989	X							
Wyckham, Robert, 1989					X			
Chwee-Huat, 1988	X							
Dainow, Rob, 1988					X			
Dana, Leo Paul, 1988	X							
Dana, Leo Paul, 1988	X							
Florida y Kenney, 1988								X
Jog, Vijay, 1988	X							
Sahu, Promod, 1988								X
Brenner, Reuven, 1987	X							
Castro et al., 1987					X			
Chrisman et al., 1987		X						
Globerman y Olson, 1987								X
Maier y Walker, 1987								X
Autores	1	2	3	4	5	6	7	8
Merrifield, Bruce, 1987				X				
Peterson, Rein, 1987			X					
Riding y Short, 1987								X
Churchill y Lewis, 1986			X					
Dana, Leo Paul, 1986	X							
Gibb, Allan, 1986					X			
Li Choy, Chong, 1986	X							
Gadbois, Albert, 1986								X
Russell, Knight, 1986								X
Mc Mullan et al., 1986					X			
Steed, Guy, 1986				X				
Timmons y Bygrave, 1986								X
Allen y Rahman, 1985				X				
Birley, Sue, 1985							X	
Good et al., 1985	X							
Russell Knight, 1985								X
Russell, Knight, , 1985			X					
Wilbrod, Leclerc, 1985					X			
Bulloch, 1984	X							
Clark et al., 1984					X			
Gadbois y Russell, 1984								X
Kao, Raymond, 1984			X					
Russell, Knight, 1984		X						
Sexton et al. 1984					X			
TOTAL	23	15	10	9	17	5	2	16

1) Política pública; 2) Programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas; 3) Disponibilidad de crédito; 4) Incubadoras y transferencias de tecnologías; 5) Programas educativos y centros de desarrollo de destrezas; 6) Consultoría del sector privado; 7) *Networks* formales; 8) Capital riesgo

3.2.3 Factores Condicionantes Informales del Entorno

De acuerdo con la Teoría Económica Institucional, según se discutió en el capítulo anterior, los factores condicionantes informales incluyen las actitudes y percepciones de las personas miembros de una sociedad. La importancia de las percepciones en torno al proceso de creación de empresas ha sido destacada desde la década de los años ochenta por Shapero y Sokol (1982), quienes señalan que este aspecto no es comúnmente estudiado. La percepción de la comunidad en torno al proceso empresarial cobra relevancia en la medida en que ejerce influencia sobre la predisposición de un determinado grupo por asumir la conducta de creación de empresas. Las personas estarán más motivadas y se sentirán más capaces de comenzar un negocio nuevo en la medida en que el entorno social valore la actividad empresarial y tengan suficientes conocimientos y aptitudes para iniciar y dirigir su propio negocio (Shapero y Sokol, 1982). De forma similar, actitudes negativas hacia la actividad empresarial pueden desalentar a las personas hacia la conducta empresarial. Según Gnyawali y Fogel (1994), mientras menos desarrollado se encuentre el entorno empresarial en una economía, más importancia tienen las actitudes de la comunidad hacia la creación de empresas. Los autores señalan que muchos de los programas de desarrollo empresarial adoptados en distintas comunidades son deficientes porque no han tomado en consideración las actitudes ante el proceso de creación de empresas de la comunidad en la cual el empresario potencial se desarrolla y planifica crear su negocio. Asimismo, coinciden en que es necesario estudiar las percepciones de los empresarios sobre la deseabilidad y viabilidad

de iniciar una nueva empresa (Shapero y Sokol, 1982), así como conocer las percepciones de éstos sobre el entorno (Bruno y Tyebjee, 1982; Gnyawali y Fogel, 1994).

La primera investigación que utilizó y aplicó los conceptos de percepción de la deseabilidad de creación de una empresa propia y la intencionalidad de dicha conducta, fue realizada en España a principios de los años ochenta (Genescà y Veciana, 1984). En este estudio los autores partieron de la hipótesis de que un factor decisivo en la creación de una empresa es el entorno social y consideraron las actitudes como punto de partida en su investigación. De esta manera plantean que dicho proceso se puede comprender desde una perspectiva amplia, tanto individual como macroeconómica y sociopolíticamente (Genescà y Veciana, 1984: 148).

En su estudio, los autores buscaban determinar las actitudes ante la creación de empresas de dos poblaciones de empresarios potenciales: directivos de empresa y estudiantes de ciencias empresariales, ciencias económicas e ingeniería. La investigación se concentró en la determinación de cuatro aspectos principales: 1) el grado de deseabilidad de crear o fundar una empresa propia, 2) el grado de intencionalidad de creación de una empresa propia, 3) los motivos para fundar una empresa propia y 4) los frenos o reparos a la creación de una empresa propia. La encuesta realizada se llevó a cabo a mediados del 1981 y constó de dos muestras de gran tamaño: 1,733 estudiantes y 1,515 directivos de empresa (Genescà y Veciana, 1984: 149). Posteriormente, en la década de los noventa, el estudio se repitió en Cataluña con una muestra de 837 estudiantes de las mismas áreas académicas. En esta ocasión la encuesta se llevó a cabo simultáneamente en Puerto Rico empleando una muestra

de 435 estudiantes universitarios con el fin de comparar los resultados de ambas sociedades (Veciana, Aponte y Urbano, 1999; Veciana, Aponte y Urbano, 2000⁵). Esta encuesta forma parte de esta tesis doctoral, cuyos resultados se expondrán en el **Capítulo 7**.

En esta investigación, según se explica en el Capítulo 4: Metodología, se utilizó el cuestionario creado por los doctores Genescà y Veciana. Al mismo se le añadieron preguntas en torno a la percepción de viabilidad de creación de una empresa propia, de acuerdo con el modelo de Krueger y Brazeal (1994), según se explica más adelante.

Posterior a la investigación citada realizada en los años ochenta, recientemente se han desarrollado modelos de *intención* relacionados con el proceso de creación de empresas. Estos interpretan las percepciones e intenciones del empresario potencial como vaticinadores de la conducta empresarial (Walstad y Kourilsky, 1998; Westhead y Wright, 1998; Krueger, 1993; Brenner, 1991; Krueger y Brazeal, 1994). En algunos de los trabajos en esta línea de investigación se analiza la relación entre las variables de familiares empresarios y el género con las intenciones de llevar a cabo la conducta empresarial (Scherer et al., 1989; Matthews y Moser, 1995; Kolvereid, 1996; Kourilsky y Walstad, 1998). Varios han hallado que el género masculino tiene una preferencia mayor que el género femenino hacia la conducta empresarial (Scherer et al., 1989; Matthews y Moser, 1995). También hay algunos autores que han abordado en sus estudios la relación que existe entre las

⁵ Los doctorandos Urbano y Aponte presentaron este artículo en el Congreso del Concilio Internacional de Pequeñas Empresas (ICSB) celebrado en San Juan en enero de 2000, y obtuvieron el premio en la categoría de investigadores emergentes.

variables de edad y el nivel educativo con la intencionalidad de la conducta de creación de empresas (Dolinsky y Caputo, 1993; Walstad y Kourilsky, 1998). Estas variables tipológicas – género, edad, nivel educativo y familiares empresarios- habían sido estudiadas anteriormente en la literatura de creación de empresas a través de los llamados modelos demográficos. Collins, Moore and Unwalla (1964) fueron los primeros autores en plantear, por medio de un estudio empírico, que las influencias sobre la conducta empresarial se remontan a la niñez y a las circunstancias familiares del empresario (Veciana, 1988:14).

Entre los trabajos más recientes que abordan el tema, se pueden mencionar los siguientes: Brockhaus and Horwitz (1986), Cooper (1986), Scott y Twomey (1988), Scherer, Adams, Carley y Wiebe (1989), Matthews y Moser (1995). En dicha literatura se expone que existe una relación directa entre la presencia de familiares empresarios y la creación de empresas. Los modelos demográficos han sido criticados porque aportan poco en torno a *cómo* las variables de familiares empresarios e influencias sociales afectan el proceso decisional del individuo en relación con la conducta empresarial (Katz, 1992).

El modelo de intención de Krueger y Brazeal (1994) es utilizado para apuntalar esta investigación en el área de los factores condicionantes informales. El mismo se nutre del trabajo de Shapero y de la Teoría de Conducta Planificada de Ajzen, centrando el análisis en las percepciones de deseabilidad, de viabilidad e intención de crear una empresa propia. Dicho modelo se ajusta a la Teoría Institucional en la medida en que enfoca el análisis en las instituciones informales: actitudes y percepciones. A continuación se presenta el modelo brevemente.

3.2.3.1 Modelo de Krueger y Brazeal

El modelo de Krueger y Brazeal (1994) sitúa el trabajo de Shapero en el contexto del proceso intencional de la conducta humana.

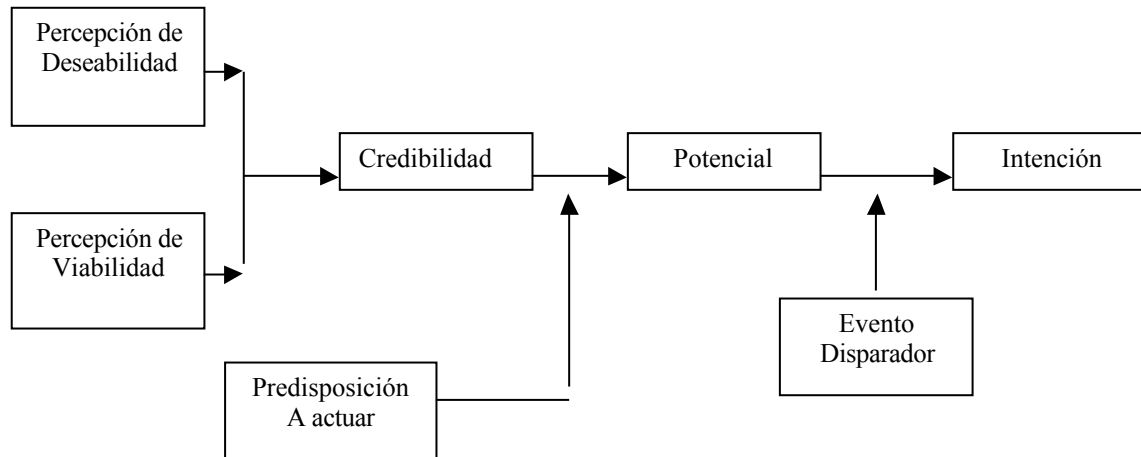
El modelo de evento empresarial de Shapero se enfoca en cómo el entorno social y cultural afecta la decisión de asumir una carrera empresarial. Shapero plantea que la intención de crear un empresa depende de las percepciones de deseabilidad y viabilidad del suceso. Por otro lado, la Teoría de Conducta Planificada de Ajzen (1991), diseñada para predecir y explicar el comportamiento humano, analiza la intención del individuo de llevar a cabo una conducta en particular.

De acuerdo con Krueger y Brazeal, el concepto de Shapero de percepción de deseabilidad corresponde a los conceptos de la Teoría de Conducta Planificada de *actitud hacia la conducta* y *norma subjetiva*. De igual forma, el concepto de Shapero de percepción de viabilidad, corresponde al concepto de percepción de control de la conducta en la Teoría de Ajzen.

Utilizando la terminología de Shapero, el modelo de Krueger y Brazeal enfatiza los conceptos de percepción de deseabilidad y percepción de viabilidad para crear una empresa según el análisis del potencial empresarial. Como se puede observar en la figura 1, la credibilidad del evento requiere tanto de una percepción positiva de la deseabilidad como de la viabilidad de crear una empresa. Estas percepciones afectan la intencionalidad de la persona en relación con el comportamiento de crear una empresa.

Figura 3.1

Modelo de Potencial Empresarial



Fuente: Krueger y Brazeal, 1994: 95

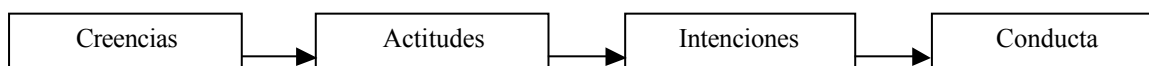
3.2.3.1.1 Percepción de Deseabilidad de Crear Una Empresa Nueva

Según se señaló anteriormente, Krueger y Brazeal plantean que el concepto de percepción de deseabilidad desarrollado por Shapero corresponde a los conceptos de *actitud hacia la conducta* y *norma subjetiva* de la Teoría de Conducta Planificada. De acuerdo con la Teoría de Conducta Planificada, la *actitud hacia la conducta* se refiere a la evaluación -favorable o desfavorable – que hacemos de un comportamiento en particular. La norma subjetiva, por otro lado, se refiere a la percepción de presión social de desempeñar o no el comportamiento. Estas percepciones, a su vez, están vinculadas a las percepciones que tenemos de lo que personas importantes en nuestra vida pensarían si iniciamos una nueva empresa.

La Teoría de Conducta Planificada, en su intento de explicar el comportamiento humano, estudia también los antecedentes de las actitudes hacia el comportamiento. Según se observa en la figura 3.2, la teoría postula que el comportamiento es una función de las creencias relevantes que se asocian con dicha conducta. Estas creencias son consideradas los determinantes de las actitudes, las intenciones y la conducta de la persona.

Figura 3.2
Teoría de Conducta Planificada

Conducta como Función de las Creencias



Fuente: Ajzen, 1991:189

Cada creencia vincula el comportamiento a un determinado resultado el cual ya está valorado positiva o negativamente. De esta forma, las personas forman actitudes positivas hacia comportamientos que se cree que tienen consecuencias deseables y actitudes negativas hacia comportamientos asociados con consecuencias no deseadas (Ajzen, 1991:191). En el caso de las normas subjetivas, las creencias normativas constituyen sus determinantes. Las creencias normativas tienen que ver con la probabilidad de que los individuos y grupos importantes en nuestra vida aprueben o desapruében una conducta en particular.

Por otro lado, Shapero enfoca el concepto de percepción de deseabilidad de crear una empresa analizando las variables de familia, colegas, grupo étnico, contexto educativo y profesional de los empresarios potenciales. En el caso de la familia, Shapero plantea que el padre y la madre en particular desempeñan el rol más importante en el desarrollo de una percepción positiva de cuan deseable y digna de credibilidad es la conducta empresarial.

3.2.3.1.2 Percepción de Viabilidad de Crear una Empresa Nueva

Según se señaló anteriormente, Krueger y Brazeal plantean que el concepto de *percepción de viabilidad* desarrollado por Shapero corresponde al concepto de *percepción de control de la conducta* en la Teoría de Conducta Planificada, que a su vez desempeña un papel importante, según Ajzen (1991: 196), en esta teoría. Según ella, los recursos y oportunidades que una persona tenga disponibles determinan hasta cierto punto la probabilidad del logro de la conducta. Sin embargo, la *percepción* de control de la conducta y su impacto sobre las intenciones y acciones de la persona, son de mayor interés psicológico que el control real que pueda tener la persona sobre dicha conducta. La percepción de control de la conducta es la manera como la persona percibe la facilidad o dificultad para ejecutar el comportamiento de interés (Ajzen, 1991: 183). Los antecedentes de la percepción de control de la conducta son las creencias relacionadas con el control. Estas creencias se relacionan con la presencia o ausencia de los recursos y las oportunidades requeridas para ejecutar la conducta. Las mismas pueden estar basadas parcialmente en experiencias pasadas que tienen que ver con dicha conducta, pero también serán influenciadas usualmente por información de segunda mano vinculada a la misma así como

por las experiencias de conocidos y amigos que aumentan o reducen la percepción de dificultad de ejecutar la conducta en cuestión (Ajzen, 1991: 196).

Relacionado con el concepto de percepción de viabilidad, Shapero enfatiza la percepción de la disponibilidad de apoyo financiero, aunque también menciona la percepción de disponibilidad de otros tipos de apoyo tales como asesoría, consultoría, y educación, que hacen el acto de creación de una nueva empresa viable para el empresario potencial.

De acuerdo con la Teoría de Conducta Planificada, la importancia relativa de la *actitud hacia la conducta*, *norma subjetiva* y *percepción de control de la conducta* en la predicción de la intención para llevar a cabo el comportamiento, varía de acuerdo con el comportamiento y la situación en cuestión (Ajzen, 1991: 188). De forma similar, Shapero postula que en el proceso de creación de una nueva empresa, no existe una variable en particular que pueda responder por el producto del proceso. No obstante, Krueger presenta evidencia en torno a que la percepción de viabilidad responde por la mayor parte de las intenciones de crear una nueva empresa (Krueger, 1993). Por tal razón, Krueger y Brazeal exponen como su conclusión más importante la primacía de la percepción de viabilidad y la necesidad de investigar en torno a los factores que contribuyen a una percepción de viabilidad en particular (Krueger y Brazeal, 1994).

Según se ha desarrollado en este capítulo, son muy pocos los trabajos que aplican el análisis institucional al tema de creación de empresas. Más aún, en el caso de los trabajos que hay

disponibles, el análisis se concentra en las instituciones formales sin desarrollar el aspecto de las instituciones informales. Por otro lado, los artículos en los que se analiza el impacto de los factores formales del entorno sobre el proceso de creación de empresas de una región, presentan un análisis fragmentado en la medida en que se concentran en cierto tipo de factor formal. Asimismo, los trabajos empíricos que abordan los factores informales del entorno son escasos y no incluyen en su análisis el entorno formal.

CAPITULO 4

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación fue estructurada en tres áreas de estudio o niveles de análisis principales aplicables a Puerto Rico: 1) la estructura macroeconómica de los establecimientos comerciales y la creación de empresas; 2) los factores condicionantes *formales* de la creación de empresas y 3) los factores condicionantes *informales* de la creación de empresas.

Los factores condicionantes del entorno institucional fueron definidos operacionalmente de acuerdo con el marco teórico en el cual se inserta la investigación, según se expuso en el Capítulo 2.

- **factores condicionantes formales** - leyes y reglamentos que afectan la creación de empresas en Puerto Rico, así como las organizaciones que ofrecen servicios de apoyo en el proceso empresarial.
- **factores condicionantes informales** - ideas, actitudes y percepciones de las personas miembros de la sociedad puertorriqueña en relación con la creación de empresas y con el empresario.

En los tres niveles de análisis se aplicó una metodología cuantitativa, según se describe a continuación. Además, la fase de entrevistas personales que se incluye en el segundo nivel

de análisis, proporcionó la oportunidad de lograr un contacto directo con el empresario. Esto permitió obtener una valiosa información relacionada con sus vivencias en el proceso de creación de la nueva empresa; de este modo se le dio un toque cualitativo al estudio.

4.1 Estudio Macroeconómico de la Estructura de los Establecimientos Comerciales y la Creación de Empresas en Puerto Rico

Utilizando una serie de datos históricos, en esta fase de la investigación se analizó la estructura de los establecimientos comerciales categorizados por tamaño según el número de empleados, así como la tendencia del nivel de actividad en la creación de empresas en las últimas dos décadas y la relación entre la creación de empresas y una serie de indicadores macroeconómicos seleccionados.

Las estadísticas de establecimientos comerciales se obtuvieron de la base de datos del censo económico para Puerto Rico. El mismo lo realiza la Oficina del Censo que pertenece a la Junta de Planificación del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, en coordinación con el Negociado del Censo del Departamento de Comercio de los Estados Unidos. Dicho censo se realiza cada cinco años, desde el 1949, por disposición de ley (Ley núm. 11 del 27 de marzo de 1950). El último corresponde al año 1997.

Esta fuente de información goza de gran credibilidad. La misma provee información directa de los *establecimientos* en todos los sectores económicos que tuvieron un empleado o más en algún momento durante el año censal. Los establecimientos que no tienen nómina

no son incluidos. De acuerdo con las estadísticas del censo, los sectores económicos están distribuidos en los siguientes ocho grupos principales: agricultura y minería, construcción, comercio minorista, comercio mayorista, finanzas, bienes raíces y seguros, manufactura, transportación y servicios⁶.

Se consideró pertinente utilizar el número de *establecimientos* y no el de *empresas* en nuestro análisis debido a que la apertura de un establecimiento comercial, aun en el caso de franquicias, constituye a nuestro juicio una iniciativa empresarial, a menudo de empresarios locales, que quedaría excluida si consideramos únicamente la empresa matriz. El indicador de *nivel de actividad en la creación de empresas* se calculó como la tasa de crecimiento anual en el número de establecimientos, tanto en el nivel agregado (para todos los sectores económicos) como por cada sector económico individual.

El mismo negociado que genera el censo económico cada cinco años, publica anualmente el **County Business Patterns (CBP) para Puerto Rico**. Dicha publicación está disponible desde el año 1956 hasta el 1997 y se utiliza en este estudio para el cálculo de la tasa de crecimiento anual en el número de establecimientos. Al comparar los datos anuales de la misma con los del censo, se observan ciertas discrepancias. Éstas se deben a diferencias en la metodología utilizada para la obtención de los datos. En el caso del censo, se acopia la información directamente de las unidades económicas mediante un cuestionario distribuido a

⁶ Desde el año 1997 se aplica el Sistema de Clasificación Industrial de Norte América (NAICS, por sus siglas en inglés: North American Industry Classification System). Este sistema sustituye el sistema anterior utilizado hasta la fecha.

cada establecimiento. En la publicación anual, los datos se obtienen partiendo de una base administrativa. No obstante, en esta investigación no se incorpora la información de ambas fuentes en el mismo análisis, por lo que no se incurre en error metodológico.

El Informe Económico al Gobernador preparado por la Junta de Planificación de Puerto Rico, se utilizó como fuente de datos de las estadísticas macroeconómicas utilizadas en el análisis.

4.2 Estudio de los Factores Condicionantes Formales

Según se mencionó anteriormente, el segundo nivel de análisis de esta investigación se centró en los factores condicionantes formales. El objetivo de esta fase fue determinar cuál es el entorno institucional formal relacionado con la creación de empresas en Puerto Rico: las leyes y los reglamentos que aplican, las organizaciones de apoyo al proceso empresarial en el sector público y privado y los servicios que ofrecen dichas organizaciones.

En esta fase se recopiló información detallada de las leyes, los reglamentos, las entidades reguladoras y las organizaciones concernientes. Para ello se utilizaron las Leyes de Puerto Rico Anotadas (L.P.R.A.), la Internet, la prensa, el archivo histórico del periódico **El Nuevo Día**, visitas personales a las organizaciones para obtener folletos informativos y las entrevistas a personal de la Compañía de Fomento Industrial, la Administración de Fomento Comercial y la Oficina de Puerto Rico de la Administración de Pequeños Negocios de los Estados Unidos.

Como parte de esta segunda fase también se estudió el conocimiento y la valoración que tienen los empresarios fundadores de empresas nuevas sobre las organizaciones y los servicios de apoyo. Se realizaron entrevistas utilizando un cuestionario con preguntas cerradas en su mayoría. El cuestionario elaborado se nutrió significativamente de los hallazgos en torno a las instituciones formales y organizaciones obtenidos en el proceso de la investigación. (Ver Anexo 1). El objetivo principal de las entrevistas ha sido investigar si estos empresarios conocen las organizaciones de apoyo para la creación de empresas, si han utilizado los servicios que éstas ofrecen y, en caso de haberlos utilizado, analizar cómo los valoran. Las entrevistas tomaron aproximadamente una hora en llevarse a cabo.

Para efectos de esta investigación *empresas nuevas* son definidas como aquellas fundadas hace cinco años o menos. La búsqueda de una base de datos adecuada para la selección de la muestra fue complicada debido a que en Puerto Rico no existe actualmente un registro oficial de comerciantes que recopile las estadísticas de los negocios. En Puerto Rico es obligatorio por ley registrar en el Departamento de Estado las sociedades anónimas⁷. No obstante, para el registro de los negocios que tienen otro tipo de organización jurídica es necesario recurrir a las patentes municipales. Habiendo en Puerto Rico 78 municipios y existiendo de por medio un trámite burocrático complejo, ésta no representaba una alternativa eficiente para obtener el marco muestral. Dadas estas limitaciones, fue necesario recurrir a la opción de los directorios comerciales. Se requería un directorio que agrupe un número grande de empresas de todos los sectores económicos y que incluya la información de año de fundación de la empresa y la clasificación por municipio, criterios básicos para la

selección de la muestra. Después de considerar distintos directorios, se seleccionó el **Business Register**, directorio comercial de Puerto Rico que agrupa alrededor de 8,000 empresas de todos los sectores económicos. De éstas se eliminaron las empresas fundadas con anterioridad al 1994; se obtuvo un marco de muestreo final de 762 empresas. Los datos técnicos de la muestra se presentan en el **Cuadro 4.1**.

Cuadro 4.1
Ficha Técnica
Muestra de Empresarios Fundadores de Empresas Nuevas

Universo	762
Ambito	Puerto Rico
Tamaño muestral	50 empresas nuevas
Error muestral	+/- 13.8 %
Nivel de confianza	95% Z= 1.96 p=q= 0.5
Diseño muestral	Muestreo aleatorio estratificado según una afijación proporcional por región
Fecha del trabajo de campo	junio, julio, agosto y septiembre de 2000

4.3 Estudio de los Factores Condicionantes Informales

El tercer nivel de análisis de esta investigación estuvo dirigido al estudio de los factores condicionantes informales relacionados con la creación de empresas en Puerto Rico. El objetivo de esta fase fue analizar cuáles son las percepciones y actitudes de la población puertorriqueña en torno al proceso de creación de empresas y al empresario.

Esta fase consistió en la elaboración de un cuestionario y la realización de una encuesta a dos muestras. El instrumento utilizado estuvo basado en uno creado por los doctores Veciana y Genescà para un estudio realizado en España a principios de los años ochenta (Genescà y Veciana, 1984). A este instrumento se le añadieron preguntas relacionadas con la percepción de viabilidad de crear una nueva empresa y con la imagen que la sociedad tiene del empresario, de acuerdo con el modelo de potencial empresarial desarrollado

⁷ Se refiere a las corporaciones, según la Ley de Corporaciones de Puerto Rico

recientemente por Krueger y Brazeal (1994); también fue necesario adaptar algunos aspectos a la realidad de Puerto Rico (Ver Anexo 2). Dicho cuestionario fue utilizado posteriormente, adaptado para una muestra de estudiantes, en una investigación en la cual se estudian las actitudes de aquellos en torno a la creación de empresas y al empresario en España y Puerto Rico. En el artículo se comparan las respuestas de una muestra de estudiantes universitarios catalanes con las de los puertorriqueños (Veciana, Aponte y Urbano, 1999). (Ver Anexo 3).

El primer grupo encuestado lo compone una muestra de 500 personas representativa de la población puertorriqueña mayor de 21 años de edad. En este caso la encuesta se realizó telefónicamente. Para la selección de la muestra de población y la realización de la encuesta telefónica se contrataron los servicios de la agencia Casiano Communications, Inc. El cuadro 4.2 presenta la ficha técnica de la muestra de población

Cuadro 4.2
Ficha Técnica
Muestra de Población

Universo	1,000,000 de personas mayores de 21 años de edad residentes en Puerto Rico
Ambito	Puerto Rico
Tamaño muestral	500 personas mayores de 21 años de edad
Error muestral	+/- 4.38 %
Nivel de confianza	95% Z= 1.96 p=q= 0.5
Diseño muestral	Muestreo aleatorio estratificado según una afijación proporcional por región
Fecha del trabajo de campo	Del 29 de mayo al 13 de junio de 2000

La tabla 4.1 detalla la distribución, en términos absolutos y porcentuales, de las entrevistas realizadas.

Tabla 4.1
Distribución de las Entrevistas por Región

Región	Número de entrevistas	Porcentaje de población
San Juan Metro	175	35
San Juan Sub	65	13
Arecibo	40	8
Mayagüez	75	15
Ponce	80	16
Caguas	65	13
Total	500	100%

El cuadro 4.3 muestra la distribución de los municipios incluidos en cada región.

Cuadro 4.3
Distribución de los Municipios entre Regiones Geográficas

Región	Municipios Incluidos
San Juan Metro	Toa Baja, Bayamón, Cataño, Guaynabo, San Juan, Trujillo Alto, Carolina, Canóvanas y Loiza.
San Juan Sub	Río Grande, Luquillo, Fajardo, Ceiba, Vieques, Culebra, Manatí, Ciales, Vega Baja, Morovis, Orocovis, Vega Alta, Corozal, Barranquitas, Dorado, Toa Alta, Naranjito y Comerío.
Arecibo	Quebradillas, Camuy, Lares, Hatillo, Arecibo, Utuado, Barceloneta y Florida.
Mayagüez	Cabo Rojo, Lajas, Sabana Grande, San Germán, Hormigueros, Mayaguez, Maricao, Añasco, Las Marías, Rincón, Aguada, Moca, San Sebastián, Aguadilla e Isabela.
Ponce	Guánica, Yauco, Adjuntas, Guayanilla, Peñuelas, Jayuya, Ponce, Juana Díaz, Villalba, Coamo, Santa Isabel, Aibonito, Salinas, Guayama, Arroyo, Patillas y Maunabo.
Caguas	Aguas Buenas, Cidra, Cayey, Caguas, Gurabo, San Lorenzo, Juncos, Las Piedras, Yabucoa, Humacao y Naguabo.

El segundo grupo encuestado lo compone una muestra de 435 estudiantes universitarios puertorriqueños. En este caso la encuesta se realizó personalmente al inicio de una sesión de clase. Como se señaló anteriormente, el cuestionario administrado a la muestra de estudiantes es una adaptación del utilizado en las entrevistas a la población. En la muestra de estudiantes estuvieron representados los principales centros docentes públicos (Universidad de Puerto Rico- UPR) y privados (Universidad Interamericana - UIA) del País. En el primer caso se incluyeron recintos en el área metropolitana, centro y oeste de

Puerto Rico. En el segundo caso se visitó el recinto metropolitano. Las unidades universitarias seleccionadas para administrar los cuestionarios fueron las siguientes: Universidad de Puerto Rico, Recinto de Cayey; Universidad de Puerto Rico, Recinto de Mayagüez; Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras y Universidad Interamericana, Recinto Metropolitano. La muestra incluyó estudiantes de administración de empresas, economía e ingeniería. El cuadro 4.4 presenta la ficha técnica de la muestra de estudiantes universitarios.

Tabla 4.4
Ficha Técnica
Muestra de Estudiantes Universitarios

Universo	Aproximadamente 15,000 estudiantes matriculados en estas universidades en las titulaciones de Administración de Empresas, Economía, e Ingeniería
Ámbito	UPR, Río Piedras, Mayagüez, Cayey; UIA, Metro
Tamaño muestral	435 estudiantes universitarios en las titulaciones de Administración de Empresas, Economía e Ingeniería
Error muestral	+/- 4.70 %
Nivel de confianza	95% $Z= 1.96$ $p=q= 0.5$
Diseño muestral	Muestreo aleatorio estratificado según una afijación proporcional por titulación
Fecha del trabajo de campo	Febrero y marzo de 1999

Los datos obtenidos tanto en las entrevistas realizadas a empresarios fundadores de empresas nuevas como los conseguidos en las entrevistas telefónicas efectuadas a la población y los de la encuesta dirigida a los estudiantes fueron analizados con el programa SPSS.

CAPITULO 5
MARCO MACROECONÓMICO DE LA CREACION DE EMPRESAS
EN PUERTO RICO

En este capítulo se hace un análisis macroeconómico de la estructura de los establecimientos comerciales y la creación de empresas en Puerto Rico, utilizando datos del **Censo Económico para Puerto Rico** preparado por el Negociado del Censo del Departamento de Comercio de los Estados Unidos. También se emplean el **County Business Patterns (CBP) para Puerto Rico**, publicación anual de dicho Negociado, y el **Informe Económico al Gobernador** preparado por la Junta de Planificación de Puerto Rico.⁸

En la primera parte del capítulo se analizan la distribución de los establecimientos comerciales en Puerto Rico, categorizados por tamaño a base del número de empleados, y los empleos correspondientes a cada categoría. Todos los datos presentados corresponden a los ocho grupos principales que, según las estadísticas del censo, componen el sector económico: manufactura, servicios, comercio minorista, comercio mayorista, construcción, agricultura y minería, transporte y finanzas, bienes raíces y seguros.⁹ El período estudiado comprende desde el año 1967 hasta el 1997, último año para el cual hay disponibles cifras del censo económico. Dado que el censo se realiza cada cinco años, los datos presentados corresponden a aquéllos en que el mismo ha sido realizado.

En la segunda parte del capítulo se analiza el nivel de actividad en la creación de empresas en Puerto Rico en las últimas dos décadas. El capítulo concluye con una discusión en torno a

⁸ Estas bases de datos fueron seleccionadas por las razones explicadas en el Capítulo 4: Metodología.

la relación entre el indicador de nivel de actividad en la creación de empresas y una serie de indicadores macroeconómicos seleccionados.

5.1 Estructura de los Establecimientos Comerciales en Puerto Rico: Serie Histórica

5.1.1 Distribución por Tamaño según el Número de Empleados

En la **Tabla 5.1** se presenta la distribución de los establecimientos comerciales en Puerto Rico, categorizados por tamaño según el número de empleados, desde el primero de cada cinco años, a partir de 1967 hasta 1997. En la **Tabla 5.2** se presenta el número de establecimientos que corresponde a cada categoría de tamaño, expresado a base del porcentaje del total de establecimientos en todas las categorías para cada año. En la **Tabla 5.3** se presentan, para cada año, los porcentajes acumulados de establecimientos por categoría de tamaño.

Tabla 5.1
Todos los Sectores Económicos
Distribución de los Establecimientos Categorizados por
Tamaño a Base del Número de Empleados

	1967	1972	1978*	1982	1987	1992	1997
Total establecimientos	18,606	20,237	26,668	27,623	33,378	36,271	42,463
1-4 empleados	9,394	9,527	15,856	16,772	20,678	21,490	25,142
5-9 empleados	3,399	3,929	4,586	4,607	5,199	5,981	7,204
10-19 empleados	3,062	3,644	2,983	2,896	3,372	3,996	4,499
20-49 empleados	1,465	1,678	1,849	1,954	2,523	2,956	3,318
50-99 empleados	645	708	714	710	789	895	1,187
100-249 empleados	445	531	463	452	524	603	687
250-499 empleados	140	142	153	156	200	225	262
500-999 empleados	56	78	44	60	77	98	121
1,000 ó más empleados			20	16	16	27	43

Fuente: Censo Económico 1967, 1972, 1982, 1987, 1992, 1997

*El año 1977 no estuvo disponible. Se utilizó el CBP del año 1978 como aproximación

⁹ Según se explicó en el capítulo 4, desde el año 1997 se aplica el Sistema de Clasificación Industrial de Norte América (NAICS, por sus siglas en inglés: North American Industry Classification System). Este sistema sustituye el sistema anterior utilizado hasta la fecha.

Tabla 5.2
Todos los Sectores Económicos
Porcentaje de Establecimientos por Categoría de Tamaño

	1967	1972	1978*	1982	1987	1992	1997
	%	%	%	%	%	%	%
1-4 empleados	50.49	47.08	59.46	60.72	61.95	59.25	59.21
5-9 empleados	18.27	19.41	17.20	16.68	15.58	16.49	16.97
10-19 empleados	16.46	18.01	11.19	10.48	10.10	11.02	10.60
20-49 empleados	7.87	8.29	6.93	7.07	7.56	8.15	7.81
50-99 empleados	3.47	3.50	2.68	2.57	2.36	2.47	2.80
100-249 empleados	2.39	2.62	1.74	.01.64	1.57	1.66	1.62
250-499 empleados	.75	7.0	0.57	0.56	0.60	0.62	0.62
500-999 empleados	.30	.39	0.16	0.22	0.23	0.27	0.28
1,000 ó más empleados			0.07	0.06	0.05	0.07	0.10

Fuente: Censo Económico 1967, 1972, 1982, 1987, 1992, 1997

*El año 1977 no estuvo disponible. Se utilizó el CBP del año 1978 como aproximación

Tabla 5.3
Todos los Sectores Económicos
Establecimientos por Categoría de Tamaño
Porcentaje Acumulado

	1967	1972	1978*	1982	1987	1992	1997
	%	%	%	%	%	%	%
1-4 empleados	50.49	47.08	59.46	60.72	61.95	59.25	59.21
5-9 empleados	68.76	66.49	76.65	77.40	77.53	75.74	76.17
10-19 empleados	85.21	84.50	87.84	87.88	87.63	86.76	86.77
20-49 empleados	93.09	92.79	94.77	94.95	95.19	94.91	94.58
50-99 empleados	96.55	96.29	97.45	97.52	97.55	97.37	97.38
100-249 empleados	98.95	98.91	99.19	99.16	99.12	99.04	99.00
250-499 empleados	99.70	99.61	99.76	99.72	99.72	99.66	99.61
500-999 empleados	1.0000	1.0000	99.93	99.94	99.95	99.93	99.90
1,000 ó más empleados			1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

Fuente: Censo Económico 1967, 1972, 1982, 1987, 1992, 1997

*El año 1977 no estuvo disponible. Se utilizó el CBP del año 1978 como aproximación

En la **Tabla 5.1** se observa que la cantidad de establecimientos ha aumentado a partir de 1967 hasta 1997, en todas las categorías de tamaño. Resulta interesante el dato de que los establecimientos de 1,000 o más empleados no se registran en el Censo Económico antes del año 1977. Según se ha explicado anteriormente, esto coincide con la aprobación de la **Sección 936 del Código de Rentas Internas Federal**. El aumento en la cantidad de

establecimientos (tasa de crecimiento anual en la creación de empresas) es discutido más adelante, en la sección 5.2 de este capítulo.

Como puede observarse en las **Tablas 5.2 y 5.3**, en Puerto Rico sobre el 50 por ciento de los establecimientos comerciales tienen entre 1 y 4 empleados. Este patrón se ha acentuado en los últimos años. En la década de los años sesenta este grupo representaba el 50.49 por ciento del total de los establecimientos comerciales, y en el año 1997 representa el 59.21 por ciento. La segunda categoría de tamaño en importancia en términos de la cantidad de establecimientos que se incluye es, para todos los años observados, la de 5 a 9 empleados con alrededor del 17 por ciento de los establecimientos. La tercera categoría en importancia es la de 10 a 19 empleados. En este grupo, a diferencia del primero, se observa que el porcentaje que representa del total de establecimientos se ha reducido de un 16.46 por ciento en el año 1967 a un 10.6 por ciento en el año 1997. La participación porcentual de las categorías de 20-49 y 50-99 empleados se ha mantenido a través de los años. El primer grupo representa alrededor del 8 por ciento y el segundo cerca del 3 por ciento para todos los años. Asimismo, los establecimientos que tienen entre 100 y 499 empleados representan alrededor del 2 por ciento del total de establecimientos desde el año 1978. Por otro lado, los establecimientos con 500 empleados o más son únicamente el 0.3 por ciento del total de establecimientos.

En términos de porcentaje acumulado, los datos presentados en la **Tabla 5.3** indican que los establecimientos con 99 empleados o menos representaban para el año 1967 el 96.55 por

ciento del total de establecimientos, y que esa cifra aumentó a 97.38 por ciento en el año 1997. La misma fuente de datos revela que los establecimientos con 1,000 empleados o más comienzan a establecerse en Puerto Rico con posterioridad al 1976, año en que se creó la **Sección 936 del Código de Rentas Internas de los Estados Unidos**.¹⁰ La participación de esta categoría ha fluctuado moderadamente de 0.07 por ciento en el año 1978 a 0.10 por ciento en el 1997.

5.1.2 Empleos por Categoría de Tamaño

En las **Tablas 5.4, 5.5 y 5.6** se presentan desde el primero de cada cinco años, a partir de 1967 hasta 1997, los empleos que existían en los establecimientos comerciales de Puerto Rico, clasificados por tamaño a base del número de empleados. Los datos de la **Tabla 5.4** corresponden al total de empleados en cada categoría de tamaño. Los de la **Tabla 5.5** indican el número de empleados en cada categoría a base del porcentaje del total de empleados en todas las categorías de tamaño, y los de la **Tabla 5.6**, el porcentaje acumulado de empleados por categoría.

¹⁰ La Sección 936 del Código de Rentas Internas de los Estados Unidos le proveía exención del pago de contribuciones federales sobre el ingreso a las subsidiarias de corporaciones estadounidenses establecidas en Puerto Rico.

Tabla 5.4
Todos los Sectores Económicos
Empleados por Categoría de Tamaño

	1967	1972	1978*	1982	1987	1992	1997
Total empleados	317,584	380,601	413,710	413,722	481,111	565,600	681,052
1-4 empleados	15,254	16,120	31,167	32,765	33,663	36,181	41,310
5-9 empleados	17,923	20,494	33,218	32,738	34,279	39,409	47,662
10-19 empleados	36,311	43,991	43,700	41,270	45,564	54,095	60,921
20-49 empleados	44,569	51,714	58,630	61,262	77,106	89,443	100,542
50-99 empleados	44,842	49,074	51,017	49,405	54,478	61,840	81,337
100-249 empleados	67,073	80,880	72,336	70,550	80,352	93,597	104,040
250-499 empleados	47,186	47,887	55,198	54,296	68,308	77,645	89,609
500-999 empleados	44,426	70,441	30,795	40,297	52,639	65,710	83,010
1,000 ó más empleados			37,649	31,139	34,722	47,680	72,621

Fuente: Censo Económico 1967, 1972, 1982, 1987, 1992, 1997

*El año 1977 no estuvo disponible. Se utilizó el CBP del año 1978 como aproximación

Tabla 5.5
Todos los Sectores Económicos
Porcentaje de Empleados por Categoría de Tamaño

	1967	1972	1978*	1982	1987	1992	1997
Total empleados	%	%	%	%	%	%	%
1-4 empleados	4.80	4.24	7.53	7.92	7.00	6.40	6.07
5-9 empleados	5.64	5.38	8.03	7.91	7.12	6.97	7.00
10-19 empleados	11.43	11.56	10.56	9.98	9.47	9.56	8.95
20-49 empleados	14.03	13.59	14.17	14.81	16.03	15.81	14.76
50-99 empleados	14.12	12.89	12.33	11.94	11.32	10.93	11.94
100-249 empleados	21.12	21.25	17.48	17.05	16.70	16.55	15.28
250-499 empleados	14.86	12.58	13.34	13.12	14.20	13.73	13.16
500-999 empleados	13.99	18.51	7.44	9.74	10.94	11.62	12.19
1,000 ó más empleados			9.10	7.53	7.22	8.43	10.66

Fuente: Censo Económico 1967, 1972, 1982, 1987, 1992, 1997

*El año 1977 no estuvo disponible. Se utilizó el CBP del año 1978 como aproximación.

Tabla 5.6
Todos los Sectores Económicos
Empleados por Categoría de Tamaño
Porcentaje Acumulado

	1967	1972	1978*	1982	1987	1992	1997
Total empleados	%	%	%	%	%	%	%
1-4 empleados	4.80	4.24	7.53	7.92	7.00	6.40	6.07
5-9 empleados	10.45	9.62	15.56	15.83	14.12	13.36	13.06
10-19 empleados	21.88	21.18	26.13	25.81	23.59	22.93	22.01
20-49 empleados	35.91	34.77	40.30	40.62	39.62	38.74	36.77
50-99 empleados	50.03	47.66	52.63	52.56	50.94	49.68	48.71
100-249 empleados	71.15	68.91	70.11	69.61	67.64	66.22	63.99
250-499 empleados	86.01	81.49	83.46	82.73	81.84	79.95	77.15
500-999 empleados	1.0000	1.0000	90.90	92.47	92.78	91.57	89.34
1,000 ó más empleados			1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

Fuente: Censo Económico 1967, 1972, 1982, 1987, 1992, 1997

*El año 1977 no estuvo disponible. Se utilizó el CBP del año 1978 como aproximación.

La categoría de establecimientos que tienen de 1 a 4 empleados, la cual representaba alrededor del 60 por ciento de los establecimientos en el 1997, según se indica en la **Tabla 5.2**, tenía en ese año alrededor del 6 por ciento de los empleos totales. En conjunto, los establecimientos con 99 empleados o menos representaron en dicho año cerca del 50 por ciento de los empleos. La categoría de 100 a 249 empleados tiene el 15.28 por ciento del empleo, a pesar de que representa sólo el 1.62 por ciento del total de establecimientos y su participación en el empleo se ha reducido de un 21.12 por ciento en el año 1967 a un 15.28 por ciento en el 1997. La categoría de 1,000 empleados o más, aunque representa sólo el 0.3 por ciento de los establecimientos, tenía alrededor del 11 por ciento de los empleos en el año 1997.

En el caso de los Estados Unidos, según ilustra la **Tabla 5.7**, la distribución de establecimientos por tamaño y los empleos generados por categoría son muy similares a los de Puerto Rico. No obstante, es preciso tratar detenidamente el tema de los propietarios de dichos establecimientos, según se discute más adelante.

Tabla 5.7
Puerto Rico y Estados Unidos
Porcentajes de Establecimientos y Empleados por Categoría de Tamaño
Todos los Sectores Económicos

Categoría	Puerto Rico	Estados Unidos	Puerto Rico	Estados Unidos
	Establecimientos (%)	Establecimientos (%)	Empleos (%)	Empleos (%)
Menos de 20 empleados	86.77	86.70	22.01	25.59
20 – 99 empleados	10.61	10.99	26.70	29.06
100–499empleados	2.24	2.05	28.44	25.52
500–999empleados	.3	.2	12.19	7.12
Más de 1,000 empleados	.1	.1	10.66	12.75

Fuente: Censo Económico

***Los datos de Puerto Rico corresponden a 1997.**

***Los datos de Estados Unidos corresponden a 1996.**

La categoría de 20 empleados o menos representa en ambos países el 87 por ciento de los establecimientos. En los Estados Unidos esta categoría genera el 26 por ciento de los empleos y en Puerto Rico el 22 por ciento. La categoría de 20 -99 empleados representa alrededor del 11 por ciento de los establecimientos en ambos países y genera 29 por ciento de los empleos en los Estados Unidos y 27 por ciento en Puerto Rico. La categoría de 100-499 empleados representa el 2 por ciento del total de establecimientos tanto en los Estados Unidos como en Puerto Rico y genera el 26 por ciento y 28 por ciento de los empleos, respectivamente, en dichos países. Asimismo, la categoría de 500- 999 empleados representa únicamente el 0.2 por ciento de los establecimientos en Estados Unidos y el 0.3 por ciento en el caso de Puerto Rico, con unos porcentajes de empleo de 7 por ciento y 12 por ciento en estos países, respectivamente. Manteniendo el patrón similar de ambas economías, la categoría de 1,000 empleados o más representa en ambos casos el porcentaje más bajo de establecimientos: 0.1 por ciento del total, aunque genera el 13 por ciento de los empleos en los Estados Unidos y 11 por ciento en Puerto Rico.

De acuerdo con los datos presentados, los establecimientos con 99 empleados o menos representan el 97.38 por ciento del total de establecimientos en Puerto Rico y el 97.69 por ciento en los Estados Unidos. Este grupo genera el 48.71 por ciento de los empleos en Puerto Rico y el 54.65 por ciento en los Estados Unidos. Al añadir la categoría de 100- 499 empleados, el porcentaje acumulado es de 99.62 por ciento del total de establecimientos en Puerto Rico y 99.74% en los Estados Unidos.

Actualmente en Puerto Rico no existe una definición oficial de pequeño o mediano negocio. Se utilizan las definiciones de la Administración de Pequeños Negocios de los Estados Unidos (**SBA**, por sus siglas en inglés: Small Business Administration), que tiene jurisdicción en Puerto Rico, y las de la Administración de Fomento Comercial (**AFC**). **SBA** establece categorías de tamaño según el tipo de industria. Como se observa en la **Tabla 5.8**, éstas varían de acuerdo con el criterio utilizado: volumen de ventas o número de empleados.

Tabla 5.8
Criterios Utilizados por SBA para la
Clasificación de Empresas por Tamaño

Sector	Límites Máximos para Diferentes Sectores Económicos
Manufactura	500 a 1,500 empleados
Comercio Mayorista	100 empleados
Comercio Minorista	\$5 MM-\$21MM en ventas anuales
Servicio	\$2.5MM a \$21.5MM en ingresos anuales
Construcción	\$13.5MM-\$17MM en ventas anuales
Agrícola	\$0.5MM -\$9MM en ventas anuales

Fuente:Rodríguez, 2000: 73.

Los criterios utilizados por la **AFC** para clasificar los negocios por tamaño son más restrictivos que los de **SBA**. Esta agencia define un negocio pequeño como todo negocio independiente que opera bajo la supervisión de su dueño, quien en la mayor parte de los casos es su propio administrador, no importa que esté organizado como corporación. Los mismos se caracterizan por su mercado limitado y dependen del crédito comercial y bancario para poder operar (Documento **AFC**). No obstante, esta agencia ha establecido unos criterios específicos por sector para definir el tamaño de las empresas. La **Tabla 5.9** presenta dichos criterios.

Tabla 5.9
Crterios Utilizados por la Administraci3n de Fomento Comercial
para la Clasificaci3n de Empresas por Tama1o

Sector	Volumen de Ventas Anuales	N1mero de Empleados
Mayoristas		
Peque1as	Menos de \$2,000,000	Menos de 15
Medianas	\$2,000,000 a \$8,000,000	15 a 25
Grandes	M1s de \$8,000,000	M1s de 25
Minoristas		
Peque1as	Menos de \$500,000	Menos de 15
Medianas	\$500,000 a \$2,000,000	15 a 25
Grandes	M1s de \$2,000,000	M1s de 25
Servicios		
Peque1as	Menos de \$100,000	Menos de 15
Medianas	\$100,000 a \$1,000,000	15 a 25
Grandes	M1s de \$1,000,000	M1s de 25

Fuente: Administraci3n de Fomento Comercial

Seg1n las definiciones de tama1o presentadas en las **Tablas 5.8 y 5.9**, casi la totalidad de los establecimientos comerciales que operan en Puerto Rico caen bajo la clasificaci3n de peque1o o mediano. No obstante, no se debe concluir en base a esos datos que las peque1as empresas son el motor de la econom1a puertorrique1a. Llegar a conclusiones con respecto al tama1o de las *empresas* utilizando estad1sticas de *establecimientos*, es err3neo y pueden inferirse conclusiones equivocadas. Esto se debe a que la multiplicidad de establecimientos de las empresas grandes figura en las estad1sticas entre los establecimientos peque1os, de acuerdo con el total de empleados y ventas que cada uno genera individualmente. Al ignorar que dichos establecimientos son parte de la misma empresa, se pasa por alto que de hecho son parte de empresas grandes que tienen una participaci3n significativa de la actividad comercial en sus respectivos sectores. Existe una limitaci3n en t1rminos de disponibilidad de informaci3n para realizar un an1lisis por *empresa* en los distintos sectores econ3micos. No obstante, a continuaci3n efectuamos este tipo de an1lisis para el sector de venta minorista,

utilizando como base de datos la publicación **White Pages del Caribbean Business** (1998, 2000).

De acuerdo con la información disponible, se incluyen las empresas de mayor tamaño en los grupos de tiendas por departamentos, supermercados, farmacias y restaurantes de comida rápida. El objetivo es observar la participación de las empresas grandes en las ventas anuales y los empleos del sector. Se seleccionó el comercio ya que, según se explica más adelante, en el año 1997 este sector aportaba el 13.95 por ciento¹¹ del Producto Interno Bruto (**PIB**), y representaba el tercero de mayor aportación a la economía, después de manufactura y finanzas. Hacer el análisis para los sectores de manufactura y finanzas no resultaría tan interesante por conocerse que éstos están compuestos fundamentalmente por empresas grandes. El análisis en el sector de servicios sería ciertamente muy interesante. No obstante, la publicación utilizada provee más información del sector de comercio que de servicios. Este análisis no es exhaustivo, por no disponer de la totalidad de la información necesaria, pero ofrece una clara idea de la importancia relativa de las empresas grandes en el comercio minorista.

A continuación se presentan las empresas más grandes en algunos de los subsectores del comercio minorista Siguiendo los criterios utilizados por **SBA** para la clasificación de empresas por tamaño (ver **Tabla 5.8**), las 27 empresas incluidas en la **Tabla 5.10** se definen como empresas grandes según sus ventas anuales. Se incluyeron todas las empresas del listado del **Caribbean Business** con ventas anuales mayor a \$21 millones. La tabla

¹¹ Este 13.95 se refiere a la aportación del sector de comercio, incluyendo comercio minorista y mayorista.

muestra las ventas anuales, número de establecimientos y total de empleados a tiempo completo de cada empresa para los años 1996 y 1998.

Tabla 5.10
Empresas Grandes del Sector de Comercio Minorista

Nombre de la Empresa	Ventas Anuales Brutas 1996	Ventas Anuales Brutas 1998	Número de Establecimientos 1996	Numero de Establecimientos 1998	Total Empleados Tiempo Completo 1996	Total Empleados Tiempo Completo 1998
Pueblo	877,000,000*	650,000,000	44	50	4,000	1,910
Kmart	575,000,000*	527,000,000*	22	23	4,000	2,000
Sears	400,000,000*	511,000,000*	11	11	1,066	3,800
Amigo	350,000,000	426,000,000	24	28	1,100	1,100
Supermercados Econo	232,356,000	400,000,000	43	43	1,559	1,078
Supermercados Grande	360,000,000	350,000,000	28	29	1,800	1,200
Wal-Mart	350,000,000*	315,000,000*	8	9	731	967
Walgreens	325,000,000*	373,333,332*	45	48	1,750	2,500
Plaza Gigante	290,000,000	291,000,000	19	22	450	570
El Amal	168,750,000*	170,000,000	50	N/D**	1,012	N/D**
Mr. Special	143,000,000	188,111,330	18	15	647	590
JC Penney	180,000,000	110,000,000	5	6	1,400	800
Pitusa	163,440,899	200,985,348	62	74	955	1,040
Supermercados Selectos	120,000,000	120,000,000	26	30	475	500
Supermercados Pitusa	92,771,764	120,431,738	10	12	558	700
Marshalls	104,000,000*	99,000,000*	12	12	N/D	700
Supermercados Mi Familia		100,000,000		31		160
Tiendas Capri	82,100,500	100,032,000	16	16	600	550
Frigorífico Pérez Hnos.	64,000,000*	68,000,000	1	1	49	N/D*
Ponce Cash & Carry	52,000,000	63,000,000	4	6	175	150
Topeka	57,452,380	44,215,562	9	7	380	240
Riviera	43,000,000	42,000,000	7	8	350	300
Hnos. Santiago Cash & Carry		40,000,000		1		60
Progreso Cash & Carry	38,605,990	39,895,439	3	3	175	140
La Reina	33,638,993	35,306,000	14	15	253	250
B&B Stores		30,000,000		15		N/D
Quijote Cash & Carry	20,663,000	23,000,000	3	1	200	180
TOTAL	\$5,122,779,526	\$5,437,310,749	484	566	24,385	22,546

* Estimado realizado por el **Caribbean Business**.

**Se utilizó el número del año anterior para efectos del total.

Fuente: White Pages, Caribbean Business 1998, 2000.

La **Tabla 5.11** presenta la misma información para el subsector de comida rápida del comercio minorista. En este caso, las empresas que aparecen en la primera columna se han establecido en Puerto Rico mediante el mecanismo de franquicias. Se incluyeron las empresas que habían provisto la información de ventas, siempre que éstas sobrepasen los cinco millones anuales, lo que las define como empresas grandes, de acuerdo con los criterios de SBA.

Tabla 5.11
Empresas Grandes
en el Sector de Comida Rápida

Nombre de Empresa	Ventas Anuales Brutas 1997	Ventas Anuales Brutas 1999	Número de Establecimientos 1997	Número de Establecimientos (Franquicias) 1999	Total Empleados Tiempo Completo 1997	Total Empleados Tiempo Completo 1999
Burger King	N/P	100,000,000 *	120	130	5,500	7,000
Mc Donald's	N/P	100,000,000 *	108	118	5,000	5,800
Ponderosa	39,800,000	47,000,000	20	22	1,530	1,200
Denny's	N/P	20,000,000	12	13	575	800
Antonino's	10,000,000	14,784,000	39	44	351	425
Chili's Grill & Bar	10,000,000	N/P**	6	8	258	460
Sbarro		9,000,000		12		150
Pizzeria Uno	6,000,000	11,500,000	3	5	115	225
D Light's	3,000,000	N/P	5	6	125	96
TOTAL	289,000,000	315,284,000	313	358	13,454	16,156

*Las empresas no proveyeron la información. Se realizó un estimado conservador a base de las ventas y número de establecimientos de **Ponderosa**.

**Se utilizó el número del año anterior para efectos del total

Tabla 5.12

**Resumen de las Variables Relevantes
de las Empresas Grandes del Comercio Minorista**

Variables Relevantes	Grupo Empresas Comercio Minorista Tabla 5.10 1998	Grupo Empresas Comida Rápida Tabla 5.11 1999
Ventas anuales empresas grandes*	\$ 5,739,452,749	\$ 318,284,000
Ventas anuales del sector de comercio minorista	\$17,891,900,000	
Cantidad de empleos	22,546	16,156
Cantidad de establecimientos	566	358
Tasa de crecimiento en ventas**	6.14%	9.0%
Tasa de crecimiento en empleos**	(7.5%)	20.9%
Tasa de crecimiento en establecimientos**	16.9%	15.02%
Porcentaje de las ventas anuales del sector comercio minorista	32.1%	
Porcentaje de los empleos totales***	3.3%	2.38%
Porcentaje de los empleos del sector comercio minorista ***	13.84%	9.98%
Porcentaje de los establecimientos totales***	1.33%***	0.8%***
Porcentaje de los establecimientos del sector comercio minorista ***	6.6%	4.2%

* La suma de las ventas de las empresas grandes de la tabla 5.10 en el 1998 + el promedio de los años 1997-1999 de las ventas de las empresas de la tabla 5.11

**Tasa de crecimiento en dos años. La tasa de crecimiento promedio anual es la mitad.

*** Utilizando como base los datos totales del año 1997

Según se resume en la **Tabla 5.12**, el porcentaje total de establecimientos del grupo de empresas grandes del sector de comercio minorista (Tabla 5.10) resulta una proporción insignificante: 1.33 por ciento. Asimismo, la aportación de este grupo de empresas al total de los empleos es muy pequeña: 3.3 por ciento. Sin embargo, el grupo aporta el 13.84 por ciento a los empleos del sector de comercio minorista. Es pertinente observar que el volumen de ventas de estos dos grupos de empresas representan el 32.1 por ciento de las ventas anuales del sector.

Los datos de las empresas incluidas en la **Tabla 5.11** llevan a conclusiones similares: la aportación del grupo de empresas grandes de comida rápida al total de establecimientos y al total de empleos es insignificante: 0.8 por ciento y 2.38 por ciento respectivamente. El grupo representa el 4.2 por ciento del total de establecimientos del sector minorista y aporta el 9.9 por ciento de los empleos de dicho sector.

En términos de la tasa de crecimiento en empleos, se observa que aunque el primer grupo de empresas redujo su aportación al empleo en un 7.54 por ciento, el grupo de empresas en el subsector de comidas rápidas aumentó su aportación en 20.9 por ciento de 1997 a 1999, lo que representa una tasa promedio anual de 10.45 por ciento. En términos de la tasa de crecimiento en el número de establecimientos, se observa que el primer grupo de empresas aumentó la cantidad de establecimientos en 16.9 por ciento del 1996 al 1998, lo que representa una tasa de crecimiento promedio anual de 8.45 por ciento. El grupo de empresas de comida rápida aumentó la cantidad de establecimientos en 15.02 por ciento de 1997 al 1999, lo que revela una tasa de crecimiento promedio anual de 7.51 por ciento. Según se discute más adelante, estas tasas duplican la tasa general de creación de establecimientos.

El hecho de que la mayoría de los negocios sean empresas pequeñas en términos de cantidad, no significa necesariamente que éstas constituyan el motor de la economía. Para poder hacer esa afirmación es imprescindible examinar la participación de las mismas en el mercado en términos de ventas, así como su tasa de crecimiento. Se ha demostrado que las empresas

grandes, muchas de las cuales son extranjeras, abarcan un porcentaje significativo- alrededor del 32 por ciento- de las ventas del sector de comercio minorista.

5.2 Nivel de Actividad en la Creación de Empresas: Serie Histórica

Con el fin de determinar si ha habido un aumento en la creación de empresas, se utilizó la tasa de crecimiento anual en el número de establecimientos como indicador para analizar la actividad de creación de empresas en Puerto Rico en las últimas dos décadas.

El mencionado indicador se calculó para cada sector económico y de forma agregada para todos los sectores. Se optó por utilizar el indicador a pesar de que con el mismo no se toma en consideración la cantidad de establecimientos cerrados en cada período, debido a la ausencia de estadísticas específicas de empresas creadas y empresas cerradas cada año. Además de la tasa de crecimiento de cada sector económico, también se analiza la aportación de los mismos al **Producto Interno Bruto** del País.

Las **Tablas 5.13 y 5.14** muestran el indicador de nivel de actividad en la creación de empresas calculado tanto en el nivel agregado como por sector económico para las décadas del ochenta y el noventa.

Tabla 5.13
Tasa de Crecimiento Anual en la Creación de Empresas
Década del Ochenta

	1980-81	1981-82	1982-83	1983-84	1984-85	1985-86	1986-87	1987-88	1988-89	1989-90
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Todos Sectores Económicos	(1.40)	2.41	13.18	(1.31)	3.37	2.28	2.32	2.05	1.91	2.43
Manufactura	(2.84)	1.95	6.50	(2.66)	(1.41)	(2.77)	(1.48)	(3.32)	(2.10)	(3.84)
Servicios	0.24	7.59	7.77	(2.04)	0.57	.003	1.13	(1.98)	2.12	3.48
Minoristas	(3.51)	6.23	10.46	(5.72)	(1.98)	(1.48)	(0.37)	(4.13)	0.83	(1.79)
Mayoristas	(3.41)	(0.88)	6.39	(2.51)	(0.45)	0.20	(0.86)	(2.15)	(0.63)	(0.32)
Construcción	(8.08)	(6.25)	15.10	(6.15)	(5.69)	(1.84)	1.88	(5.32)	(0.54)	(3.37)
Agricultura	2.60	1.27	(1.25)	(6.33)	13.51	(9.52)	(9.21)	(1.45)	1.47	2.90
Transporte y otros Servicios Públicos	(4.66)	11.21	0.78	(3.97)	0.53	0.40	1.19	(3.14)	(0.67)	11.28
Finanzas, Sseguros y Bienes Raíces	(1.33)	4.53	(3.77)	(0.70)	(4.53)	3.08	(0.42)	(2.58)	2.41	12.29

Cálculos efectuados a base de las estadísticas del **County Business Patterns** para Puerto Rico

Tabla 5.14
Tasa de Crecimiento Anual en la Creación de Empresas
Década del Noventa

	1990-91	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97
	%	%	%	%	%	%	%
Todos los Sectores Económicos	0.52	1.48	2.0	2.15	2.76	4.33	4.81
Manufactura	(4.59)	(0.55)	32.96	(5.13)	(2.85)	9.45	1.62
Servicios	0.78	4.04	30.85	(0.90)	1.75	31.49	6.44
Minoristas	(0.50)	5.30	33.56	(1.70)	(2.40)	11.14	4.79
Mayoristas	(1.16)	0.11	33.49	(3.51)	(3.89)	15.18	3.10
Construcción	0.22	6.61	52.16	(2.90)	7.0	40.18	5.53
Agricultura	14.08	9.88	(6.74)	1.20	13.10	64.21	10.26
Transporte y otros Servicios Públicos	0.37	13.14	11.08	(0.58)	(1.75)	43.83	6.98
Finanzas, Seguros y Bienes Raíces	(1.13)	(3.58)	0.45	1.12	3.05	32.26	4.96

Cálculos efectuados a base de las estadísticas del **County Business Patterns** para Puerto Rico

Según se observa en las **Tablas 5.13 y 5.14**, a nivel agregado el indicador de nivel de actividad en la creación de empresas tuvo fluctuaciones erráticas que oscilaron en la década de los años ochenta, entre un negativo máximo de -1.40 por ciento en el periodo 1980-81, y 13.18 por ciento en el 1982-83. En el resto de los años de dicha década, el indicador se mantuvo entre un dos y un tres por ciento y alcanzó un promedio anual de 2.76 por ciento. En los años noventa el indicador ha seguido una tendencia ascendente: ha aumentado de 0.52 por ciento en el periodo 1990-91 a 4.81 por ciento en el 1996-97, lo cual refleja un promedio anual de 2.58 por ciento en la década. La tasa de creación de empresas correspondiente a los años 1995-96 y 1996-97 duplicó la tasa anual promedio del primer quinquenio de la década y excedió la cifra correspondiente a todos los años comprendidos entre el 1980-81 y el 1996-97, excepto la del año 1982-83.

El análisis por sector económico muestra que en la década de los años ochenta, la tasa de creación de establecimientos en el sector de manufactura fue negativa para todos los periodos excepto el de 1981-82 y el de 1982-83. En los años noventa la tasa refleja valores negativos en cuatro de los siete periodos para los cuales tenemos datos disponibles. El sector de servicios, por el contrario, presenta tasas positivas de creación de establecimientos en ocho de los diez periodos de la década del ochenta y en seis de los siete periodos de la década del noventa. En el período 1996-97 la tasa de creación de establecimientos en el sector de servicios fue de 6.44 por ciento, la mayor después del sector de agricultura, mientras que la del sector de manufactura fue de 1.62 por ciento. En el sector de comercio

(minorista y mayorista) se observa una tasa de creación de establecimientos negativa en ocho periodos en la década de 1980 y en tres de los siete periodos en la década del noventa. El sector de la construcción presenta una tasa negativa de creación de establecimientos en siete de los diez periodos de la década del ochenta, aunque positiva en todos los períodos de la década del noventa, excepto en el año 1993-94. El sector agrícola es el único que presenta tasas de creación de establecimientos de dos dígitos en los últimos tres periodos presentados. Por otro lado, el sector de finanzas, bienes raíces y seguros presenta tasas de crecimiento negativas en seis períodos de los años ochenta y los primeros dos de los años noventa, exhibiendo una tasa de crecimiento en establecimientos de 4.96 por ciento en el año 1996. El sector de transporte, revela tasas de crecimiento negativas en cuatro de los periodos de los años ochenta y en dos de los años noventa. En el último año estudiado, dicho sector presenta una tasa de crecimiento de 6.99 por ciento, similar a la del sector de servicios.

La **Tabla 5.15** presenta la aportación de cada sector económico al **PIB**, en todos los años estudiados de la década del noventa.

Tabla 5.15
Aportación de cada Sector Económico
al Producto Interno Bruto (PIB)
Década del Noventa

Sector Económico	1990 %	1991 %	1992 %	1993 %	1994 %	1995 %	1996 %	1997 %
Manufactura	39.62	39.21	40.96	41.78	42.20	41.90	40.73	40.05
Servicios	9.85	10.29	10.34	10.59	10.92	11.08	11.08	11.02
Comercio (Minoristas y Mayoristas)	15.45	14.97	14.41	14.36	14.20	14.04	13.85	13.95
Construcción	2.35	2.39	2.31	2.37	2.34	2.36	2.38	2.61
Agricultura	1.42	1.39	1.21	1.11	0.93	0.75	0.83	0.96
Transporte	8.06	8.27	8.17	8.15	7.90	7.68	7.86	7.78
Finanzas, Seguros y Bienes Raíces	12.73	13.34	13.27	13.26	13.22	13.44	13.60	14.35

Cálculos efectuados a base de las estadísticas del Informe Económico al Gobernador 1999

Según se mencionó anteriormente, a pesar de que la tasa de crecimiento en el número de establecimientos en el sector de manufactura se redujo significativamente de 9.45 por ciento a 1.62 por ciento (ver **Tabla 5.8**) en el último periodo estudiado, este sector continúa siendo el de mayor aportación al **PIB**, con una aportación de 40.05 en el año 1997, según se indica en la **Tabla 5.15**. Por otro lado, la aportación del sector de servicios al **PIB** aumentó moderadamente, de 9.85 por ciento al principio de la década del noventa a 11.02 por ciento al final de la misma. El sector de comercio minorista y mayorista redujo moderadamente su

aportación al **PIB** de un valor máximo de 15.45 por ciento en el 1990 a 13.95 por ciento en el 1997. La aportación del sector de construcción al **PIB** se ha mantenido alrededor de 2.3 por ciento durante la década. Por otro lado, el sector agrícola, aunque presenta una tasa de creación de establecimientos de dos dígitos en los últimos tres periodos, ha reducido su aportación al PIB de un valor máximo de 2.63 por ciento en el año 1980 a 0.96 por ciento en el 1997. El sector de finanzas, seguros y bienes raíces ha mantenido su aportación aproximadamente en el 13 por ciento para todos los años, mientras que el transporte continúa aportando cerca del 8 por ciento.

El orden de importancia relativa de los sectores económicos en términos de la aportación de cada uno al **PIB** del año 1997 era el siguiente: manufactura, finanzas, seguros y bienes raíces, comercio (minorista y mayorista), servicios, transporte, construcción y agricultura. Se observa que en términos de aportación al **PIB**, el sector principal de la economía continúa siendo el de manufactura. Asimismo, la agricultura se mantiene ocupando un lugar rezagado.

5.3 Nivel de Actividad en la Creación de Empresas e Indicadores Macroeconómicos

El hecho de que el indicador de creación de empresas en los periodos 1995-96 y 1996-97 duplique la tasa anual promedio de los cinco años anteriores sugiere de primera instancia un crecimiento en la actividad empresarial local y, por consiguiente, un futuro alentador en términos económicos para Puerto Rico. Según ilustra la **Tabla 5.16**, por ejemplo, dicho aumento coincide con una reducción en la tasa de desempleo y un aumento en la tasa de ocupación laboral. La tasa de desempleo se redujo de 17 por ciento al principio de la década

del ochenta a 13.1 por ciento en el período 1996-97. Por otro lado, la tasa de ocupación laboral creció de 43.3 por ciento a 47.2 por ciento en dicho período.

Tabla 5.16
Tasa de Crecimiento de las Nuevas Empresas,
Desempleo y Ocupación Laboral
Años Seleccionados

Años	Tasa de Crecimiento de las Nuevas Empresas	Tasa de Desempleo*	Tasa de Ocupación Laboral**
1980-81	(1.40%)	17.0%	43.3%
1985-86	2.28%	21.4%	42.2%
1990-91	0.52%	15.2%	45.5%
1991-92	1.48%	16.5%	45.8%
1992-93	2.0%	16.8%	46.2%
1993-94	2.15%	16.0%	46.9%
1994-95	2.76%	13.8%	46.1%
1995-96	4.33%	13.8%	45.9%
1996-97	4.81%	13.1%	47.2%

Fuente: Informe Económico al Gobernador

***Desempleados/Grupo de trabajadores activos**

**** Grupo de trabajadores activos/Total de personas mayores de 16 años de edad**

No obstante, los datos presentados no nos permiten establecer cuál ha sido la relación entre la tendencias observadas en la tasa de crecimiento empresarial y las variables de desempleo y la tasa de participación en la fuerza laboral. Con el fin de tratar de aclarar dicha relación se discute a continuación la relación del indicador de nivel de actividad en la creación de empresas con las siguientes variables macroeconómicas seleccionadas: **Producto Interno Bruto (PIB), Producto Nacional Bruto (PNB)**, ahorro nacional, inversión interna, deuda del consumidor, transferencias federales y emigración.

5.3.1 Producto Interno Bruto y Producto Nacional Bruto

La **Tabla 5.17** presenta las cifras nominales del **Producto Interno Bruto (PIB)** y del **Producto Nacional Bruto (PNB)** de Puerto Rico para los años seleccionados. También se presentan las cifras correspondientes a la brecha entre el **PIB** y el **PNB**, expresadas como porcentaje del **PNB**¹².

Tabla 5.17
Producto Interno Bruto y
Producto Nacional Bruto
Años Seleccionados

Años	Producto Interno Bruto (millones \$)	Producto Nacional Bruto (millones \$)	Brecha PIB-PNB (millones \$)	Brecha % PNB
1950	723.9	754.5	-30.6	
1960	1,691.9	1,676.4	15.5	0.9%
1970	5,034.7	4,687.5	347.2	7.4%
1978	11,172.4	8,994.0	2,178.4	24.2%
1980	14,436.1	11,064.6	3,371.5	30.47%
1985	20,289.2	15,002.2	5,287.0	35.24%
1990	30,603.9	21,619.1	8,984.8	41.56%
1991	32,287.0	22,809.0	9,478	41.55%
1992	34,630.4	23,696.4	10,934	46.14%
1993	36,922.5	25,132.9	11,789.6	46.91%
1994	39,690.6	26,640.9	13,049.7	48.98%
1995	42,606.5	28,412.5	14,194	49.96%
1996	45,504.8	30,253.7	15,251.1	50.41%
1997	48,187.0	32,579.5	15,607.5	47.9%

Fuente: Informe Económico al Gobernador

Según se observa en la **Tabla 5.17**, en el año 1950, cuando todavía no se hacían sentir los efectos de la implantación de la *Operación Manos a la Obra*, comentada en el **Capítulo 1**, el **PNB** de Puerto Rico superaba el **PIB**. Es a finales de la década del cincuenta cuando comienza a crearse la brecha (**PIB-PNB**). En el año 1960, ésta representaba un modesto 0.9

¹² **Producto Interno Bruto (PIB)** – Valor de los bienes y servicios finales producidos *dentro de las fronteras de una economía*, y vendidos en el mercado durante un período de tiempo dado.

Producto Nacional Bruto (PNB)– Valor de los bienes y servicios finales producidos *por los factores de producción de una economía* y vendidos en el mercado durante un período de tiempo dado.

$$\text{PNB} = \text{PIB} - (\text{rfe} - \text{rfn})$$

por ciento del PNB. En el año 1978, después de haberse aprobado la **Sección 936 del Código de Rentas Internas Federal**, como se ha explicado anteriormente, la brecha comienza a acercarse a un 25 por ciento del **PNB**. Posteriormente, la diferencia (**PIB – PNB**) en términos absolutos aumentó de 3,371.5 millones de dólares en el año 1980 a 15,844.3 millones de dólares en el año 1997, lo que representa que se ha quintuplicado con respecto al inicio de la década de 1980. El año 1996 muestra una brecha (**PIB – PNB**) sin precedente que supera el 50 por ciento del **PNB**. A pesar de que la brecha como porcentaje del **PNB** se reduce moderadamente en el año 1997, la tendencia en los últimos dos años es que esta situación se ha seguido agudizando. En el año 1999 la brecha ascendió a \$21, 717.5 millones de dólares, lo que representa el 56 por ciento del **PNB** de ese año.

Una amplia brecha entre el **PIB** y el **PNB** responde típicamente a economías en las cuales no existe una base empresarial nativa amplia (Méndez, 1997). Dado que el valor de los bienes y servicios producidos *en* Puerto Rico (**PIB**) es mayor que el valor de lo producido *por* los puertorriqueños (**PNB**), las estadísticas apuntan a que una parte importante del aumento en el nivel de actividad en la creación de empresas se está llevando a cabo por extranjeros (personas naturales o jurídicas) propietarios de los establecimientos comerciales en Puerto Rico.

Los extranjeros pueden hacer negocios en Puerto Rico a través de diversos mecanismos:

1. Corporación foránea- La Ley de Corporaciones de Puerto Rico, Ley Número 144 del 10 de agosto de 1995, define una corporación foránea como *una corporación*

organizada con arreglo a las leyes de cualquier jurisdicción que no sea el Estado Libre Asociado de Puerto Rico (sección 3161).

2. Corporación doméstica – El Departamento de Estado define corporación doméstica como *las que se crean conforme a la Ley General de Corporaciones de Puerto Rico.*

La ley no estipula nada en términos de la procedencia del capital.

3. Franquicias
4. Propietario individual (dba- *doing business as*)

Independientemente del mecanismo a través del cual los extranjeros hagan negocios en Puerto Rico, las ganancias del establecimiento operado salen del País en la forma del pago de dividendos a los propietarios del capital del negocio. Estas rentas percibidas por los extranjeros en Puerto Rico forman parte del *PIB* y contribuyen a ampliar la brecha (**PIB-PNB**). Por esta razón, para estimar el **PNB**, hay que restar del **PIB** la diferencia entre las rentas percibidas por los factores de producción extranjeros en la economía local y las percibidas por los factores de producción nacionales en el exterior, según se indica matemáticamente en la ecuación al pie de la página 85.

El éxodo de los fondos representado por la diferencia (**rfe-rfn**) en la mencionada ecuación tiene un efecto negativo crítico en la economía nacional de Puerto Rico, por cuanto implica que un porcentaje mayor del ingreso nacional no está disponible para la reinversión y financiamiento del desarrollo económico futuro.

rfe- Rentas percibidas por los factores de producción extranjeros en la economía local

Efectivamente, los cálculos realizados en la sección anterior señalan que las empresas grandes tienen una participación significativa de la actividad económica en el sector de comercio minorista, al alcanzar un nivel de ventas anual que representa sobre el 30 por ciento de las ventas anuales del sector. Es importante destacar que de las empresas incluidas en la **Tabla 5.10**, alrededor de una cuarta parte son extranjeras, particularmente estadounidenses: Kmart, Sears, Wal-Mart, Walgreens, JC Penney, Marshalls y Pueblo (venezolana). A pesar de que éstas representan sólo la cuarta parte del total de empresas grandes incluidas en dicha tabla, las ventas anuales de las mismas representan el 47.55 por ciento del total de ventas del grupo. Por otro lado, de las nueve empresas grandes de comida rápida incluidas en la **Tabla 5.11**, la única franquicia puertorriqueña es Antonino's, cuyas ventas representan el 4.6 por ciento del total de ventas del grupo. Según se explicó anteriormente, las ganancias de estos establecimientos extranjeros en Puerto Rico salen del País en la forma del pago de dividendos a los propietarios del capital, lo que contribuye a ampliar la brecha (**PIB-PNB**).

5.3.2 Ahorro Nacional e Inversión Interna

El análisis del ahorro personal nacional apunta también a una alta dependencia del capital extranjero. La **Tabla 5.18** muestra los niveles del ingreso nacional disponible, el gasto de consumo personal y el ahorro personal así como la inversión interna para los años seleccionados.

Tabla 5.18
Ingreso Personal Disponible, Gasto de Consumo,
Ahorro Personal e Inversión Interna
Años Seleccionados
(en millones de dólares)

Años	Ingreso Personal Disponible	Gastos de Consumo Personal	Ahorro	Ahorro / Ingreso Disponible	Inversión Interna	Ahorro / Inversión
1950	637.8	662.5	(24.7)	(3.87%)	111.4	(22%)
1960	1,333.5	1,397.6	(64.1)	(4.81%)	354.9	(18.06%)
1970	3,564.8	3,746.5	(181.7)	(5.09%)	1,401.6	(12.9%)
1978	8,460.6	9,043.0	(582.4)	(6.88%)	1,735.1	(33.57%)
1980	10,493.5	11,118.0	(624.5)	(5.95%)	2,029.6	(30.77%)
1985	13,759.9	15,057.4	(1,297.5)	(9.43%)	2,345.5	(55.32%)
1990	19,914.0	19,827.2	86.8	0.4%	4,770.7	1.8%
1991	20,632.4	20,460.7	171.7	0.8%	5,006.2	3.4%
1992	21,536.3	21,520.9	15.4	0.07%	5,042.2	0.3%
1993	23,195.2	22,818.5	376.7	1.6%	5,552.2	6.7%
1994	24,247.6	24,429.6	(182.0)	(0.8%)	5,882.7	(3.09%)
1995	25,590.9	25,923.3	(332.4)	1.3%	6,558.9	(5.07%)
1996	27,975.9	27,831.0	144.9	0.5%	7,589.9	1.9%
1997	30,607.2	30,010.8	596.4	1.9%	8,528.7	6.9%

Fuente: Informe Económico al Gobernador

Según muestra la **Tabla 5.18**, para todos los períodos comprendidos entre los años 1950 y 1985, el ingreso personal disponible del puertorriqueño fue menor que el gasto de consumo personal, lo que resultó en niveles de ahorro negativos. Entre los años 1990 a 1993, a pesar de que se exhiben niveles de ahorro positivos, éstos son extremadamente bajos. Dichos niveles de ahorro oscilan entre un mínimo de 0.07 por ciento del ingreso disponible en el año 1992 y un 1.6 por ciento en el 1993. Los años 1994 y 1995 presentan nuevamente

niveles de ahorros negativos. El año 1996 exhibe un bajísimo ahorro de 0.5 por ciento del ingreso personal disponible que aumenta a 1.9 por ciento en el 1997. La columna cinco de la **Tabla 5.13** muestra la inversión interna de capital fijo realizada en el País en los años seleccionados. El ahorro nacional como porcentaje de la inversión interna bruta de capital fijo, osciló entre un mínimo de 0.3 por ciento en el año 1992 y uno máximo de 6.9 por ciento en el 1997, lo que hace evidente la dependencia del capital extranjero que tiene Puerto Rico para realizar dicha inversión.

5.3.3 Deuda del Consumidor y Transferencias Federales

Los altos niveles de consumo personal evidenciados en la **Tabla 5.13** son posibles en gran medida debido al alto grado de endeudamiento del consumidor puertorriqueño y a las transferencias federales¹³ La **Tabla 5.19** muestra las estadísticas de deuda personal en los años 1978-1996. Esta información no está disponible para los años anteriores.

Tabla 5.19
Deuda de los Consumidores y
Transferencias Federales Netas

Años	Deuda Total de los Consumidores (millones \$)	Deuda/Ingreso Disponible	Transferencias Federales Netas (millones \$)
1978	2,304.4	27.24%	1,439.4
1980	2,899.9	27.64%	1,830.6
1985	5,544.5	40.29%	2,355.4
1990	9,751.6	48.9%	3,070.3
1991	9,560.4	46.33%	3,116.5
1992	9,395.8	43.63%	3,126.3
1993	9,813.8	42.31%	3,388.5
1994	10,975.3	45.26%	3,746.3
1995	12,275.1	47.97%	3,935.0
1996	13,389.7	47.86%	4,451.2

Fuente: Informe Económico al Gobernador

Según se observa en la **Tabla 5.19**, la deuda del consumidor ha aumentado rápidamente de 27.24 por ciento de su ingreso disponible en el año 1978 a cerca del 50 por ciento de dicho ingreso en el 1996. Por otro lado, las transferencias federales netas han continuado en ascenso a través de los años. Según se mencionó anteriormente, estas partidas contribuyen a que se mantenga de forma artificial el elevado nivel de consumo personal en la Isla, creando un *aparente* alto nivel de vida. En la medida en que estos niveles de consumo se mantengan, el negocio de las empresas extranjeras en la Isla será uno muy lucrativo. De hecho, varias de las empresas estadounidenses que hacen negocios en Puerto Rico en el sector de comercio minorista han declarado que los establecimientos de Puerto Rico generan más ventas que sus establecimientos en el continente, hasta el punto de que Puerto Rico ha sido descrito como *el paraíso del comercio minorista*. Empresas tales como Sears, JC Penney, Kmart, Home Depot, Sam's Club, Office Max, Blockbuster Video, Western Auto, Pep Boys, Taco Maker y Baskin Robbins tienen en la Isla las tiendas de mayores ventas. En el caso de Kmart, por ejemplo, mientras la compañía estaba atravesando serios problemas financieros a mediados de los años noventa, las tiendas en la Isla se mantuvieron muy exitosas y ayudaron a la empresa a evitar la quiebra. Sam's Club comenzó operaciones en el mercado local en el año 1993. Actualmente tiene 5 tiendas en Puerto Rico. Las cinco están entre las primeras diez de la cadena de 453 tiendas. Home Depot comenzó operaciones en Carolina, Puerto Rico, en 1998 y rompió el récord de ventas de la cadena el día de la apertura. En 1999 abrió su segunda tienda en la ciudad de Bayamón y ésta rompió récord de ventas del año anterior en Carolina. (**Caribbean Business**, 2000: 520-522). En el caso de las franquicias de comida rápida, el escenario es similar. En el caso de Checker's, por ejemplo, cuatro

¹³ Las transferencias federales son parte del ingreso disponible del puertorriqueño.

de las tiendas locales se encuentran entre las primeras diez de la cadena en términos de ventas, esto incluye a la número uno. Tomando en consideración que en Puerto Rico operan 15 tiendas, mientras que en los Estados Unidos hacen negocio 500, esta proporción es muy significativa (**Caribbean Business**, 2000: 445). Una de las razones mencionadas para explicar el éxito de estas empresas es *la falta de competencia* del mercado de Puerto Rico (**Caribbean Business**, 2000: 520). La situación resulta paradójica, a la luz de lo que se discute en el próximo capítulo.

El escenario descrito no es sostenible a largo plazo, ante la derogación de la exención contributiva que el Código de Rentas Internas de los Estados Unidos otorgaba al sector de manufactura y la ausencia de nuevos incentivos que contribuyan a compensar por la pérdida de ese incentivo contributivo. Por otro lado, la nueva política del Congreso de los Estados Unidos en relación con las transferencias federales sugiere que en el futuro la tasa de crecimiento de esta partida irá decreciendo. Esto podría ocasionar que la operación para las empresas extranjeras en el sector de comercio deje de ser tan lucrativa y éstas limiten sus actividades en Puerto Rico, tal como está sucediendo actualmente con las empresas extranjeras de manufactura.

Las transferencias netas del gobierno federal a Puerto Rico generalmente son enfatizadas en los estudios económicos y se destaca el hecho de la dependencia que tiene Puerto Rico de estos fondos. No obstante, es preciso destacar el hecho de que la magnitud de estos flujos no compara con la brecha (**PIB - PNB**), según se puede observar en la **Tabla 5.20**.

Tabla 5.20
(PIB-PNB) vs. Transferencias Federales

Años	Brecha (PIB-PNB) (millones de dólares)	Transferencias Federales Netas (millones de dólares)
1950	(30.6)	63.4
1960	15.5	49.6
1970	347.2	80.1
1978	2,178.4	1,439.4
1980	3,371.5	1,830.6
1985	5,287.0	2,355.4
1990	8,984.8	3,070.3
1991	9,478.0	3,116.5
1992	10,934	3,126.3
1993	11,789.6	3,388.5
1994	13,049.7	3,746.3
1995	14,194.0	3,935.0
1996	15,251.1	4,451.2
1997	15,607.5	5,005.5

Fuente: Informe Económico al Gobernador

En la **Tabla 5.20** se observa que los flujos de fondos netos que entran a Puerto Rico en transferencias federales son significativamente más pequeños que los flujos de fondos netos que salen de Puerto Rico en el pago de intereses y dividendos (**PIB-PNB**). Nótese que en el año 1997 la brecha (**PIB-PNB**) triplica las transferencias federales netas. Si Puerto Rico lograra, mediante los enfoques correctos, aumentar el control nacional sobre el proceso de producción, reduciendo la brecha (**PIB – PNB**), se podría sustituir cualquier pérdida potencial en transferencias federales con ingreso generado por los puertorriqueños, reduciendo de ese modo la dependencia económica de los Estados Unidos sin afectar el nivel de vida.

5.3.4 Emigración

La emigración que prevalece en Puerto Rico en la época actual difiere significativamente en cuanto al tipo de emigrante de la que experimentó el País durante las décadas de los años cincuenta a los setenta. Mientras que en las mencionadas décadas la mayoría de los emigrantes eran trabajadores no cualificados, actualmente un porcentaje significativo de las personas que salen del País poseen grados universitarios, fenómeno que ha sido identificado como *fuga de talento*. La **Tabla 5.21** presenta las cifras de inmigrantes y emigrantes universitarios en la década del noventa .

Tabla 5.21
Emigrantes e Inmigrantes con Grado Universitario Década del Noventa

Años	Total Emigrantes	Número de Emigrantes con Grado Universitario	Porcentaje de Emigrantes con Grado Universitario	Total Inmigrantes	Número de Inmigrantes con Grado Universitario	Razón de Emigrantes a Inmigrantes con Grado Universitario
1991	60,425	4,834	8.0%	13,939	1,812	2.67
1992	60,387	5,797	9.6%	24,131	5,936	.98
1993	66,050	6,466	9.79%	31,448	4,811	1.34
1994	52,748	7,110	13.48%	14,500	3,364	2.11
1995	53,164	5,433	10.22%	17,268	3,021	1.80
1996	43,968	8,714	19.82%	11,195	2,787	3.13
1997	58,123	9,846	16.94%	14,030	3,114	3.16
1998	65,123	8,974	13.78%	18,017	4,576	1.96
Total	<u>459,988</u>	57,174	12.43%	<u>144,528</u>	29,421	1.94

Fuente: Junta de Planificación

La **Tabla 5.21** evidencia con claridad la *fuga de talento* que ha vivido Puerto Rico en la última década. Durante todos los años, excepto el 1992, los universitarios que salen del País

duplican la cantidad de los que entran. En los periodos 1996 y 1997 la cantidad de universitarios que emigró triplicó la cantidad de inmigrantes universitarios. Para tener una idea de la proporción que los emigrantes representan, destacamos que de acuerdo con el censo de población del año 1990, (último censo disponible cuando se realizó esta investigación), en esa fecha residían en Puerto Rico 302,883 personas con grado universitario – esto incluye licenciatura, maestría, grado profesional y doctorado.

La **Tabla 5.22** presenta la proporción de emigrantes con grado universitario, por sexo.

Tabla 5. 22
Emigrantes con Grado Universitario, por Sexo

Años	Total Emigrantes con Grado Universitario	Porcentaje de Emigrantes Varones	Número de Emigrantes Varones	Porcentaje de Emigrantes Mujeres	Número de Emigrantes Mujeres
1991	4,834	N/D	N/D	N/D	N/D
1992	5,797	54%	3,113	46%	2,684
1993	6,466	43%	2,754	57%	3,712
1994	7,110	47%	3,363	53%	3,747
1995	5,433	46%	2,523	54%	2,910
1996	8,714	48%	4,207	52%	4,507
1997	9,846	45%	4,441	55%	5,405
1998	8,974	40%	3,606	60%	5,368

Fuente: Junta de Planificación

Se observa en la **Tabla 5.22** que entre los emigrantes con grado universitario la proporción de mujeres excede del 50 por ciento, cifra que es mayor que la de los varones. No obstante, el porcentaje de varones emigrantes es alto, alrededor del 46 por ciento. Esto presenta una

inquietud dado que como se discute en el **Capítulo 7**, el género masculino reflejó mayor intencionalidad de crear una empresa propia que el género femenino (ver **Sección 7. 2.3**).

Las instituciones de educación superior, incluso las universidades del Estado, han institucionalizado procesos a través de los cuales se identifican los estudiantes de mayor aprovechamiento académico y se ponen en contacto con empresas estadounidenses que los entrevistan y los reclutan. Cuando el estudiante termina sus estudios universitarios ya ha sido contratado por una de estas firmas. Esta dinámica se da prioritariamente en disciplinas del área de administración de empresas e ingeniería, que suelen ser las de mayor demanda entre estas firmas foráneas.

La **Tabla 5.23** presenta las razones que expresaron los emigrantes para salir del País en el año 1997.

Tabla 5.23
Emigrantes según el Propósito del Viaje
Año 1997

Propósito del viaje	Total de emigrantes	Porcentaje del total de emigrantes del año	Número de emigrantes con grado universitario	Porcentaje
Trabajar	10,330	17.78	2,800	28.43
Buscar trabajo	30,702	52.82	5,793	58.84
Vivir retirado	2,608	4.49	483	4.91
Atender hogar y/o grupo familiar	14,483	24.92	770	7.82
Total	58,123	100	9,846	100

Fuente: Junta de Planificación

Según se observa en la tabla, del total de emigrantes, el 17.78 por ciento sale a trabajar. Del total de emigrantes con grado universitario, el 28.43 por ciento sale a trabajar, lo que

confirma el hecho de que muchos de los contactos de empleo se hacen desde la institución educativa antes de que el estudiante se gradúe.

La adopción gubernamental de un modelo económico basado en la invitación y los incentivos al capital extranjero responde a la visión económica de que las grandes empresas representan *polos de crecimiento*. Esta visión se basa en la expectativa de que el establecimiento de grandes empresas en una región aumenta la tasa de creación de empresas nativas pequeñas y medianas, incentivando de esta manera el desarrollo económico (Florio, 1996: 263). Sin embargo, es necesario reconocer que la influencia de las empresas extranjeras en un territorio dependerá principalmente de los lazos que se establezcan entre éstas y su entorno territorial. La calidad y cantidad de las relaciones entre la empresa exógena y el entorno territorial dependen de la estrategia de implantación de las empresas. Hay estrategias de implantación que tienen consecuencias más desarrollistas que otras (Solé Parellada). En el caso en que la complementariedad de la empresa extranjera con la estructura productiva de la economía en la cual se establece sea alta, la estrategia resultará más desarrollista para dicha economía.

En el caso de Puerto Rico, el modelo de invitación e incentivos al capital extranjero logró atraer grandes empresas estadounidenses para operar localmente en el sector de la manufactura. Posteriormente se han establecido grandes empresas en los sectores de comercio y servicios, dado lo lucrativo que resulta el mercado local, según comentamos anteriormente. No obstante, al igual que en el caso del sur de Italia que reseña Florio, el establecimiento de estas grandes empresas ha obstaculizado el desarrollo económico

autosostenido. Florio señala que el efecto negativo de las grandes empresas sobre la economía en la cual se establecen se debe principalmente a dos factores: 1) falta de eslabones (hacia atrás o hacia adelante) o complementariedad con la estructura productiva del país;¹⁴ y 2) obstáculos ante el desarrollo de empresas nativas.

En la medida en que las grandes empresas que se establecen en una región no creen eslabones con el mercado local, no se propicia la creación de nuevas empresas nativas. Cuando el eslabón es bajo, la presencia de las grandes empresas aumenta la demanda agregada de bienes y servicios (consumo), pero no en proporción a la oferta local de éstos. Esto ocasiona un aumento en el nivel de las importaciones. Por otro lado, el ingreso nacional es en gran medida dependiente de la actividad empresarial de las empresas foráneas y se corre el riesgo de un fuerte impacto negativo sobre la economía de la región en caso de que las empresas foráneas retiren sus negocios. En Puerto Rico hay evidencia de que los eslabones establecidos por las empresas manufactureras en la Isla son bajos (Dietz, 1989: 286-292; Cátala, 1998: 31). En nuestro caso, a diferencia de la experiencia italiana, estos problemas se agudizan debido a que las empresas que se han establecido son multinacionales y los incentivos fiscales sobre los cuales descansa el modelo económico no están en manos del gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, sino del Congreso de los Estados Unidos. En el momento en que el Congreso decida eliminar dichos incentivos, como ha sido el caso con la **Sección 936 del Código de Rentas Internas de los Estados Unidos**, y las

¹⁴ Eslabones hacia atrás – El uso de materias primas y de bienes intermedios locales como insumos en el proceso de producción. Eslabones hacia adelante- La venta de productos a otras empresas en la Isla para que éstas produzcan bienes intermedios y finales.

empresas extranjeras limiten o retiren sus negocios, como ya se está comenzando a experimentar, se produciría un fuerte efecto negativo en la economía.

Por otro lado, el establecimiento de grandes empresas externas en una región puede afectar negativamente la disponibilidad de empresarios nativos para crear nuevas empresas. Esto se debe en parte a que la empresa grande absorbe la labor del empresario potencial al ofrecerle empleo como administrador. Ésta ofrece salarios atractivos y la oportunidad de desarrollar una carrera profesional con un riesgo menor que el que supone la creación de una empresa propia. En el caso de Puerto Rico, según se demostró con las cifras de emigración presentadas, se agrava la situación en la medida en que las empresas grandes que se han establecido en el País a partir de los años sesenta (petroquímicas y farmacéuticas) son empresas intensivas en capital y no en mano de obra. Esto ha creado la situación de que, además de los empresarios potenciales que entran a formar parte de la gerencia de estas empresas, muchos emigran hacia los Estados Unidos en busca de trabajo ante la dificultad de encontrarlo aquí. Según se demostró, un porcentaje importante de éstos son universitarios. En la economía del conocimiento, perder el recurso humano universitario tiene grandes consecuencias negativas. Existe la hipótesis de que en este tipo de economía el universitario es el empresario potencial más importante (Veciana, 1998). En sus manos está la mayor probabilidad de poder tomar las riendas del proceso de producción, reduciendo el éxodo de fondos hacia el exterior y logrando un desarrollo económico más autosostenido.

CAPITULO 6

FACTORES CONDICIONANTES FORMALES DEL ENTORNO

En la primera parte de este capítulo se analiza el entorno institucional formal relacionado con la creación de empresas en Puerto Rico. Se comentan las leyes que regulan la operación de los negocios y las de incentivos contributivos. También se presentan las organizaciones de apoyo a la creación de empresas que actualmente operan en Puerto Rico y los servicios que ofrecen dichas entidades. En la segunda parte del capítulo se discute el conocimiento y valoración que tienen sobre estos servicios de apoyo los empresarios que han creado su empresa en Puerto Rico hace cinco años o menos. Se investigó si los empresarios conocen las organizaciones de apoyo, si han utilizado los servicios que éstas ofrecen y, en caso de haberlos utilizado, se preguntó cómo los valoran. La metodología utilizada para la obtención de estos datos y la selección de la muestra de los empresarios entrevistados, se detalla en el **Capítulo 4: Metodología.**

6.1 Legislación

6.1.1 Leyes que Regulan la Operación de los Negocios en Puerto Rico

Los negocios en Puerto Rico están altamente reglamentados. El **Código de Comercio de 1932** regula aspectos tales como definición de actos de comercio, contratos, registro mercantil y otros. El Código establece que los comercios en Puerto Rico, tanto los locales como los extranjeros, se deben regir por las leyes vigentes en el Estado Libre Asociado de

Puerto Rico relacionadas con la creación de los establecimientos y sus operaciones. A continuación se comentan las leyes más importantes que afectan la creación de la nueva empresa y su operación.

Ley Orgánica de la Administración de Reglamentos y Permisos (Ley Núm. 76 de 24 de junio de 1975). Esta ley creó la **Administración de Reglamentos y Permisos, (ARPE)** adscrita a la **Junta de Planificación de Puerto Rico**. Uno de los objetivos básicos de este organismo es aplicar y velar por el cumplimiento de las leyes y los reglamentos de planificación y de sus propios reglamentos. **ARPE** tiene amplia potestad sobre la formulación y el mantenimiento de la política pública por seguir en relación con el trámite de la concesión y denegación de permisos de uso. La ley estipula que en la agencia se establecerá el procedimiento de *una sola parada* para atender las solicitudes de permisos de uso que requieran el endoso del Departamento de Salud y del Cuerpo de Bomberos con el fin de expedir dichos endosos en la propia Administración. **ARPE** recibe las solicitudes de permisos de uso, de licencias del Departamento de Salud y de certificaciones del Cuerpo de Bomberos, cobra los cargos impuestos para cada caso y los remite a las respectivas agencias. El Departamento de Salud y el Cuerpo de Bomberos certifican el resultado de las inspecciones a la Administración, quién emite un solo documento en el cual consta la aprobación de las tres agencias. El tiempo promedio para procesar un permiso de uso, según personal de **ARPE**, es de dos semanas. No obstante, esto difiere con lo que dijeron los empresarios entrevistados, según se comenta en la **Sección 6.3** de este capítulo.

Ley Uniforme de Rótulos y Anuncios de Puerto Rico de 1999 (Ley Número 355 de 22 de diciembre de 1999) Autoriza al administrador ARPE a crear el Registro de Rótulos y Anuncios de Puerto Rico y el Registro de Rotulistas de Puerto Rico, respectivamente. Esta ley establece un procedimiento para solicitar permisos y controla la instalación de rótulos y anuncios en Puerto Rico. Obliga al interesado a inscribir los mismos en un registro que se crea, y exige la obtención de una licencia y el cumplimiento de ciertos requisitos para que el ciudadano pueda dedicarse al negocio de rótulos y anuncios. El término rótulo incluye todo tipo de comunicación gráfica cuyo propósito sea llamar la atención hacia un negocio que opere en el local donde éste se ubica. El permiso de uso que se expide para operar tal negocio conlleva el reconocer esta función accesoria de los rótulos como un derecho sujeto a requisitos razonables.

Ley para Regular las Operaciones de Establecimientos Comerciales (Ley Núm. 1 del 1 de diciembre de 1989), según enmendada. Esta ley, conocida como la **Ley de Cierre**, regula las operaciones de los establecimientos comerciales, determina cuáles de ellos están exentos de tal reglamentación, provee protecciones a los empleados, dispone remedios civiles por su incumplimiento y fija penalidades. La **Ley de Cierre de Establecimientos Comerciales** se aprobó en el año 1902 como una de las disposiciones del Código Penal aprobado en esa fecha. Desde entonces ha sido objeto de enmiendas en varias ocasiones. Constituye la manifestación de unos propósitos de protección social de los trabajadores y de unos fines antimonopolísticos.

La ley permite una apertura dominical de los negocios en el horario indicado y mantiene unas garantías y beneficios para los empleados que trabajan en dicho día. Esta ley está complementada

por una abundante legislación laboral dirigida a la protección de los derechos de los empleados. Las mismas proveen normas que fijan horas y días de trabajo, salario mínimo, protección contra el despido injustificado, período para tomar alimentos, derecho a vacaciones regulares y por enfermedad, pago de bono de Navidad, licencia por maternidad con paga y paga por horas extras. Según han expresado representantes de la Cámara de Comercio y de la Asociación de Industriales, muchos de estos beneficios y garantías legisladas no existen en Estados Unidos (Giró, 2000:150), lo que impone una carga onerosa a los comercios en Puerto Rico.

Además de los requisitos de ley relacionados con los permisos de uso y los múltiples estatutos laborales, en Puerto Rico existe una diversidad de leyes incluidas en los títulos 7 y 10 de las **Leyes de Puerto Rico Anotadas (LPRA)** que regulan la operación de cierto tipo de negocio y se vinculan al área de banca, cooperativas, seguros, farmacias, negocios ambulantes, etc. También operan una serie de empresas reguladoras y fiscalizadoras que hacen cumplir dichas leyes y sus reglamentos.

6.1.2 Breve Trasfondo Histórico de las Leyes de Incentivos Contributivos de Puerto Rico

La primera ley de incentivos contributivos aprobada por la legislatura de Puerto Rico fue la **Ley de Incentivos Industriales de 1947**. En esa época, las subsidiarias de empresas estadounidenses que operaban en Puerto Rico podían cualificar como *corporaciones de las posesiones* bajo la **Sección 931 del Código de Rentas Internas de los Estados Unidos**, y se les permitía excluir las ganancias obtenidas en Puerto Rico de su ingreso tributable, si las mismas eran repatriadas a la

compañía matriz en los Estados Unidos sólo al final del período de exención. Las llamadas corporaciones 931 estaban sujetas, sin embargo, a pagar contribuciones en Puerto Rico. Como los tipos contributivos locales estaban muy cercanos a los prevalecientes en Estados Unidos, una corporación estadounidense obtenía muy pocas ventajas de la legislación 931 radicando sus operaciones en la Isla (Dietz, 1989: 227-228). Atendiendo esta situación, la **Ley de Incentivos Industriales de 1947** concedió a estas sociedades anónimas exención total de contribuciones insulares hasta 1959 y exención parcial hasta 1962¹⁵. También se les eximió del pago de contribuciones municipales y sobre la propiedad, así como de arbitrios y de patentes. De esta manera las empresas estadounidenses que hacían negocios en Puerto Rico estaban exentas totalmente del pago de contribuciones, tanto a nivel de los Estados Unidos como de Puerto Rico.

En el año 1954 la legislatura aprobó una nueva ley de incentivos industriales. Esta permitió a las empresas elegibles acogerse a la exención contributiva por un periodo de diez años después de comenzadas sus operaciones en la Isla, sin importar la fecha de inicio. Según Dietz *la ley de 1954 definió el momento en que se institucionalizó la dependencia del capital externo y las empresas extranjeras* como base para el desarrollo a largo plazo (Dietz, 1989: 270). En el año 1963 se aprobó otra ley de incentivos industriales. La misma dispuso distintos periodos de duración para la exención, dependiendo del área geográfica de Puerto Rico donde se ubicara la empresa. El objetivo era contrarrestar la concentración de empresas y de empleos en las zonas de San Juan, Caguas, Ponce y Mayagüez. No obstante, esta revisión no logró la descentralización deseada (Dietz, 1989: 270).

¹⁵ 75% en 1960; 50% en 1961 y 25% en 1962 (Dietz, 1989: 269).

En el año 1976 la **Sección 936 de la Ley Federal de Reforma Contributiva** sustituyó las disposiciones de la **931**. La nueva sección le permitía a las subsidiarias estadounidenses que operaban en Puerto Rico (y en otras posesiones) remitir sus ganancias a la empresa matriz *en cualquier momento*, sin pagar la contribución sobre ingreso al gobierno de los Estados Unidos. Con respecto a las contribuciones al gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, la única obligación impuesta a estas empresas 936 era pagar un impuesto de repatriación (*tollgate tax*) sobre cualquier dividendo pagado a la compañía matriz. El impuesto se fijó en un máximo de 10 por ciento de las ganancias retenidas. No obstante, el mismo podía reducirse a menos de 4 por ciento si se devolvía sólo parte de esas ganancias y el remanente se invertía en Puerto Rico en los llamados activos de la sección 2(j) de la ley. Entre dichos activos se incluían bonos del Estado Libre Asociado de Puerto Rico y ciertos tipos de depósitos bancarios.

En 1978 se aprobó otra **Ley de Incentivos Contributivos**. Ésta eliminó la exención total para las nuevas compañías que vinieran a localizarse en la Isla, estableciendo un plan de disminución de exención a medida que pasaran los años¹⁶. La razón para poner fin a la exención contributiva total fue que para el año 1980, alrededor del 75 por ciento de las operaciones industriales en la Isla estaban exentas de contribuciones (Dietz, 1989: 322), lo que afectaba considerablemente las recaudaciones del Gobierno de Puerto Rico.

¹⁶ años 1-5: 90%, años 6-10: 75% ; años 11-15: 65%; años 16-20: 55% y años 21-25: 50% de exención

Por otro lado, la **Ley de 1978** extendió por primera vez la exención al sector de servicios. En este caso, las empresas elegibles eran aquellas orientadas a la exportación. Entre éstas se incluyeron la publicidad, los servicios de computadoras, las ventas de catálogo y otras.

En 1987 se aprobó la **Ley de Incentivos Contributivos de 1987**, enmendada posteriormente en más de diez ocasiones. Sus disposiciones no aplicaban a decretos solicitados después del 31 de diciembre de 1997. La ley vigente actualmente, **Ley de Incentivos Contributivos de 1998**, (**Ley Núm. 135** del 2 de diciembre de 1997) está dirigida principalmente a atraer nuevas empresas a Puerto Rico, luego de que en el año 1996 el Congreso eliminara los incentivos de la **Sección 936** para compañías estadounidenses que hagan nuevas inversiones en la Isla¹⁷ (Trinidad, 1998).

6.1.2.1 Ley de Incentivos Contributivos de 1998 Ley 135 del 2 de diciembre de 1997

La ley actual contempla incentivos tanto en torno al ingreso derivado de la operación del negocio, como del ingreso proveniente de la actividades en inversiones elegibles. Además, ofrece incentivos a los accionistas o socios de los negocios exentos. En esta legislación, negocio exento está definido como *un negocio establecido o que será establecido por una persona natural o jurídica o combinación de ellas*, por lo que los beneficios aplican lo mismo a negocios de propietarios extranjeros como locales. Asimismo, los términos accionista y socio no distinguen la procedencia de las personas que aportan el capital.

¹⁷ En el año 1996 el Congreso de los Estados Unidos eliminó la **Sección 936** con carácter prospectivo inmediato y en un periodo de 10 años para las compañías acogidas a sus beneficios.

El **Cuadro 6.1** detalla los incentivos contributivos principales que otorga la ley.

Cuadro 6.1
Incentivos Principales de la Ley de Incentivos
Contributivos de 1998

Incentivo	Tasa
Tasa máxima de contribución sobre ingresos	7% (antes 14.5%)
Tasa aplicable en el área de textiles, aguja, cuero, calzado, y enlatado de pescado.	2% - 4%
Impuesto de repatriación (<i>tollgate tax</i>)	0%
Tasa máxima sobre el ingreso proveniente de inversiones elegibles	0%
Deducción especial por investigación y desarrollo	200%
Deducción especial por inversión en edificios, estructuras, maquinarias y equipo	Disponible
Deducción especial por gastos de adiestramiento	200%
Exención patentes municipales y contribución sobre la propiedad	100% durante el período de construcción o establecimiento
Dividendos o beneficios distribuidos a accionistas o socios	0%
Ganancia en la venta o permuta de acciones	4% de la ganancia realizada
Crédito por pérdidas de la compañía matriz	Disponible
Crédito por compras de productos manufacturados en Puerto Rico	10% de las compras

Fuente: Departamento de Hacienda

Según se presenta en el **Cuadro 6.1** la tasa máxima de contribución sobre ingresos se redujo a la mitad: de 14.5 por ciento bajo la legislación anterior a una tasa máxima de 7.5 por ciento. La tasa aplicable a los sectores de textiles, aguja, cuero, calzado y enlatado de pescado es aún menor, oscilando entre 2 y 4 por ciento. El impuesto de repatriación fue eliminado. Asimismo, la tasa sobre el ingreso proveniente de inversiones elegible es 0. Se creó una deducción especial por investigación y desarrollo de 200 por ciento, al igual que la deducción

especial por gastos de adiestramiento. También está disponible una deducción especial por inversión en edificios, maquinaria y equipo. Se provee exención total de patentes municipales y contribución sobre la propiedad durante el período de construcción o establecimiento. Los accionistas no tributan sobre los dividendos recibidos, mientras que a la ganancia en la venta o permuta de acciones se le aplica el 4 por ciento. Hay crédito disponible por pérdidas en la compañía matriz. También se ofrece un crédito de 10 por ciento por compras de productos manufacturados en Puerto Rico.

El período de tiempo en que el negocio podrá beneficiarse de la exención contributiva varía de acuerdo con la zona en que el mismo esté ubicado: 1) zona de alto desarrollo industrial: 10 años, 2) zona de desarrollo industrial intermedio: 15 años; 3) zona de bajo desarrollo industrial: 20 años; 4) Vieques y Culebra: 25 años. Cualquier negocio exento podrá solicitar una extensión de su decreto de 10 años adicionales. Todo negocio acogido a esta disposición pagará una tasa fija de contribución sobre ingresos del 10 por ciento durante el término de la extensión provista (en lugar del 7%). En el caso de los negocios de textiles, cuero, calzado y enlatado de pescado estarán sujetos a una tasa fija del 5 por ciento de contribución sobre ingreso (en lugar del 2% - 4%). No obstante, el ingreso derivado de las inversiones elegibles continuará totalmente exento, al igual que las distribuciones de dividendos o beneficios durante el término de la extensión provista.

La **Ley de Incentivos Contributivos** está fundamentalmente orientada a *atraer* actividad comercial a Puerto Rico y no a promover la creación de empresas nativas. En primer lugar,

en la ley no se establece distinción alguna entre negocios locales y negocios extranjeros, sino que se extienden los mismos beneficios a todos los negocios que *operen* en Puerto Rico en el área industrial y de servicios (en el caso de los exportadores). En el área industrial, por ejemplo, los productos manufacturados se definen como *productos transformados de materias primas en artículos de comercio, los artículos designados y cualquier producto con relación al cual operaciones industriales sustanciales se realizan en Puerto Rico* (**Sección 10101(g)**). No obstante, el término *sustancial* no se define. Más aún, la ley provee para que parte de la operación se pueda llevar a cabo fuera de Puerto Rico. En relación con esto, bajo negocio elegible se incluye *cualquier unidad industrial que por motivo de la competencia extranjera no le es económicamente posible llevar a cabo en Puerto Rico la operación fabril completa, ya que requiere algún procesamiento del producto fuera de Puerto Rico* (**Sección 10101 (d) 3**). En este caso, se le está brindando el incentivo contributivo al negocio por un ingreso derivado de una operación realizada fuera de Puerto Rico.

A nuestro juicio, una de las deficiencias principales de esta ley radica en que en la misma no se condiciona la otorgación de los beneficios contributivos al establecimiento de eslabones con la economía local. Tampoco se estipula que la inversión extranjera sea pareada por capital local. Efectivamente, de las 24 operaciones fabriles enumeradas en la **Sección 10101(e)** de la ley, entre las actividades que se pueden beneficiar de la exención contributiva, únicamente en cuatro de ellas se menciona explícitamente algún requisito de eslabón con la economía local:

- 1) artículos de vestir, *siempre que el corte se realice en Puerto Rico*, a menos que el Secretario de Estado le exima de ello por causa justificada;
- 2) publicación de libros, *cuando la impresión de los mismos se realice en Puerto Rico*;
- 3) espíritus destilados para exportación y embarque a los Estados Unidos *si se consideran productos de Puerto Rico bajo las leyes federales aplicables*;
- 4) pesca comercial *para suplir materia prima a las enlatadoras o empacadoras establecidas en Puerto Rico y como materia prima en la elaboración de otros productos de Puerto Rico*.

Más adelante en la ley (**Sección 10104 (b)**) se estipula un crédito contra la contribución sobre ingresos del 10 por ciento de las compras al negocio exento que compre productos manufacturados en Puerto Rico. No obstante, se trata de un incentivo que hace de tal acción una totalmente voluntaria y no una *condición* para establecerse en Puerto Rico. Por otro lado, en la ley se estipula una exención de arbitrios estatales para la materia prima y maquinaria que se use en el proceso de manufactura *introducida* o adquirida por un negocio exento (**Sección 10105 ©**). De esta manera se viabiliza económicamente la importación en estos renglones. Otro aspecto que a nuestro juicio representa una ventaja excesiva es el crédito que se concede a la empresa exenta que sea subsidiaria de compañías estadounidenses, contra el pago de la contribución sobre ingresos, si la matriz, después de incorporar en sus estados financieros los ingresos del negocio exento, refleja una pérdida en su planilla federal consolidada (**Sección 10104 (a)**).

En el área de servicios que, como se dijo anteriormente, se incluyó en las leyes de incentivos contributivos desde el 1978, el estatuto se excede también al ofrecer beneficios que no están favoreciendo ni al empresario local ni a la economía puertorriqueña, sino a las empresas extranjeras que hacen negocios en Puerto Rico. En esta área, la ley especifica que los servicios incluidos en la exención son los *designados para mercados fuera de Puerto Rico*. Bajo este renglón se incluyen los siguientes: distribución comercial, banco de inversiones, publicidad, consultoría, ventas por catálogos, centros de procesamiento electrónico de información, laboratorios, casas prefabricadas, centros de mercadeo y compañías dedicadas al tráfico comercial internacional (**Sección 10101 (24) i**). Estas últimas son definidas para propósitos de la ley como *cualquier entidad que derive no menos del 80 por ciento de su ingreso bruto de la compra de productos dentro y fuera de Puerto Rico y la reventa de dichos productos fuera de Puerto Rico*. A pesar de que la ley dispone que no menos del 80 por ciento de los empleados técnicos y profesionales de la unidad de servicios deberán ser residentes de Puerto Rico, cabe preguntarse cuál es el beneficio para la economía de una actividad de importación de bienes y reventa de éstos a mercados fuera de Puerto Rico. Es precisamente en este renglón, además de las ventas por catálogo, que se están beneficiando grandes tiendas extranjeras de comercio minorista como Sears, quienes importan mercancía para venderla a distintos puntos del Caribe. Estos son precisamente los comercios que abarcan un alto porcentaje de las ventas del sector minorista, según se explicó en el capítulo anterior, y los que según la percepción de los puertorriqueños representan la enorme competencia que dificulta la creación de empresas en la actualidad, según se discute en el próximo capítulo. Por otro lado, la **Sección 10105 (b2)** dispone que estos negocios

cualificados como compañías de exportación gozarán de un 80 por ciento de exención sobre patentes, arbitrios y otras contribuciones municipales, exención mayor que el resto de los negocios exentos a los cuales se les concede un 60 por ciento de exención. Tomando en cuenta que el objetivo de esta medida era aumentar las exportaciones de Puerto Rico, se debe considerar que en la medida en que el negocio consiste en importar para exportar, las importaciones aumentan cuando lo hacen las exportaciones, y anulan de ese modo cualquier efecto favorable que dichas exportaciones hubieran podido tener en la balanza comercial de Puerto Rico.

La **ley 135** tampoco distingue entre inversionistas locales e inversionistas extranjeros. En ambos casos se extienden los mismos beneficios de exención contributiva total a los dividendos y beneficios recibidos. En el caso de inversionistas extranjeros que hacen negocios en Puerto Rico, los dividendos recibidos salen de Puerto Rico sin pagar contribuciones al gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, y se suman a la partida del **PIB**, lo que aumenta la brecha (**PIB-PNB**), según se discutió en el capítulo anterior. Por otro lado, son muchos los puertorriqueños que al no tener incentivos particulares para hacer sus inversiones localmente, adquieren instrumentos financieros estadounidenses entre los cuales se destacan los bonos del Tesoro de los Estados Unidos y acciones de Fondos Mutuos especializados en deuda gubernamental federal, los cuales suponen menor riesgo que una inversión local. De esta forma, la baja tasa de ahorro del País, según se explicó en el capítulo anterior, aporta al desarrollo económico de los Estados Unidos y no al local.

6.1.2.2 Otras Leyes de Incentivos Contributivos Vigentes

Además de la **Ley de Incentivos Contributivos de 1998**, que como se explicó, aplica a los sectores de manufactura y servicios (para la exportación), en Puerto Rico actualmente están vigentes leyes de incentivos contributivos en los sectores de turismo, agricultura y bellas artes.

Las disposiciones de la **Ley de Desarrollo Turístico de 1993 (Ley Núm. 78 de septiembre 10, 1993)** son similares a las de la **ley 135** anteriormente comentada. La **Ley de Desarrollo Turístico**, en sus definiciones de persona, negocio elegible e inversionista, no establece distinción entre los beneficios provistos a los locales y a los extranjeros, otorgando los mismos a ambos. La **Ley de Incentivos Contributivos Agrícolas (Ley Núm. 35 de abril de 1996)**, no establece diferencias en sus definiciones de agricultor *bona fide e* inversionista entre los locales y los extranjeros, para efectos de los beneficios que dicha ley concede. En el caso de la **Ley de Incentivos Contributivos para Comunicaciones, Teatro y Bellas Artes (Ley Núm.190 del 12 de agosto de 1995)** se encuentra el término de artista, músico o literario puertorriqueño en la sección de definiciones. Éste se define como *el artista, músico o literario que: i) haya nacido en Puerto Rico o sea hijo de puertorriqueño domiciliado en Puerto Rico; ii) sea ciudadano de Estados Unidos domiciliado en Puerto Rico; o iii) sea un extranjero con residencia legal en los Estados Unidos y domiciliado en Puerto Rico (Sección 10801 (c))*. No obstante, estas definiciones aplican bajo a las condiciones que establece la ley en términos de la programación mínima requerida para acogerse a los beneficios contributivos: que el 90 por ciento del promedio del

tiempo utilizado por los canales de televisión comerciales, las estaciones de radio, los productores de obras de teatro o de espectáculos artísticos sean realizados con artistas puertorriqueños. El condicionamiento de puertorriqueño no aplica de forma alguna a los inversionistas ni a los empresarios propietarios de dicha actividad comercial en términos de otorgarles alguna prioridad sobre los extranjeros en los beneficios relacionados con el establecimiento o creación de los negocios.

Las leyes de incentivos contributivos anteriormente comentadas conforman un entorno formal claramente orientado hacia la inversión extranjera en Puerto Rico. Según se explicó en la **Sección 6.1.2**, ésta es la orientación desde la primera ley de incentivos aprobada por la legislatura de Puerto Rico en el año 1947. Aún hoy, en medio de la crisis que atravesamos, los grupos de poder continúan buscando la forma de mantener el atractivo contributivo federal para las empresas estadounidenses que hacen negocios en Puerto Rico y de aumentar los beneficios que ofrece el gobierno local. A nuestro juicio, es precisamente este entorno formal el que ha creado la estructura de negocios descrita en el capítulo anterior: una estructura en la cual las empresas estadounidenses dominan el sector de la manufactura - sector que aporta alrededor del 40 por ciento del Producto Interno de Puerto Rico en la actualidad - y cuya presencia es significativa también en el sector de comercio. Esta estructura ha hecho de nuestra economía una sumamente dependiente de las decisiones políticas, económicas y empresariales tomadas en los Estados Unidos, además de que constituye uno de los principales obstáculos a la creación de empresas en la actualidad, según se desprende de la encuesta realizada que discutimos en el próximo capítulo.

Según se señaló anteriormente, las leyes de incentivos industriales de Puerto Rico no establecen beneficios prioritarios a empresarios e inversionistas puertorriqueños. Ciertamente, las empresas de propietarios puertorriqueños ubicadas en gran medida fuera del sector industrial y no participantes del mercado de exportaciones, no se benefician de forma alguna de estas exenciones contributivas. Estos empresarios, por el contrario, están sujetos a los tipos contributivos que establece el **Código de Rentas Internas de Puerto Rico (Ley Núm. 120 de 31 de octubre de 1994)**. Según este Código, el tipo contributivo que aplica a individuos (en caso de un negocio que opere como propietario individual) es de 33 por ciento del excedente sobre \$50,000. Si se trata de una sociedad anónima el tipo contributivo que aplicaría sería del 20 por ciento del ingreso neto. En ambos casos, los empresarios puertorriqueños que no son elegibles a la exención contributiva pagan tasas considerablemente más altas, lo que representa una desventaja frente a las empresas extranjeras acogidas a las exenciones. De hecho, recientemente los empresarios de comercios pequeños y medianos del País reclamaron al Gobierno que les conceda exención contributiva. También solicitaron que se detenga temporalmente la concesión que hace **ARPE** de permisos de construcción a las megatiendas y a los centros comerciales (Díaz, 2001:63). Por otro lado, los costos de los requerimientos legales, tanto para establecer la nueva empresa como para operarla, aplican igual a las empresas locales que no tienen exención contributiva como a las empresas extranjeras que se benefician de dicha exención.

6.2 Organizaciones de Apoyo a la Creación de Empresas

Las organizaciones públicas de apoyo a la creación de empresas que actualmente operan en Puerto Rico han sido clasificadas en los siguientes tres grupos: 1) federales, 2) estatales y 3) municipales. Es necesario tomar en consideración las entidades federales debido a que en Puerto Rico, a pesar de no ser un estado de la unión norteamericana, los pronunciamientos judiciales sobre los poderes del gobierno local, desde 1900 hasta el presente, han tomado como modelo los poderes de los estados de la federación de Estados Unidos (Serrano Geyls, 1986: 337). Desde principios de siglo, el Congreso de los Estados Unidos ha extendido a Puerto Rico la casi totalidad de las leyes federales, las cuales aplican a Puerto Rico como si fuera un Estado. De igual manera, las agencias federales extienden a Puerto Rico los servicios que prestan a los estados. Por tal razón, en Puerto Rico coexisten instituciones de apoyo a la creación de empresas federales, estatales y municipales. Estas agencias, según se explica a continuación, en ocasiones trabajan a través de acuerdos de colaboración entre sí y con entidades privadas tales como instituciones de educación superior, fondos de capital riesgo, asociaciones de comerciantes y consultores, entre otras. No obstante, esta estructura de apoyo no es lo efectiva que pudiera ser, según se discute más adelante.

6.2.1 Instituciones Federales

Las agencias federales de apoyo a la creación de empresas que operan actualmente en Puerto Rico son:

- **Administración Federal de Pequeños Negocios (SBA por sus siglas en inglés: *Small Business Administration*)**

- **Agencia para el Desarrollo del Empresario Minoritario (MBDA** por sus siglas en inglés: *Minority Business Development Agency*)
- **Desarrollo Rural**

Estas agencias ofrecen los servicios en colaboración con entidades locales públicas y/o privadas.

Administración Federal de Pequeños Negocios

Fue creada en los Estados Unidos en el año 1953. Ofrece una diversidad de servicios de apoyo a la creación de empresas y al pequeño empresario en Puerto Rico, a través de las siguientes entidades: los **Centros de Desarrollo de Pequeñas Empresas (SBDC** por sus siglas en inglés: *Small Business Development Centers*), el **Cuerpo de Servicio de Ejecutivos Retirados (SCORE** por sus siglas en inglés: *Service Corps of Retired Executives*), el **Instituto para la Mujer Empresaria**, el **Centro de Recursos para Negocios** y el **Programa de Compañías de Desarrollo Certificadas (Programa 504)**.

Los **Centros de Desarrollo de Pequeñas Empresas (PR-SBDC)** comenzaron a ofrecer servicios en Puerto Rico en el año 1986¹⁸. Originalmente, estos centros eran administrados por la Universidad de Puerto Rico en un acuerdo cooperativo con la **Administración Federal de Pequeños Negocios**. Desde el año 1997 son administrados por la Universidad Interamericana de Puerto Rico bajo el mismo acuerdo con la agencia federal. Actualmente

¹⁸ Las fechas relacionadas con los programas de la Administración de Pequeños Negocios en Puerto Rico fueron obtenidas en entrevista realizada al señor Eduardo Ramos, director del Centro de Recursos para Negocios.

existen cinco centros regionales de desarrollo de pequeñas empresas localizados a través de los recintos de la Universidad Interamericana en Arecibo, Fajardo, Ponce, San Germán y San Juan. Además, en San Juan opera un sexto centro especializado en comercio internacional. Los **Centros de Desarrollo de Pequeñas Empresas** ofrecen servicio gratuito tanto a empresarios establecidos como a empresarios emergentes y potenciales. Los servicios incluyen información y orientación, asesoría, capacitación y financiación. Las oficinas de **PR-SBDC** cuentan con personal cualificado en las distintas áreas en que ofrecen asistencia técnica y profesional.

El programa **SERVI-PYMES** opera en colaboración con el **PR-SBDC**. Este programa es una alianza del Banco de Santander de Puerto Rico y el **PR-SBDC** para impulsar el crecimiento del pequeño y mediano comerciante. El programa utiliza como base un sistema de telemercadeo (*Banco en Casa* y la Internet) junto a los seis centros del **PR-SBDC** alrededor de la Isla. Cuenta, además con la colaboración del Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico.

El **Cuerpo de Servicio de Ejecutivos Retirados (SCORE)** es una asociación sin fines de lucro a través de la cual los ejecutivos retirados ofrecen servicio voluntario. A través de esta asociación se ofrece asesoramiento gratuito al empresario, tanto en la fase de creación de la empresa como en la fase posterior de administración de la misma. Los servicios de esta entidad se ofrecen en Puerto Rico desde 1974.

El **Instituto Empresarial para la Mujer**, creado en 1997 y ubicado en la Universidad del Sagrado Corazón, ofrece apoyo a las mujeres para que éstas se conviertan en dueñas de sus propias empresas. El Instituto ofrece información y orientación, cursos cortos de capacitación y asistencia en los trámites de financiación. La Universidad del Sagrado Corazón alberga también el **Centro de Recursos para Negocios**. Este Centro opera en Puerto Rico desde agosto de 1998. En el mismo se ofrece información, educación y adiestramiento para ayudar al empresario en el proceso de creación y/o administración de su empresa. Además, el centro provee: seis computadoras, programas de computadoras especializados en el área de negocios, acceso a la Internet y a una colección de libros y revistas que sirven como fuente de datos y referencias para el empresario. El Centro opera bajo la dirección de la **Administración de Pequeños Negocios**, oficina de distrito de Puerto Rico e Islas Vírgenes. También lo auspician entidades del sector privado, voluntarios del **Cuerpo de Servicio de Ejecutivos Retirados (SCORE)** y representantes del **Centro de Desarrollo de Empresas Minoritarias (MBDC)**.

Las **Compañías de Desarrollo Certificadas (CDC)** son entidades sin fines de lucro que se establecen a través del **Programa 504 de la Administración Federal de Pequeños Negocios**. Estas compañías aportan al desarrollo económico de una región en particular, mediante la otorgación de financiación para activos fijos. En Puerto Rico hay cuatro de estas organizaciones: **Corporación para el Fomento Económico de la Ciudad Capital (COFECC)**, **Marketing Development Corp.**, **North P.R. Development** y **Advanced Local Development**.

La **Agencia de Desarrollo de Empresas Minoritarias**, adscrita al Departamento Federal de Comercio, ofrece sus servicios a través de los **Centros de Desarrollo de Empresas Minoritarias**. Esta agencia federal fue creada para promover la creación y el desarrollo de negocios por parte de personas que pertenezcan a grupos minoritarios en los Estados Unidos. Cualquier empresa mercantil propiedad de puertorriqueños, otros grupos hispanos y cualquier sector cualificado como minoritario puede recibir los servicios del **MBDC**. La **Agencia de Desarrollo de Empresas Minoritarias** ofrece sus servicios en Puerto Rico a través de un acuerdo con la **Asociación Productos de Puerto Rico (APPR)**. El **MBDC** de Puerto Rico, operado por la **APPR** a través de sus oficinas en San Juan, Ponce y Mayagüez, ofrece ayuda al pequeño y mediano comerciante para crear y desarrollar su negocio. Los servicios ofrecidos son similares a los de los **Centros de Desarrollo de Pequeñas Empresas (PR-SBDC)**.

La **Agencia Federal de Desarrollo Rural** está adscrita al Departamento Federal de Agricultura. Esta agencia tiene varios programas dirigidos a empresas agrícolas o a pequeñas empresas ubicadas en áreas rurales. En Puerto Rico, el Banco de Desarrollo Económico coordina con esta agencia algunos de sus programas de financiación.

6.2.2 Instituciones Estatales

Las entidades estatales que ofrecen apoyo en el proceso de creación de empresas son:

- **Compañía de Fomento Industrial**

- **Administración de Fomento Comercial**
- **Banco de Desarrollo Económico**
- **Banco Gubernamental de Fomento**

Compañía de Fomento Industrial (CFI o PRIDCO por sus siglas en inglés: *Puerto Rico Industrial Development Company*). Es la organización estatal principal cuya misión es crear y retener empleos en el sector de manufactura de Puerto Rico. El objetivo principal de esta institución es lograr que se *ubiquen* industrias en Puerto Rico. No obstante, la **Oficina de Promoción de Industrias Puertorriqueñas de la CFI** (originalmente **Departamento de Industria Puertorriqueña**) tiene como propósito impulsar el desarrollo de nuevas industrias por empresarios locales.

La **Compañía de Fomento Industrial**, en colaboración con la Universidad de Puerto Rico, recinto de Mayagüez, ofrece los servicios de la Incubadora **Vivero de Tecnología y Ciencia (VITEC)**. Esta incubadora fue fundada con una subvención de la **Compañía de Fomento Industrial** e inició operaciones en abril del año 2000. El objetivo principal de esta incubadora es identificar tecnologías con potencial de desarrollo comercial y proveerles servicios administrativos para el desarrollo de la empresa.

La **Compañía de Fomento Industrial** tiene también el **Programa de Incentivo Capital Riesgo (VCI** por sus siglas en inglés: *Venture Capital Incentive*). Este programa fue desarrollado por la **Compañía de Fomento Industrial** conjuntamente con el **Banco de**

Desarrollo Económico y el **Banco Gubernamental de Fomento**. El mismo está dirigido a atraer y desarrollar compañías jóvenes, de alta tecnología y alto crecimiento que realicen trabajos de investigación y desarrollo con la meta de llevar sus productos a los mercados internos e internacionales. El **Programa de Incentivo Capital Riesgo** permite que este tipo de empresa emprenda sus actividades de investigación y desarrollo en instituciones públicas y privadas de investigación y desarrollo ubicadas en Puerto Rico.

Administración de Fomento Comercial (AFC) antiguo **Departamento de Comercio**, es responsable de fomentar el establecimiento y desarrollo de pequeños y medianos negocios y de proveerles el apoyo necesario para facilitar sus operaciones. A través de sus **Centros de Fomento Comercial** ubicados en los municipios de Arecibo, Bayamón, Caguas, Mayagüez, Ponce, Carolina y San Juan ofrece servicios de orientación y asesoramiento a pequeños comerciantes y profesionales para el establecimiento de sus negocios y oficinas profesionales. En el área de financiación, la **AFC** refiere a sus clientes; los préstamos son concedidos por agencias crediticias públicas y privadas. La **Administración de Fomento Comercial** creó la **Escuela Empresarial** en el 1986 con el propósito de mejorar la preparación de los empresarios de Puerto Rico a través de actividades educativas.

Banco de Desarrollo Económico (BDE) Se creó en el 1985 con el propósito de fomentar la economía de Puerto Rico *dando preferencia a los pequeños y medianos empresarios puertorriqueños*. El **BDE** ofrece los servicios al empresario a través de una diversidad de programas: 1) **Programa de Préstamos Directos**, 2) **Programa de Participación**, 3)

Programa de Capital Riesgo, 4) Programa de Garantías, 5) Programa de Garantías para la Innovación, 6) Programa de Exportaciones, 7) Concilio de Crédito Agrícola, 8) Programa de Microempresas, 9) Programa para la Mujer Empresaria, 10) Programa para el Joven Empresario, entre otros. Algunos de estos programas operan en colaboración con agencias estatales y federales y con la banca privada.

Banco Gubernamental de Fomento Es el agente fiscal del Gobierno de Puerto Rico. Por tal razón, el apoyo que ofrece directamente al empresario es limitado. En esta fase, ofrece únicamente financiamiento a proyectos de *envergadura económica* en los cuales el impacto en la creación de empleos es grande. Estos proyectos pertenecen generalmente al sector industrial. La participación del banco en el financiamiento de estos proyectos es por lo general mayor de \$1 millón de dólares.

6.2.3 Instituciones Municipales

A nivel municipal, existen las **Corporaciones de Desarrollo Económico** reglamentadas por la **Ley de Municipios Autónomos (Ley Núm. 81 del 30 de agosto de 1991)**. Estas corporaciones son entidades creadas para cumplir con los objetivos relacionados con el desarrollo económico, social y urbano del municipio en el cual operan. Estas corporaciones llevan a cabo distintos programas, que en ocasiones también colaboran con agencias federales, estatales y municipales. Tomando en consideración que en Puerto Rico existen 78 municipios, existe una diversidad de iniciativas municipales.

En el Municipio de San Juan, la **Corporación para el Fomento Económico de la Ciudad Capital (COFECC)** fue fundada en el año 1982. Esta corporación sin fines de lucro tiene el propósito de promover el desarrollo económico en dicho municipio. No obstante, actualmente **COFECC** está autorizada por la Administración de Pequeños Negocios para administrar sus diferentes programas de préstamos en toda la Isla.

Entre otras iniciativas municipales específicas, mencionamos como ejemplo el **Programa Vamos a Tí**. Este es un programa desarrollado por el **Banco Santander de Puerto Rico (BSPR)** en coordinación con el Municipio de Cidra y **USDA/Rural Development**. A través de este programa se ofrece apoyo económico y orientación financiera a los pequeños comerciantes de dicho municipio. Bajo este programa, el **BSPR** provee préstamos a los residentes de Cidra que deseen establecer o mejorar sus negocios. Como parte del programa, los empresarios interesados reciben adiestramiento gratuito en el área de administración de empresas. Este adiestramiento es requerido para solicitar el financiamiento.

6.2.4 Instituciones Privadas

Además de las instituciones públicas federales, estatales y municipales descritas, existe una diversidad de instituciones privadas que también ofrecen apoyo a la creación de empresas en Puerto Rico. Entre éstas se incluyen las asociaciones de comerciantes, los fondos de capital riesgo, los consultores y las instituciones de educación superior.

En Puerto Rico existen muchas asociaciones de comerciantes. Entre las más grandes que agrupan a individuos, empresas y asociaciones, se incluyen la **Cámara de Comercio de Puerto Rico**, el **Centro Unido de Detallistas**, la **Cámara de Comerciantes Mayoristas de Puerto Rico**, la **Asociación de Industriales**, la **Asociación de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos**, la **Asociación Productos de Puerto Rico**. Además, operan las asociaciones municipales de comerciantes y las que agrupan a comerciantes de centros comerciales particulares. Los servicios de estas asociaciones por lo general están dirigidos a sus socios. No obstante, representan una fuente de datos importante para el futuro empresario que busca información sobre el sector en el cual está considerando crear su empresa.

Las universidades en Puerto Rico han comenzado a ofrecer cursos de desarrollo empresarial a nivel de licenciatura. Dicha oferta de cursos ha surgido en respuesta a la demanda de los estudiantes que desean crear un negocio propio o que ya lo tienen, ya que en las facultades de Administración de Empresas del País no existen programas académicos en esta área (Díaz, 2000). Por consiguiente, en la mayoría de los casos, los profesores que ofrecen estos cursos suelen ser el personal docente regular de las facultades de Administración de Empresas. Estos recursos, aunque en algunos casos cuentan con el aspecto práctico en la creación de empresas, en términos generales carecen de la visión del área de creación de empresas (*entrepreneurship*) como disciplina académica.

En una encuesta telefónica realizada por esta investigadora a las instituciones de educación superior en Puerto Rico, se encontró que muchas de ellas ofrecen cursos en *administración*

dePymes y/o marketing para Pymes. Algunas instituciones incluyen el área de *creación de empresas* como tema con especificidad en algún curso. Otras ofrecen una serie de cursos dirigidos a que el estudiante obtenga, bien sea, el grado de licenciado, diplomado o certificado en la especialidad de creación de empresas, cuyo término en inglés *entrepreneurship* se ha traducido por *empresarismo*.

Entre las instituciones que ofrecen cursos de creación de empresas - no conducentes a ningún grado en el área - se encuentran la Universidad del Sagrado Corazón y la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Mayagüez. Entre las universidades que ofrecen una secuencia de cursos conducente al grado de licenciado, diplomado o certificado en estudios empresariales, se encuentran la **Universidad Metropolitana (UMET)**, la **Universidad Interamericana (UIA)**, Recinto de Fajardo, la **Universidad de Puerto Rico**, Recinto de Río Piedras, (**UPR-RRP**) y **Columbia College** en Caguas.

Hasta el momento, la única universidad que ofrece el grado académico de licenciatura en *empresarismo* es la **Universidad Metropolitana (UMET)**, que es parte del sistema educativo Ana G. Méndez. El programa comenzó en 1997 en la Facultad de Administración de Empresas y consta de 120 créditos, incluye 21 créditos de especialidad. Este modelo sigue el de **Babson College**, de Estados Unidos.

A partir de agosto de 2000, la **Universidad Interamericana**, Recinto de Fajardo, comenzó a ofrecer una licenciatura en Administración de **PYMES**. La **Universidad de Puerto Rico**,

Recinto de Río Piedras, ofrece una secuencia de cinco cursos en habilidades empresariales dirigidos a estudiantes de todas las facultades. El estudiante que complete la secuencia recibe un **Certificado en Estudios Empresariales**, complementario al grado de licenciatura en su área de especialidad. Por otro lado, el **Columbia College** en Caguas comenzó a ofrecer por primera vez un certificado en *empresarismo* desde septiembre de 2000 dirigido tanto a estudiantes universitarios como a toda la comunidad.

Además del programa académico descrito, la **Universidad de Puerto Rico** tiene una fase de apoyo orientada al área de alta tecnología, específicamente en el área de investigación y desarrollo. La **Oficina de Propiedad Intelectual y Comercialización de la Tecnología** y el **Centro de Recursos para la Ciencia y la Ingeniería (EPSCOR)** operan en las oficinas de la Administración Central de dicha universidad.

La **Oficina de Propiedad Intelectual y Comercialización de la Tecnología** tiene como misión proveer servicios de calidad y beneficios económicos para la comercialización temprana de la propiedad intelectual del personal de la **Universidad de Puerto Rico**. A través de esta oficina se busca identificar y evaluar los inventos del personal de la UPR, protegerlos y comercializarlos. Se ofrece servicio de apoyo en la evaluación de los inventos, en el proceso de obtención de patentes y en la comercialización de la tecnología.

El **Centro de Recursos para la Ciencia y la Ingeniería (EPSCOR)** distribuye fondos para la fase de investigación y desarrollo en las instituciones universitarias, con el fin de

mejorar la calidad y la capacidad de la investigación. Esta oficina promueve el desarrollo económico mediante el fomento de acuerdos de colaboración entre la academia y la industria.

En el **Cuadro 6.2** se presenta, a manera de resumen, la lista de las organizaciones de apoyo a la creación de empresas en Puerto Rico, de acuerdo con su tipo de ayuda.

Cuadro 6.2
Apoyo a la Creación de Empresas en Puerto Rico: Instituciones y Programas

INSTITUCIÓN	Información y Orientación	Asesoramiento	Formación y Entrenamiento	Financiación
Administración Federal de Pequeños Negocios (SBA)				
• Centros de Desarrollo de Pequeñas Empresas (PR-SBDC)	X	X	X	X
• Cuerpo de Servicio de Ejecutivos Retirados (SCORE)		X		
• Instituto Empresarial para la Mujer	X	X	X	
• Centro de Recursos para Negocios	X	X	X	X
Corporación para el Fomento Económico de la Ciudad Capital (COFECC)	X			X
Marketing Development, Corp.				X
North PR Development				X
Advanced Local Development				X
Centro de Desarrollo de Empresas Minoritarias (MBDC)	X			X
SERVI-PYMES				X
Compañía de Fomento Industrial (PRIDCO)		X		
• Oficina de la Industria Puertorriqueña	X	X		
• Incentivo de Capital Riesgo (VCI)				X
• Vivero de Tecnología y Ciencia				
Banco Gubernamental de Fomento				X
Banco de Desarrollo Económico (BDE)	X		X	X
Administración de Fomento Comercial (AFC)	X	X	X	
• Escuela Gerencial			X	
Corporaciones Municipales de Desarrollo Económico				
Fondos de Capital Riesgo				X
Centro de Recursos de Información Empresarial Cámara de Comercio (CRIE)	X			
Vivero de Tecnología y Ciencia (ViTec)				
Oficina de Propiedad Intelectual y Comercialización de Tecnología, UPR		X		
UMET-Bachillerato, Grado Asociado y Certificado en Empresarismo			X	
UIA- Fajardo Licenciatura en Administración de PYMES			X	

6.3 Conocimiento y Valoración de las Organizaciones y Servicios de Apoyo a la Creación de Empresas en Puerto Rico por parte del Empresario Puertorriqueño

En esta fase de la investigación se realizaron entrevistas estructuradas a un grupo de empresarios que han creado su empresa en Puerto Rico hace cinco años o menos. La metodología de selección de la muestra fue presentada en el **Capítulo 4: Metodología**.

Según se explicó anteriormente, el objetivo principal de la entrevista fue investigar el conocimiento y la valoración que tienen sobre los servicios de apoyo a la creación de empresas los empresarios que han creado su empresa en Puerto Rico hace cinco años o menos. Se preguntó a los empresarios si conocían estas organizaciones de apoyo, si habían utilizado los servicios que éstas ofrecen y, en caso afirmativo, cómo los valoraban.

En las **Tablas 6.1 y 6.2** se presentan, respectivamente, las características de las empresas y de los empresarios incluidos en la muestra.

Tabla 6.1
Características de las Empresas de la Muestra

Características	Porcentaje
Sector Económico*	
Agricultura	2.0
Construcción	2.0
Manufactura	14.0
Servicios	68.0
Comercio minorista	24.0
Comercio mayorista	2.0
Año de Fundación	
1994	12.0
1995	10.0
1996	36.0
1997	18.0
1998	12.0
1999	12.0
Número de Empleados (actualmente)	
1-5	34.0
6-10	14.0
11-20	28.0
21-40	22.0
más de 40	2.0
Capital Inicial	
\$3000- \$5000	8.0
\$5001- \$15,000	12.0
\$15,001- \$40,000	24.0
\$40,001- \$75,000	14.0
\$75,001- \$150,000	18.0
\$150,001-\$300,000	14.0
\$300,001-\$500,000	4.0
\$500,001-\$1,000,000	0
\$1,000,001-\$3,000,000	4.0
Más de \$3,000,000	0
NC	2.0
Forma Jurídica	
Propietario Individual	38.0
Sociedad Anónima	62.0
Personas Legalmente Propietarias	
Usted solo	44.0
Usted y su esposa/marido	26.0
Usted y otras personas	30.0
Usted y otras empresas	0
Facturación en 1999	
\$60,000- \$200,000	26.0
\$200,001- \$500,000	24.0
\$500,001-\$1,000,000	24.0
\$1,000,001-\$3,000,000	18.0
\$3,000,001- \$10,000,000	2.0
\$10,00,001- \$15,000,000	2.0
Más de \$15,000,000	2.0
NC	2.0
Tabla 6.1 Continuación	

Fuente de Financiación **	
Ahorros propios	52.0
Ahorros de familiares	20.0
Ahorros de amigos	8.0
Crédito bancario con aval personal	16.0
Crédito bancario con aval hipotecario	16.0
Crédito bancario con aval de SBA	14.0
Proveedores y clientes	2.0
Capital riesgo	0
Otros	8.0
Alta Tecnología	
Sí	36.0
No	58.0
Otra Respuesta	6.0

*Los porcentajes no suman 100% porque cinco empresas operan en más de un sector

** Los porcentajes no suman 100% porque se utilizan múltiples fuentes de financiación

La mayoría de las empresas de la muestra operan en el sector de servicios (68%), el 24 por ciento, en el sector de venta minorista y el 14 por ciento, en el sector de manufactura. Las empresas de los sectores de agricultura, construcción y venta mayorista representan en cada caso un 2 por ciento del total de la muestra. Cinco de las empresas operan en más de un sector económico. Según se desarrolló en el **Capítulo 5**, el hecho de que el sector de servicios represente tan amplio porcentaje de la muestra corresponde a que este sector, aunque es el cuarto en la aportación al **Producto Interno Bruto (PIB)** de Puerto Rico después de los sectores de manufactura, finanzas y comercio, es el que más ha crecido en los últimos años en términos de actividad en la creación de empresas.

El 36 por ciento de las empresas visitadas fueron fundadas en el año 1996. El 76 por ciento tiene 20 empleados o menos. En términos del capital inicial, se observa en la **Tabla 6.1** que el 24 por ciento inició operaciones con un capital inicial entre 15,000 y 40,000 dólares. El 62 por ciento es sociedad anónima. El 74 por ciento se encuentra en un nivel de facturación por

debajo del millón (\$1,000,000) de dólares anuales. La mayoría de las empresas fueron financiadas con una combinación de fondos que incluye ahorros propios del empresario y/o de familiares y créditos bancarios con aval personal (16%) o hipotecario (16%). El 36 por ciento son empresas de alta tecnología.

En la **Tabla 6.2** se presentan las características de los empresarios entrevistados.

Tabla 6.2
Características de los Empresarios Entrevistados

N	50
Variable	Porcentaje
Género	
Masculino	58.0
Femenino	42.0
Edad	
24-30	20.0
31-39	24.0
40-49	38.0
50-59	12.0
60-65	4.0
Mayor de 65	2.0
Nivel de Estudios	
Estudios primarios	0
Estudios secundarios	10.0
Estudios universitarios (sin terminar)	22.0
Estudios universitarios	46.0
Maestría	16.0
Formación profesional	2.0
Sin estudios	
Otros (doctorados)	4.0
País de Origen	
Puerto Rico	80.0
Estados Unidos	10.0
Cuba	2.0
República Dominicana	4.0
Otro	4.0
¿Su padre o madre han creado una empresa propia?	
Mi padre	34.0
Mi madre	4.0
Ambos conjuntamente	10.0
Ambos por separado	10.0
Ni mi madre ni mi padre han creado nunca una empresa.	42.0

Según se observa en la **Tabla 6.2**, la mayoría de los empresarios entrevistados son puertorriqueños (80%) del género masculino (58%). El 38 por ciento se encuentra entre las edades de 40-49 años. Su nivel educativo es alto: 46 por ciento ha completado estudios universitarios a nivel subgraduado; 16 por ciento tiene estudios graduados de maestría y el 4 por ciento alcanzó el nivel doctoral. De estos entrevistados de alto nivel educativo, el 43 por ciento ha creado empresas de alta tecnología. La mayoría de los empresarios entrevistados proviene de un entorno familiar de empresarios, posee una actitud muy positiva hacia la creación de empresas y contó con un entorno familiar de apoyo ante la decisión de crear su empresa. El 58 por ciento proviene de familias con padre y/o madre empresarios. Asimismo, cuentan con otros parientes empresarios. No obstante, la mayoría tiene pocos o ningún amigo empresarios.

En la **Tabla 6.3** se resumen las respuestas de los entrevistados en términos del conocimiento que tienen de las organizaciones de apoyo a la creación de empresas y la utilización que han hecho de los servicios que éstas ofrecen. En la tabla se presentan las respuestas por organización en orden descendente de acuerdo con las respuestas recibidas a las preguntas: ¿conoce usted la organización? ¿ha utilizado usted los servicios?

Tabla 6.3
Conocimiento de las Organizaciones y Utilización de los Servicios

No conoce ninguna organización	10%	
Organización	Conoce la Organización	Ha utilizado los Servicios
Administración Federal de Pequeños Negocios	54%	20%
Banco de Desarrollo Económico	50%	2%
Compañía de Fomento Industrial	36%	6%
Corporación para el Fomento de la Ciudad Capital (COFECC)	22%	4%
Administración de Fomento Comercial	20%	0%
Servy-Pymes, Banco Santander	10%	0
Fondos de Capital Riesgo	10%	0
Escuela Gerencial	8%	0
Centro de Desarrollo de Empresas Minoritarias	4%	0
Centro de Recursos de Información Empresarial de la Cámara de Comercio (CRIE)	4%	0
Corporaciones Municipales de Desarrollo Económico	2%	0
Vivero de Tecnología y Ciencia (VITEC)	2%	0

De los empresarios entrevistados, el 10 por ciento indicó que no conocía ninguna organización de ayuda a la creación de empresas, por lo tanto, nunca ha utilizado los servicios de las mismas. De acuerdo con las respuestas de los entrevistados que indicaron conocer alguna ayuda, la institución más conocida resultó ser la **Administración de Pequeños Negocios de los Estados Unidos (SBA)**. El 54 por ciento indicó conocer esta agencia. Según se explicó anteriormente, esta agencia ofrece los servicios a través de distintas entidades. El conocimiento de las distintas entidades fue el siguiente: el 26 por ciento conoce los **Centros de Desarrollo de Pequeñas Empresas**, el 10 por ciento conoce el **Cuerpo de Servicio de Ejecutivos Retirados (SCORE)**, el 14 por ciento conoce el **Instituto Empresarial para la Mujer** y el 4 por ciento conoce el **Centro de Recursos para Negocios**. El 10 por ciento de los casos supo de esta agencia porque el banco

comercial en el cual estaban gestionando el préstamo para iniciar el negocio los refirió a la misma en el proceso del trámite de un préstamo comercial con garantía de **SBA**. Los entrevistados que en efecto han utilizado alguno de los programas de esta agencia representan el 20 por ciento (10 personas).

La segunda organización más conocida por los empresarios resultó ser el **Banco de Desarrollo Económico**. El 50 por ciento de los entrevistados indicó conocer esta institución. Entre éstos, el 2 por ciento (1 persona) ha utilizado los servicios. La tercera organización más conocida por los entrevistados es la **Compañía de Fomento Industrial**. El 36 por ciento de los entrevistados dijo conocer esta agencia, aunque únicamente el 6 por ciento (3 personas) utilizó sus servicios. La cuarta entidad más conocida resultó ser la **Corporación para el Fomento de las Ciudad Capital (COFECC)**. El 22 por ciento de los entrevistados conoce la institución aunque únicamente el 4 por ciento (2 personas) ha utilizado sus servicios. Las otras organizaciones resultaron muy poco conocidas y no utilizadas, según indican los porcentajes de la **Tabla 6.3**.

La **Tabla 6.4** presenta la valoración de los empresarios puertorriqueños sobre los servicios recibidos en las organizaciones de apoyo a la creación de empresas. La valoración estuvo clasificada en *muy positiva*, *positiva*, *muy negativa* y *negativa*.

Tabla 6.4
Valoración de los Servicios Recibidos

Organización	Porcentaje que ha Utilizado los Servicios	Muy Positiva	Positiva	Muy Negativa	Negativa
Administración Federal de Pequeños Negocios	20%		80%		20%
Banco de Desarrollo Económico	2%		100%		
Compañía de Fomento Industrial	6%	33%	33%	33%	
Corporación para el Fomento de la Ciudad Capital (COFECC)	4%	50%	50%		

De las 10 personas que recibieron servicios de la Agencia para Pequeñas Empresas de los Estados Unidos, cinco obtuvieron préstamos bancarios con garantía de esta agencia, uno recibió préstamo directamente y cuatro utilizaron los servicios de los **Centros de Desarrollo de Pequeñas Empresas** que pertenecen a dicha organización. Los seis empresarios que recibieron préstamos valoraron la ayuda como positiva. De los que tuvieron el contacto con los **Centros de Desarrollo**, dos valoraron el servicio como negativo, evaluando el proceso como uno lento y burocrático en el cual se requieren muchos documentos. Los otros dos empresarios evaluaron la ayuda recibida en los centros como positiva. El entrevistado que participó en los seminarios, a pesar de valorar la ayuda como positiva, opinó que muchos de los temas que tocan en los seminarios ya los conoce porque lleva muchos años en el área de administración.

El empresario que utilizó los servicios del **Banco de Desarrollo Económico** valoró la ayuda recibida como positiva en el sentido de que el financiamiento le fue otorgado, aunque indicó que el proceso fue lento y difícil. La valoración de los servicios de la **Compañía de**

Fomento Industrial fue variada. De las tres personas que utilizaron los servicios, las evaluaciones variaron entre *muy positiva* y *muy negativa*. El que clasificó la ayuda como muy positiva recibió orientación en torno al control de calidad en la manufactura de muebles. El entrevistado que clasificó la ayuda como positiva recibió un préstamo a través de las gestiones realizadas con esta agencia. No obstante, el empresario no estaba seguro de qué institución había otorgado el préstamo: ésta había sido el **Banco de Desarrollo Económico** o la **Administración de Pequeñas Empresas**. En torno al préstamo, indicó que el proceso hubiese sido el mismo de haberlo realizado a través de la banca comercial, ya que le exigieron lo mismo en términos de la proporción financiada y del aval requerido. El entrevistado que clasificó la ayuda como muy negativa indicó que el proceso es uno altamente politizado. Señaló además que los empleados que ofrecen orientación en la agencia, en lugar de motivar al empresario(a) potencial, le restan motivación. En efecto opinó que la *ayuda* recibida de esta agencia fue en realidad una *desayuda*. De los dos empresarios que recibieron ayuda de la **COFECC**, uno recibió únicamente orientación; valoró la misma como positiva. El otro entrevistado la juzgó como muy positiva porque, con el préstamo que le fue otorgado, pudo adquirir la propiedad en donde se encuentra ubicado el negocio.

A pesar de que alrededor del 90 por ciento de los empresarios entrevistados conocía alguna de las principales organizaciones de apoyo a la creación de empresas, el porcentaje que ha utilizado sus servicios es considerablemente más bajo, según ilustra la **Tabla 6.3**.

Los resultados presentados comparan con los de un estudio similar realizado en Catalunya en el año 2000¹⁹ (Urbano, 2001). En dicho estudio se realizaron entrevistas personales estructuradas a una muestra de 60 empresarios catalanes utilizando el mismo instrumento que en las entrevistas realizadas a los empresarios puertorriqueños. Según se observa en la **Tabla 6.5**, el grado de conocimiento que tiene la muestra de empresarios puertorriqueños es mayor que la de los empresarios catalanes. Sin embargo, la utilización de los programas de apoyo a la creación de empresas que tienen ambas muestras es bastante similar.

Tabla 6.5
Conocimiento y Utilización de las Organizaciones y Servicios de Apoyo a la Creación de Empresas
Comparación Empresarios Puertorriqueños y Catalanes

	Empresarios Puertorriqueños	Empresarios Catalanes
No Conoce Ninguna Organización	10.0%	59.3%
Conoce Alguna Organización	90.0%	40.7%
Ha Utilizado los Servicios de Alguna Organización	32.0%	20.0%

En lo que se refiere a la valoración de los programas utilizados, según se observa en la **Tabla 6.6**, la muestra de empresarios catalanes valora mejor los programas no económicos, mientras que la muestra de empresarios puertorriqueños valora mejor las ayudas económicas.

Tabla 6.6
Valoración de los Servicios de Apoyo a la Creación de Empresas Utilizados
Comparación Empresarios Puertorriqueños y Catalanes

	Empresarios Puertorriqueños	Empresarios Catalanes
Programas Económicos		
Valoración Positiva	100%	25%
Valoración Negativa		50%
Valoración Ni Positiva Ni Negativa		25%
Programas No Económicos		
Valoración Positiva	57.2%	57.9%
Valoración Negativa	42.8%	15.8%
Valoración Ni Positiva Ni Negativa		26.3%

¹⁹ Trabajo Monográfico del señor David Urbano presentado en el Departamento de Economía de la Empresa, Universidad Autónoma de Barcelona. Dirigido por el Dr. Veciana.

De acuerdo con las entrevistas realizadas en este estudio, las organizaciones de apoyo a la creación de empresas tienen serias limitaciones en la efectividad y la oferta de sus servicios así como en la implantación de los reglamentos. Entre las dificultades más importantes que enfrentaron los empresarios entrevistados en el proceso de creación de la empresa, sobresalió el proceso de obtención de licencias y permisos en **ARPE**. El mismo fue identificado como dificultad por el 20 por ciento de los entrevistados. Vinculado a este aspecto, el 14 por ciento hizo referencia a la dificultad que representan la burocracia y las trabas gubernamentales en los trámites de creación de la empresa. Los empresarios indicaron que el proceso de obtención de permisos es largo y en muchas ocasiones el costo real se incrementa por la práctica de los gestores que cobran por intermediar en las gestiones. El 24 por ciento indicó que en los procesos para obtener los servicios de apoyo se debe eliminar la burocracia, reducir los trámites y simplificar los documentos de las solicitudes. Uno de los entrevistados expresó que la dificultad de los trámites con estas organizaciones radica en gran medida en que los empleados de las mismas no tienen actitudes empresariales, por lo que obstaculizan los procesos. Señaló que los empleados que ofrecen orientación en lugar de motivar al empresario potencial, le restan motivación y que el proceso es uno altamente politizado. Otro entrevistado cuya empresa es de alta tecnología expresó que no considera que los empleados de estas instituciones tengan el conocimiento necesario para serle útil a su empresa.

Los empresarios entrevistados señalaron además que parte de la limitación en la efectividad de estas ayudas radica en que éstas no son conocidas. En efecto, el 60 por ciento recomendó que los servicios podrían mejorar promocionándose efectivamente.

Estos resultados coinciden con el planteamiento contenido en la literatura de que en las ayudas relacionadas con información, asesoría y entrenamiento, los empresarios suelen recurrir más a las redes (*networks*) informales compuestas por clientes, proveedores y conocidos, que a las instituciones formales (Birley, 1985; Butler y Hansen, 1991). Las ayudas deben ser visibles, de fácil acceso y creíbles en términos del conocimiento y experiencia de los recursos que ofrecen las mismas. Deben establecer redes efectivas con la comunidad empresarial y basar la oferta de servicios en la necesidad de los empresarios, no únicamente en la necesidad que el Gobierno esboce. En relación con este punto, los empresarios entrevistados expresaron que el personal de estas organizaciones los debe visitar y dialogar con ellos directamente para conocer sus problemas y necesidades. En este sentido se destaca la dificultad de establecer una comunicación efectiva con este sector, debido a que es uno heterogéneo que a menudo carece de representación organizada ante el Gobierno, a diferencia de las empresas grandes (Gibb, 1993: 471).

Los empresarios entrevistados también mencionaron la dificultad de conseguir financiamiento como uno de los obstáculos principales para crear la empresa. Los factores de burocracia en las organizaciones de apoyo, dificultad de obtener financiamiento y alto grado de competencia en el mercado, fueron mencionados también entre los principales obstáculos frente al desarrollo de empresas locales, en dos estudios realizados anteriormente en Puerto Rico. El estudio de los dueños de las *Pymes* realizado por el **Centro de Desarrollo Económico de la Universidad de Puerto Rico** (1995) trabajó con una muestra de 400 negocios en 19 municipios de Puerto Rico. A los empresarios se les preguntó en torno a los factores que a su juicio impiden el desarrollo de un

mayor número de empresarios locales. Los primeros cinco factores mencionados fueron los siguientes: burocracia gubernamental (17.6%); dificultad de obtener financiamiento inicial (10.5%); criminalidad (9.5%); falta de programas de apoyo a la pequeña empresa (8.8%) y competencia (5.9%). En otro estudio realizado en Puerto Rico a una muestra de empresarios locales del sector de manufactura (Rodríguez, 1993) se le formuló la misma pregunta. Los factores mencionados en esta ocasión fueron los siguientes: el puertorriqueño es conservador (15.65%); el empresario local no puede competir con el extranjero (12.9%); las ayudas de bienestar social inhiben el surgimiento de un espíritu empresarial (13.6%) y falta de capital suficiente (12.9%).

El estudio de Brunnetti, Kisunko y Weder (2000) trabajó con una muestra de 3,685 empresarios de 69 países. Las regiones incluidas son África Sub-Sahara (33%), países desarrollados (16%), Europa Central y Oriental (16%), Federación de Estados Independientes (14%) y América Latina y el Caribe (13%). La encuesta fue realizada desde agosto de 1996 hasta enero de 1997. Parte del cuestionario estuvo dirigido a que los empresarios identificaran y clasificaran por orden de importancia los obstáculos para hacer negocios presentes en su país. La pregunta cerrada incluía los siguientes obstáculos para seleccionar: reglamentación- relacionada con la creación de negocios, del comercio exterior, de aspectos laborales, contributivos y ambientales - dificultades de financiación, infraestructura inadecuada, inestabilidad de la política pública, inflación, criminalidad, corrupción y terrorismo.

En la región de América Latina y el Caribe, los primeros cinco obstáculos identificados fueron: corrupción, infraestructura inadecuada, criminalidad, dificultades con la financiación y altas tasas

contributivas. El grupo de los países desarrollados identificó como cuatro de los cinco obstáculos principales para hacer negocios, aspectos de reglamentación en el ámbito contributivo, laboral, ambiental y relacionado con la creación de nuevas empresas. También se mencionaron en este grupo, como cuarto factor en importancia, las dificultades de obtener financiación.

Comparando las respuestas que han ofrecido los empresarios puertorriqueños en los dos estudios citados y el actual, con los hallazgos de Brunnetti et al. (2000) se observan algunos puntos en común y ciertas diferencias. En el caso de Puerto Rico, los obstáculos identificados coinciden con el grupo de países desarrollados en el aspecto de reglamentación. En torno a este factor, los empresarios puertorriqueños destacan específicamente la burocracia gubernamental y la dificultad de los procesos. No obstante, según se mencionó anteriormente, también se lee a menudo en la prensa quejas de este sector relacionadas con las reglamentaciones laborales que, según indican, son más abundantes y onerosas que en el caso de los Estados Unidos. Por último, los tres grupos (países desarrollados, América Latina y Puerto Rico) coinciden en mencionar dificultades relacionadas con la financiación. La competencia del mercado como obstáculo importante fue resaltada por los empresarios puertorriqueños en los tres estudios y no fue mencionada en el estudio de Brunnetti et al. (2000).

6.4 Discusión y Resumen de los Principales Factores Formales del Entorno de Puerto Rico

Las leyes de incentivos contributivos de Puerto Rico han institucionalizado la dependencia del capital y de las empresas extranjeras como base de nuestro desarrollo económico. Según se

discutió en este capítulo, la ley vigente, al igual que las anteriores, está fundamentalmente orientada a atraer actividad industrial a Puerto Rico mediante la exención contributiva y otros beneficios estatales complementarios a los estipulados en estatutos federales dirigidos a las empresas estadounidenses que hacen negocios en Puerto Rico. Por otro lado, los requerimientos legales para establecer y operar la empresa en nuestro mercado representan altos costos que aplican tanto a los negocios nativos que no tienen exención contributiva como a los extranjeros que se benefician de dicha exención. Por tanto, las empresas puertorriqueñas, generalmente de menor tamaño, que no son elegibles a dichos beneficios operan con desventaja frente a las grandes empresas foráneas acogidas a los mismos.

A nuestro juicio una de las deficiencias principales de la **Ley de Incentivos Contributivos** radica en que en la misma no se ha condicionado la otorgación de los beneficios al establecimiento de eslabones con la economía local. Según se discutió en el **Capítulo 5**, cuando la complementariedad de las grandes empresas foráneas con la estructura productiva de la economía en la cual se establecen es baja, no se propicia la creación de nuevas empresas nativas. Por otro lado, al ser el ingreso nacional dependiente en gran medida de la actividad empresarial foránea, se corre el riesgo de recibir un fuerte impacto negativo en caso de que dichas empresas se retiren del País.

Desde la perspectiva del inversionista, la ley extiende exención contributiva sobre los dividendos y beneficios recibidos por los propietarios de las empresas. En el caso de los inversionistas o propietarios extranjeros, al éstos repatriar a su país los dividendos recibidos por una inversión realizada en Puerto Rico, se amplía la brecha **(PIB-PNB)**, según se explicó en el **Capítulo 5**. Resaltamos el hecho además, de que por tratarse de exención total, el Gobierno de Puerto Rico no

se beneficia de la actividad comercial de empresas foráneas en sus recaudos de contribuciones estatales (Tabla 6.1). Por otro lado, muchos de los inversionistas locales prefieren invertir en instrumentos financieros estadounidenses que representan un riesgo más bajo que realizar inversiones en empresas puertorriqueñas, ya que no tienen ningún incentivo particular que los motive a invertir sus ahorros en la economía de Puerto Rico²⁰. De esta forma, según se explicó, la baja tasa de ahorro del País aporta al desarrollo económico de los Estados Unidos y no al propio.

La legislación contributiva comentada sirve de enclave a la red de instituciones de apoyo a la creación de empresas que opera en Puerto Rico. Según expusimos, éstas incluyen instituciones federales, estatales y municipales, además de las privadas. En términos de los servicios, las mismas ofrecen una infraestructura completa de apoyo a la creación de empresas que atiende las áreas de información y orientación, asesoramiento, formación y entrenamiento y financiación. No obstante, de acuerdo a la opinión de los empresarios entrevistados, las ayudas no son lo efectivas que podrían ser debido en parte a la falta de conocimiento sobre las mismas, entre otras razones que comentamos a continuación. A pesar de que alrededor del 90 por ciento de los encuestados había oído hablar al menos de una de las instituciones de apoyo, el porcentaje de los que las ha utilizado es mucho menor (Tabla 6.4). En efecto, según se discutió en este capítulo, el conocimiento de las ayudas que tiene el empresario puertorriqueño es mayor que el del empresario catalán. Por otro lado, el porcentaje de empresarios puertorriqueños que ha utilizado algún programa de apoyo es bastante similar al de los empresarios catalanes (32% vs. 20%). En términos de la valoración de los

²⁰ En el mensaje especial de la Gobernadora de Puerto Rico, Hon. Sila María Calderón ante la Asamblea Legislativa sobre medidas para promover el desarrollo económico, el 23 de agosto de 2001, se propone enmendar el **Código de Rentas Internas** para incentivar la conversión de sociedades anónimas privadas a

programas utilizados, mientras que los empresarios puertorriqueños valoran mejor los programas económicos, los catalanes valoran mejor los no económicos.

Entre las instituciones de apoyo activas en Puerto Rico resulta paradójico el hecho de que la **Administración de Pequeñas Empresas de los Estados Unidos** sea la más conocida. Esta agencia fue creada para operar en el entorno de los Estados Unidos, que claramente difiere del puertorriqueño, no sólo en las circunstancias que aplican al sector económico, sino en el ámbito cultural. Según se ha señalado en la literatura, trasladar una organización formal que ha sido exitosa en un contexto particular a otro contexto, no únicamente no garantiza el éxito de la misma en el nuevo entorno, sino que puede incluso ser disfuncional (Van Arkadie, 1990: 156; Aponte, 1999:7). En una de las entrevistas realizadas por esta investigadora, por ejemplo, salió a relucir la dificultad del **Cuerpo de Voluntarios SCORE** para operar efectivamente en Puerto Rico, a diferencia de los Estados Unidos. Ello obedece a que aquí es común que el empleado retirado tenga que continuar trabajando para completar los ingresos de la pensión, por lo que no está disponible para el trabajo voluntario que contempla la estructura de **SCORE**. Por otro lado, de las organizaciones estatales la más conocida es el **Banco de Desarrollo Económico**. Llama la atención lo tardíamente que se crea esta entidad (1985) con respecto al modelo de desarrollo económico que se comienza a esbozar en los años cuarenta, según ha sido comentado anteriormente. La tardía creación de una organización estatal cuya ocupación principal es el empresario local denota la falta de protagonismo de dicho objetivo en el plan de desarrollo económico para Puerto Rico.

públicas mediante la venta de acciones. Se sugiere ampliar el beneficio concedido con una tasa preferencial de 7% para que aplique, no sólo a los vendedores de las acciones sino a los compradores.

De acuerdo a las opiniones de los empresarios entrevistados, el entorno formal de Puerto Rico presenta los siguientes obstáculos principales a la creación de empresas: 1) dificultad de competir, 2) burocracia del proceso en las instituciones de apoyo y 3) dificultad de conseguir financiamiento. Resulta interesante, según se comentó en el capítulo, que estos mismos factores fueron mencionados entre los principales obstáculos frente al desarrollo de empresas nativas en dos estudios realizados anteriormente en Puerto Rico (Rodríguez, 1993, CDEUPR, 1995). Más aún es significativo que fueron las mismas áreas identificadas en este estudio por la sociedad puertorriqueña entre las dificultades a la creación de una empresa propia, según se discute en el próximo capítulo.

La fuerte competencia como causa o problema responsable del fracaso de las nuevas empresas o **Pymes** se ha planteado en la literatura como un mito (Veciana, 1997). Veciana, a pesar de que reconoce que la competencia es fuerte en la mayoría de los mercados, plantea que *hay muchos sectores y sobretodo nuevos segmentos con demanda insatisfecha. El buen empresario sabe identificar los sectores o segmentos que ofrecen buenas oportunidades y se dirige precisamente a aquéllos en que la competencia no existe o es débil* (Veciana, 1997: 60). No obstante, en el caso de Puerto Rico cabe resaltar que la competencia a la cual hacen referencia los empresarios (al igual que la población) es la de las megatiendas multinacionales estadounidenses que hacen negocios en Puerto Rico. Estas empresas dominan una parte importante de las ventas del sector de comercio, según se discutió en el **Capítulo 5**²¹. En este contexto, a nuestro juicio, el obstáculo de la

²¹ Además del protagonismo de las empresas estadounidenses en el sector de manufactura, según se explicó en el Capítulo 5.

competencia, aunque ciertamente no elimina toda probabilidad de éxito, que según Veciana depende del empresario, es real y responde precisamente al entorno legal anteriormente descrito. Dicho entorno por un lado dificulta la competencia de empresas locales de menor tamaño con empresas multinacionales y por otro lado, debido a la falta de eslabones de estas grandes empresas con la economía local, reduce los nichos de mercado que suelen surgir en las actividades comerciales complementarias. Es revelador y hasta cierto punto irónico el hecho de que desde la perspectiva de los empresarios extranjeros que hacen negocios en Puerto Rico, una de las razones que ellos señalan para explicar el enorme éxito de sus empresas es la falta de competencia del mercado isleño, según se señaló en el **Capítulo 5**.

La realidad puertorriqueña descrita contrasta fuertemente con otros países en los cuales las ventajas contributivas y de otro tipo se ofrecen a las **Pymes** en un esfuerzo por combatir algunas de las desventajas inherentes a su tamaño. Estas políticas reconocen explícitamente que la economía de mercado no opera a la perfección y que el tamaño de la empresa y el poder asociado al mismo pueden ser un factor clave en la distorsión. Una evaluación de las medidas de apoyo otorgadas a las **Pymes** en Europa muestra una clara discriminación a favor de la pequeña y mediana empresa. La misma puede justificarse a largo plazo en términos de conservar la dispersión del poder económico, el nivel de competencia y remediar las imperfecciones del balance de poder en el mercado (Gibb, 1993: 471).²²

²² Resaltamos como excepción que las leyes antimonopolísticas en Puerto Rico favorecen la organización de pequeños empresarios para competir con los grandes sin que se considere conspiración.

En relación con las instituciones de apoyo a la creación de empresas la dificultad principal que surgió de las entrevistas fue la burocracia de los procesos, particularmente en el de obtención de licencias y permisos en **ARPE**. La actitud de los empleados de dichas agencias también fue identificada como obstáculo mayor. Estos, en lugar de representar un vehículo de orientación que viabilice el proceso de creación de la empresa, dificultan el mismo restándole motivación a los empresarios emergentes. En algunos casos, además, el empresario no considera que el recurso humano de dichas agencias le pueda ser de utilidad ya que percibe que él tiene mayores conocimientos que el empleado que se supone le ofrezca orientación. A estas variables hay que añadir lo altamente politizado que están los procesos. Si el empresario que acude a solicitar la ayuda es identificado con un partido político distinto al que está en el poder, generalmente resulta penalizado al negársele el apoyo solicitado.

Esta realidad contrasta con la recomendación presente en la literatura en torno a que las organizaciones de apoyo a la creación de empresas y a las **Pymes** deben actuar con espíritu empresarial y tener una estructura ágil y flexible. Se ha planteado en la literatura que existe evidencia de que las entidades de apoyo más efectivas incorporan un diseño organizacional orientado hacia los clientes. Este ofrece posibilidades para que los empleados sean flexibles, adaptando los servicios de la organización a las necesidades particulares de los clientes (Gibb, 1993: 473). Esta es un área en la que hay que mejorar de manera que la infraestructura de apoyo a la creación de empresas sea efectiva. No se trata sólo de alterar el diseño organizacional de dichas instituciones. Es menester además atender el reclutamiento de los empleados, tomando estos aspectos en consideración. Al personal que ya sirve en estas organizaciones, se le debe adiestrar.

Por tanto, el fomento y desarrollo de las actitudes empresariales no se debe canalizar únicamente en los empresarios potenciales sino también en el recurso humano que ofrece servicios a los mismos.

El señalamiento de la *dificultad de conseguir financiamiento* entre los obstáculos principales a la creación de la empresa, a nuestro juicio, no hace referencia a la *ausencia* o *escasez* de fuentes de financiación, sino a que el proceso de financiación con las instituciones de apoyo (a diferencia de la banca privada) es lento, burocrático y exige básicamente los mismos avales que la banca privada.

En torno a este planteamiento se debe considerar además que muchos empresarios no planifican la empresa formalmente, por lo que no son elegibles para préstamos cuyo proceso de evaluación requiere un plan de negocios que incluya estudio de mercado y proyecciones financieras. En el caso de los negocios que requieren una inversión inicial alta, se da el caso de que el solicitante no cuenta con la aportación de capital y colateral que le requiere la institución financiera, lo que podría ser reflejo en cierta medida de la baja tasa de ahorros del puertorriqueño, según se discutió en el

Capítulo 5. Este aspecto es problemático debido a que lleva a

muchos empresarios a iniciar la empresa con fuentes alternas de fondos que no le requieren planificación formal. Dicha situación a menudo redundo en quiebra, ya que el empresario no evalúa las circunstancias del mercado que va a servir ni proyecta las necesidades financieras de la empresa, adoptando un comportamiento en la gestión de su negocio en el cual domina la improvisación. Esta limitación podría superarse agilizando por un lado los procesos de evaluación

para otorgar la financiación y por otro lado creando conciencia al empresario potencial de la importancia del proceso de planificación de la empresa y promoviendo el desarrollo de conocimientos y destrezas en esta área. Por tanto, a pesar de que la falta de recursos económicos es comunmente identificada por los empresarios como obstáculo principal al desarrollo de la empresa y ha sido planteada en la literatura como uno de los mitos más arraigados (Veciana, 1997: 59), en el caso de Puerto Rico la observación es válida en el sentido de que no hace referencia a la *escasez* de fuentes de financiación, sino a las deficiencias del proceso para obtener la misma.

Resulta revelador que los programas académicos universitarios de formación y apoyo a la creación de empresas hayan surgido fundamentalmente en respuesta a la demanda de la comunidad. Este dato es coherente con la actitud y percepción de la sociedad puertorriqueña en torno a la deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear empresas propias (entorno condicionante informal) según se discute en el próximo capítulo. No obstante, es motivo de preocupación que mientras por un lado surgen estas iniciativas del seno de la comunidad, por otro lado el Gobierno continúe dirigiendo sus esfuerzos principales hacia la obtención de nuevos incentivos de parte del Congreso de los Estados Unidos que sustituyan de alguna forma la pérdida de la **Sección 936** del Código de Rentas Internas de los Estados Unidos.

La estrategia de política pública de atraer plantas de grandes sociedades anónimas utilizando los mecanismos de exención contributiva está actualmente bajo una fuerte crítica, a pesar de haber sido muy utilizada por gobiernos regionales durante los años 1970. Por un lado, esta es una estrategia costosa que deja menos recursos disponibles para otras prioridades públicas. Por otro lado, la

crítica se basa en que dicha estrategia ha fallado en aumentar la oferta de empresarios nativos, generar industrias complementarias y lograr la integración de las empresas extranjeras con la infraestructura de la economía local.

En lugar de ofrecer incentivos a grandes empresas extranjeras en la actualidad se acepta generalmente que los recursos gubernamentales se dediquen prioritariamente a empresas locales, en particular al estímulo de creación de nuevas empresas. Existe un consenso creciente acerca de cuan vital resulta el estímulo para el empresario local, si no es el único elemento en la regeneración económica de una región (Keating, 1989: 310). Esto requiere no obstante, una planificación coherente de manera que unos esfuerzos y recursos no resulten en detrimento de otros. El objetivo de desarrollar nuevas empresas de capital puertorriqueño tiene que estar integrado en un enfoque estratégico que contemple los objetivos sociales y económicos de mayor alcance: la distribución de propietarios y el tamaño de empresas en la actividad económica, dirigida a lograr un desarrollo económico más equitativo y autosostenido.

CAPITULO 7

FACTORES CONDICIONANTES INFORMALES DEL ENTORNO

En este capítulo se discute el entorno institucional informal relacionado con la creación de empresas en Puerto Rico. Se analizan las percepciones y actitudes de la sociedad puertorriqueña en torno al proceso de creación de empresas y al empresario. Según se expuso en el **Capítulo3: Revisión de Literatura**, esta fase de la investigación replica el estudio de los doctores Genescà y Veciana (1984) sobre la deseabilidad e intencionalidad hacia la creación de empresas, así como de los motivos y reparos ante la creación de una empresa propia por parte de los encuestados. En dicho análisis se aplicó el modelo desarrollado por Krueger y Brazeal (1994) y se incluyó en el cuestionario el aspecto de la percepción de viabilidad de la creación de una empresa propia. También se incluyeron varias preguntas relacionadas con la imagen que la sociedad tiene del empresario.

Según se señaló en el **Capítulo 3**, el modelo de potencial empresarial desarrollado por Krueger y Brazeal (1994) sitúa el trabajo de Shapero en el contexto del proceso intencional de la conducta humana de acuerdo con la Teoría de Conducta Planificada de Ajzen. El modelo está enfocado en las percepciones y actitudes de la persona en relación con la conducta de creación de una empresa, centrandó el análisis en las percepciones de deseabilidad, de viabilidad e intencionalidad de crear una empresa propia. Según plantea el modelo, la credibilidad del evento de creación de una empresa propia requiere tanto de una percepción positiva de deseabilidad como de viabilidad del

evento. Estas percepciones afectan la intencionalidad de la persona hacia el comportamiento de crear una empresa propia.

Esta fase de la investigación del presente trabajo constó de la elaboración de un cuestionario y la realización de una encuesta a dos grupos. El primero lo compone una muestra de 500 personas representativa de la población general puertorriqueña mayor de 21 años de edad. En este caso la encuesta se realizó telefónicamente. El segundo consiste de una muestra de 435 estudiantes universitarios puertorriqueños de las áreas de Administración de Empresas, Economía e Ingeniería. En este caso la encuesta se realizó personalmente al inicio de una sesión de clase. La metodología utilizada para la selección de ambas muestras fue explicada en el **Capítulo 4: Metodología**.

El instrumento utilizado para realizar la encuesta dirigida a ambas muestras incluye preguntas en las siguientes áreas, de acuerdo con los tres conceptos fundamentales del modelo aplicado: percepción de deseabilidad de crear una empresa, percepción de viabilidad de crear una empresa e intencionalidad de crear una empresa. Las respuestas obtenidas en la encuesta fueron analizadas estadísticamente con el propósito de contestar las siguientes preguntas de esta investigación: ¿tiene la sociedad puertorriqueña una percepción positiva o negativa de la deseabilidad de crear un empresa?, ¿tiene la sociedad puertorriqueña una percepción positiva o negativa de la viabilidad de crear un empresa?, ¿cuál es la intencionalidad de la sociedad puertorriqueña en torno a la creación de empresas?, ¿cuáles son los factores que influyen positiva y negativamente la percepción de viabilidad?, ¿cuáles son los factores que motivan y los que inhiben la creación de empresas en

Puerto Rico?; ¿cuál es la imagen que la sociedad puertorriqueña tiene del empresario?; ¿cómo comparan estos aspectos entre los dos grupos estudiados?

En esta investigación se aborda la relación entre las variables demográficas estudiadas en la literatura y los conceptos principales del modelo de potencial empresarial aplicado. Las variables de género, edad, familiares empresarios y nivel educativo fueron cruzadas con las preguntas de percepción de deseabilidad, percepción de viabilidad e intencionalidad de crear una empresa propia con el objetivo de responder las siguientes interrogantes para el caso de Puerto Rico: ¿existe relación entre la variable *género* y la percepción de deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear una empresa propia?; ¿existe relación entre la variable *edad* y la percepción de deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear una empresa propia?; ¿existe relación entre la variable *nivel de estudios* y la percepción de deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear una empresa propia?; ¿existe relación entre la variable *familiares empresarios* y la percepción de deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear una empresa propia?

Los resultados obtenidos se comparan con los del estudio de estudiantes universitarios catalanes (Veciana, Aponte y Urbano, 1999; Veciana, Aponte y Urbano, 2000). También se establece comparación con los resultados de una encuesta realizada en el año 2000 a una muestra de la población general catalana²³.

²³ Esta encuesta fue realizada en Catalunya en el año 2000 a una muestra de 608 personas mayores de 21 años. La encuesta fue realizada telefónicamente utilizando el mismo instrumento que para la muestra de estudiantes. La misma es parte de una investigación que llevan a cabo actualmente el doctor Veciana y el señor Urbano. Se agradece al doctor Veciana el darnos acceso a los resultados con el fin de hacer una comparación en este capítulo.

7.1 Determinación y Características de las Muestras

En las **Tablas 7.1 y 7.2** se presentan las características de las muestras de población general y estudiantes, respectivamente. De las 500 personas entrevistadas en la muestra de la población general, 138 (27.6%) informaron ser empresarios(as) actualmente. Una vez identificados como empresarios (as), se procedió a preguntarle al encuestado sobre los problemas que tuvo en la creación de su empresa. El resto de la entrevista no se realizó en estos casos debido a que el objetivo era captar la percepción de la población general (no empresarios) acerca de estos aspectos.

Tabla 7.1
Características de la Muestra de Población General

VARIABLE	PORCENTAJE
Edad	
De 21 a 28 años	15.2
De 29 a 35 años	20.0
De 36 a 45 años	26.6
De 46 a 60 años	27.8
Más de 60 años	10.4
Género	
Masculino	35
Femenino	65
País de origen	
Puerto Rico	87.6
Estados Unidos	9.0
Cuba	0.2
República Dominicana	2.2
Otro	1.0
Nivel de estudios*	
No sabe leer	0.6
Escuela elemental	2.8
Escuela intermedia	5.0
Escuela superior	18.4
Estudios universitarios sin completar	10.6
Estudios universitarios	20.0
Colegio técnico/Grado asociado	12.8
Otro	2.2
Familiares empresarios*	
Sí	25.4
No	47.0

* Los porcentajes no suman 100 porque no se incluyeron en estas preguntas las 138 personas (27.6%) que indicaron que son empresarios actualmente.

Según se observa en la **Tabla 7.1**, el porcentaje mayor de los encuestados son puertorriqueños (87.6%). Asimismo, la mayoría es del género femenino (65%), y se fluctúa entre las edades de 36 a 60 años. El nivel de estudios de la muestra es variado. No obstante, los porcentajes más altos se encuentran en los niveles de escuela superior (18.4%) y estudios universitarios (20%). El 47 por ciento de los encuestados no tiene empresarios en la familia.

Tabla 7.2
Características de la Muestra de Estudiantes

VARIABLE	ESTUDIANTES (%)
Edad	
Menos de 20 años	31.0
Entre 20 y 25 años	60.5
Entre 26 y 35 años	5.1
Más de 35 años	1.8
No contestó	1.6
Género	
Masculino	45.7
Femenino	54.3
Area de especialidad	
Administración de empresas	74.4
Economía	0.9
Ingeniería	22.2
Otro	3.4
Año académico	
3 ro	33.3
4 to	38.2
Otro	28.5
Profesión del padre	
Profesión liberal	3.2
Empresario(a)	19.5
Ejecutivo de empresa grande	9.2
Obrero	18.6
Empleado administrativo	12.4
Empleado sector público	16.3
Otro	20.9
Profesión de la madre	
Profesión liberal	2.0
Empresaria	8.2
Ejecutiva de empresa grande	4.0
Obrera	10.7
Empleada administrativa	20.1
Empleada sector público	20.6
Otro	34.5
Familiares empresarios	
Afirmativo	52.9
Negativo	47.1

Según se observa en la **Tabla 7.2**, la mayoría de los estudiantes encuestados se encuentran entre las edades de 20 a 25 años y pertenecen a la concentración de Administración de Empresas. El 45.7 por ciento son del género masculino. La encuesta estuvo dirigida principalmente a estudiantes de tercer y cuarto año. La mayoría (52.9%) tiene empresarios en la familia.

7.2 Resultados y Discusión

7.2.1 Percepción de la Sociedad Puertorriqueña en cuanto a la Deseabilidad de Crear una Empresa

El cuestionario utilizado incluye una pregunta directa en torno a la deseabilidad de crear una empresa propia.

Tabla 7.3
Percepción de Deseabilidad
Sociedad Puertorriqueña

¿Considera usted que es deseable el crear/fundar una empresa propia?	POBLACIÓN GENERAL (%)	ESTUDIANTES (%)
Sí	93.0	92.2
No	7.0	7.8

La percepción de deseabilidad de creación de una empresa propia es claramente muy positiva en ambas muestras según se desprende de las respuestas dadas a la pregunta *¿Considera usted que es deseable el crear/fundar una empresa propia?* En la **Tabla 7.3**, se observa que un porcentaje muy alto de los encuestados en ambas muestras respondió afirmativamente: 93 por ciento en la muestra de la población general y 92.2 por ciento en la muestra de estudiantes. Resulta interesante, además, lo similar que resultaron los altos

porcentajes de las respuestas afirmativas en ambos grupos. La **Tabla 7.4** presenta las respuestas ofrecidas a esta pregunta en la sociedad catalana.

Tabla 7.4
Percepción de Deseabilidad
Sociedad Catalana

¿Considera usted que es deseable el crear/fundar una empresa propia?	POBLACIÓN GENERAL (%)	ESTUDIANTES (%)
Sí	80.6	74.0
No	19.4	25.6
No contesta	0	0.4

Según se observa en las dos tablas anteriores, la sociedad puertorriqueña, tanto la población general como los estudiantes universitarios, tiene una percepción de deseabilidad de crear una empresa propia más positiva que la de la sociedad catalana. La respuesta afirmativa de la población puertorriqueña es mayor que la de la población catalana (93% vs. 80.6%). La similitud observada entre las dos muestras de puertorriqueños no se repite en la sociedad catalana, en la cual la muestra de población general ofreció un porcentaje de respuestas afirmativas mayor que la de estudiantes (80.6% vs. 74%). Por otro lado, el porcentaje de respuestas afirmativas ofrecido por los estudiantes puertorriqueños (92.2%) es más alto que el de los estudiantes catalanes (74%). Este porcentaje a su vez supera el de los estudiantes españoles a principios de los años ochenta (56.8%),²⁴ (Genescà y Veciana, 1984: 151).

²⁴ Los porcentajes de las respuestas de la muestra de *directivos* de la investigación de los doctores Genescà y Veciana no se incluyen debido a que esta investigación no tiene una muestra similar para comparar.

El alto porcentaje que respondió afirmativamente en el caso de los puertorriqueños puede obedecer a la difícil situación económica que ha atravesado Puerto Rico y que recientemente se ha acentuado debido a la eventual desaparición de la **Sección 936**, la creación de tratados de libre comercio que han extendido a otros mercados las condiciones de libre comercio con el mercado estadounidense que antes disfrutaba Puerto Rico con exclusividad, y los cambios en los programas de beneficencia social de parte del Congreso de los Estados Unidos, según se ha explicado en los capítulos anteriores.

La creación de empresas se visualiza como herramienta para combatir circunstancias económicas adversas. En la literatura se encuentran abundantes planteamientos teóricos en torno a que la creación de una empresa por lo general no responde a motivos positivos, sino más bien a factores negativos (push factors). Entre dichos factores negativos se incluyen desempleo, despido, falta de seguridad en el empleo, bloqueo de la promoción en su empresa o puesto actual, entre otros (Veciana, 1988: 20-21). En un estudio de 23 empresarios, por ejemplo, se encontró que uno de los factores principales que inducía a las personas a convertirse en empresarios era el temor de tener que vivir sin una fuente de ingresos estable, como resultado de sus experiencias en la época de la Depresión (Brenner, 1987: 96). Según expone Brenner, el impulso a la creación de empresas no surge al azar, sino cuando las condiciones económicas del país o la región se deterioran. La creación de empresas se percibe como una de las opciones para recuperar el bienestar económico.

A continuación se analiza si alguna de las variables tipológicas- género, edad, nivel educativo y familiares empresarios- influye de manera significativa sobre los resultados presentados. Dichas variables fueron cruzadas con la pregunta de deseabilidad. Ninguno de los cruces arrojó significación estadística en un contraste χ^2 en el nivel de 95 por ciento. No obstante, según se presenta en las respectivas tablas a continuación, algunos cruces resultaron significativos en el nivel de 90 por ciento.

En cuanto a *la muestra de población general*:

Tabla 7.5
Tabulación Cruzada entre la Variable de Género y la Percepción de Deseabilidad de Crear una Empresa Propia : Muestra de Población General

Género	¿Considera usted que es deseable el crear/fundar una empresa propia?	
	Sí (%)	No (%)
Masculino	96.0	4.0
Femenino	91.4	8.6
Deseabilidad total	93.0	7.0
Prueba Pearson	$\chi^2 = 3.72208^*$	

*Significación estadística < .10

El porcentaje de respuestas afirmativas del género masculino (96%) supera el del género femenino (91.4%) y el porcentaje de la muestra total (93.0%). Según se observa en la **Tabla 7.5**, este cruce resultó con significación estadística al 90 por ciento, lo que indica que en la sociedad puertorriqueña, a pesar de que ambos sexos expresaron una percepción positiva de la deseabilidad de crear una empresa propia, la del género masculino es mayor.

Tabla 7.6
Tabulación Cruzada entre la Variable de Edad y la Percepción
de Deseabilidad de Crear una Empresa Propia : Muestra de Población General

Edad	¿Considera usted que es deseable el crear/fundar una empresa propia?	
	Sí (%)	No (%)
21-28 años	94.7	5.3
29-35 años	95.0	5.0
36 –45 años	95.5	4.5
46-60 años	90.6	9.4
Más de 60 años	86.5	13.5
Total	93.0	7.0
Prueba Pearson	$\chi^2 = 6.74866$	

En todos los grupos de edad de la muestra de población puertorriqueña, un alto porcentaje respondió afirmativamente a la pregunta de deseabilidad de crear una empresa propia, según se aprecia en la **Tabla 7.6**. Sin embargo, el grupo de mayor edad (más de 60 años) resultó con el porcentaje más bajo en la respuesta afirmativa (86.5%). Dicho porcentaje, al igual que el del grupo 46-60 años, se encuentra por debajo del de la muestra total (93%). Por otro lado, el grupo de edad de 36-45 años reflejó el porcentaje mayor de respuestas afirmativas, aunque la diferencia con los primeros dos grupos de edad no es muy grande según se observa en la tabla. La influencia de esta variable sobre la percepción de deseabilidad de crear una empresa propia no resultó estadísticamente significativa.

Tabla 7. 7
Tabulación Cruzada entre la Variable Nivel Educativo y la Percepción
de Deseabilidad de Crear una Empresa Propia: Muestra de Población General

Nivel Educativo	¿Considera usted que es deseable el crear/fundar una empresa propia?	
	Sí (%)	No (%)
No sabe leer	100	0
Escuela elemental	85.7	14.3
Escuela intermedia	80.0	20.0
Escuela superior	97.8	2.2
Educación universitaria sin terminar	94.3	5.7
Educación universitaria completada	93.0	7.0
Colegio técnico	90.6	9.4
Otro	90.9	9.1
Total	92.8	7.2
Prueba Pearson	$\chi^2 = 11.63$	

Según se observa en la **Tabla 7.7**, el grupo con el porcentaje mayor de respuestas afirmativas (97.8%) es el de escuela superior. Le siguen los de educación universitaria sin terminar (94.3%) y educación universitaria completada (93%). Los grupos de escuela elemental y escuela intermedia tienen porcentajes de respuestas afirmativas menores al de la muestra total: 85.7 por ciento y 80 por ciento, respectivamente. Asimismo, el grupo de colegio técnico, aunque con un porcentaje de 90.6%, está por debajo del total de la muestra total (92.8%), lo que parecería contradictorio ya que este tipo de preparación se presta para la creación de un negocio propio. A pesar de que este cruce no arrojó significación estadística, los porcentajes de las respuestas destacan la percepción positiva de los grupos de escuela superior y universitario.

Tabla 7. 8

Tabulación Cruzada entre la Variable Familiares Empresarios y la Percepción de Deseabilidad de Crear una Empresa Propia : Muestra de Población General

Familiares Empresarios	¿Considera usted que es deseable el crear/fundar una empresa propia?	
	Sí (%)	No (%)
Familiares empresarios	93.7	6.3
No familiares empresarios	92.3	7.7
Total	93.0	7.0
Prueba Pearson	$\chi^2 = 0.22$	

El porcentaje de respuestas afirmativas resultó alto tanto en el grupo de encuestados con familiares empresarios como en el grupo que no tiene empresarios en la familia. Estos porcentajes además resultaron muy similares para ambos grupos. Entre las personas con familiares empresarios, el 93.7 por ciento contestó afirmativamente a esta pregunta versus el 92.3 por ciento en el caso de los que no tienen empresarios en la familia, según se observa en la **Tabla 7.8**. Tomando en consideración lo similar de la respuesta de ambos grupos y el hecho de que este cruce no arrojó significación estadística, esta muestra de población puertorriqueña no confirma el planteamiento hecho en la literatura de que tener empresarios en la familia influye significativamente en la actitud - en este caso de deseabilidad, de crear una empresa propia.

Tabla 7. 9

Tabulación Cruzada entre la Variable Género y la Percepción de Deseabilidad de Crear una Empresa Propia Muestra de Estudiantes Universitarios

Género	PUERTO RICO		CATALUNYA	
	Sí (%)	No (%)	Sí (%)	No (%)
Masculino	95.7	4.3	76.9	23.1
Femenino	93.0	7.0	70.7	29.3
Total	94.4	5.6	74.4	25.6
Prueba Pearson	$\chi^2 = 1.2054$		$\chi^2 = 4.0000$ *	

* Significación estadística < 0.05

Entre los estudiantes universitarios puertorriqueños se repite lo observado en la muestra de la población general. A pesar del alto porcentaje de respuestas afirmativas de ambos géneros, el porcentaje del género masculino (95.7%) es ligeramente superior al del género femenino (93%), y mayor que el de la muestra total, según se observa en la **Tabla 7.9**. Sin embargo, este cruce no resultó estadísticamente significativo, mientras que el de la población general resultó con significación estadística al 90 por ciento. A diferencia de la muestra puertorriqueña, el porcentaje de varones catalanes que respondió afirmativamente a esta pregunta resultó más alto y *estadísticamente significativo* que el del género femenino. En el estudio realizado en España en los años ochenta el género también resultó con influencia significativa en los resultados: un 59 por ciento de los varones consideraron deseable crear una empresa propia y sólo un 48 por ciento de las mujeres. Según los autores, esto es claramente reflejo de una cuestión cultural relativa a roles atribuidos a uno u otro sexo (Genescà y Veciana, 1984: 152). El hecho de que este cruce resulte significativo en Catalunya tanto en los años ochenta como noventa, y no en Puerto Rico, podría deberse a que en la sociedad puertorriqueña, dada la influencia que se ha recibido de la estadounidense, los roles atribuidos a uno y otro sexo podrían estar menos definidos entre los estudiantes universitarios que en la sociedad española.

Tabla 7. 10
Tabulación Cruzada entre la Variable Familiares Empresarios y la Percepción
de Deseabilidad de Crear una Empresa Propia: Muestra de Estudiantes Universitarios

Familiares Empresarios	PUERTO RICO		CATALUNYA	
	Sí (%)	No (%)	Sí (%)	No (%)
Familiares empresarios	95.8	4.2	75.9	24.1
No familiares empresarios	93.3	6.7	72.7	27.3
Total	94.7	5.3	74.2	25.8
Prueba Pearson	$\chi^2 = 1.16$		$\chi^2 = 1.59$	

El 95.8 por ciento de los estudiantes puertorriqueños con familiares empresarios contestó afirmativamente a la pregunta sobre la deseabilidad de crear una empresa propia versus el 93.3 por ciento de los que no tienen empresarios en la familia. Entre los estudiantes catalanes, los porcentajes correspondientes son menores que los de los puertorriqueños. No obstante, ambos grupos son similares en que no exhiben grandes diferencias entre los que tienen familiares empresarios y los que no los tienen. Coinciden, además, en que este cruce no arrojó significación estadística en ninguna de las dos muestras. No obstante, en el estudio de los años ochenta, los autores concluyen que el hecho de tener un empresario en la familia influye significativamente en la actitud de deseabilidad de crear una empresa propia (Genescà y Veciana, 1984: 152).

7.2.2 Percepción de la Sociedad Puertorriqueña en cuanto a la Viabilidad de Crear una Empresa

Según se mencionó anteriormente, tanto la percepción de deseabilidad como la de viabilidad deben ser positivas para que el evento de creación de una empresa propia sea creíble y, por tanto, exista la intención de llevar a cabo la conducta empresarial. No obstante, según Krueger, la percepción de viabilidad explica mayormente la predicción de la intencionalidad de crear una empresa propia (Krueger, 1993). La **Tabla 7.11** presenta las respuestas de ambas muestras de la sociedad puertorriqueña en torno a la percepción de la facilidad o dificultad relativa de crear una empresa en la actualidad en contraposición a décadas pasadas. La pregunta formulada fue la siguiente: *¿considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas pasadas?*

Tabla 7.11
Percepción de Viabilidad de Crear una Empresa
Sociedad Puertorriqueña

¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?	POBLACIÓN GENERAL (%)	ESTUDIANTES (%)
Más fácil	55.6	44.4
Más difícil	44.4	53.5
N.A.	2.9	2.1

Es evidente que la percepción de la sociedad puertorriqueña en cuanto a la viabilidad de crear una empresa propia no es tan positiva como su opinión sobre la deseabilidad. Las respuestas a la pregunta de viabilidad no son tan homogéneas entre ambas muestras como fue el caso de la pregunta de deseabilidad. En esta ocasión, las respuestas de ambas muestras difieren. En la muestra de población general, la mayoría (el 55.6%) indicó que actualmente resulta más fácil crear una empresa que en décadas anteriores. Sin embargo, en la muestra de estudiantes universitarios, la mayoría (el 53.5%) respondió que actualmente resulta más difícil, según se observa en la **Tabla 7.11**.

Según se observa en la **Tabla 7.12**, en la sociedad catalana, tanto la muestra de estudiantes como la de población general consideran que actualmente es más difícil crear una empresa que en décadas anteriores. El porcentaje que respondió *más difícil* es considerablemente más alto que el que respondió “más fácil”, en ambas muestras. A diferencia del caso de los puertorriqueños, las respuestas de la población general y los estudiantes catalanes son bastante similares entre sí. No obstante, al igual que en el caso de los puertorriqueños, los

estudiantes perciben mayor dificultad que la población general. Comparando la respuesta de las muestras de estudiantes, aunque en ambas sociedades la mayoría respondió que actualmente es más difícil crear una empresa que en décadas anteriores, el porcentaje de la muestra catalana que piensa de esa manera es mayor (66.1% vs.53.5%).

Tabla 7.12
Percepción de Viabilidad de Crear una Empresa
Sociedad Catalana

¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?	POBLACIÓN GENERAL (%)	ESTUDIANTES (%)
Más fácil	38.5	31.1
Más difícil	61.5	66.1
N.A.	0	2.9

A continuación se analiza si alguna de las variables tipológicas influye de manera significativa en los resultados presentados sobre la percepción de viabilidad.

En cuanto a *la muestra de población general*:

Tabla 7.13
Tabulación Cruzada entre la Variable de Género y la Percepción de Viabilidad de Crear una Empresa Propia : Muestra de Población General

Género	¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?	
	Más fácil (%)	Más difícil (%)
Masculino	51.4	48.6
Femenino	57.8	42.2
Total	55.6	44.4
Prueba Pearson	$\chi^2 = 1.89774$	

El porcentaje del género masculino que contestó que actualmente resulta más difícil crear una empresa que en décadas pasadas (48.6%), resultó más alto que el del género femenino

(42.2%) y más alto que el porcentaje de la muestra total (44.4%). A pesar de que este cruce no arrojó significación estadística, los porcentajes muestran que el género masculino tiene una percepción de viabilidad menos positiva que el género femenino. Ello podría deberse a que, generalmente, los hombres están más informados de los pormenores relacionados con la creación de empresas. Esta percepción contrasta con la de deseabilidad de crear una empresa propia, en donde se observó que, a pesar de que ambos sexos expresaron una percepción positiva, la del género masculino resultó mayor (y estadísticamente significativa al 90 por ciento).

Tabla 7.14
Tabulación Cruzada entre la Variable de Edad y la Percepción
de Viabilidad de Crear una Empresa Propia : Muestra de Población General

Edad	¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?	
	Más fácil (%)	Más difícil (%)
21-28 años	46.1	53.9
29-35 años	58.0	42.0
36 –45 años	58.6	41.4
46-60 años	53.2	46.8
Más de 60 años	63.5	36.5
Total	55.6	44.4
Prueba Pearson	$\chi^2 = 5.1558$	

Según las respuestas obtenidas, a mayor edad, menor la percepción de dificultad de crear una empresa en la actualidad. Según se observa en la **Tabla 7.14**, en cada categoría de edad, la mayoría respondió que actualmente resulta más fácil crear una empresa que en décadas anteriores, excepto en la categoría de menor edad (21 a 28 años). Éste es el único grupo en el cual la mayoría (53.9%) respondió *más difícil*. Tomando en consideración que gran parte de

los universitarios se encuentran entre las edades de 21 a 28 años, la respuesta de este grupo de edad es coherente con la ofrecida por la muestra de estudiantes, en la cual el 53.5% respondió que actualmente resulta más difícil crear una empresa que en décadas pasadas. En el otro extremo, la categoría de mayor edad (más de 60 años) resultó con el porcentaje mayor (63.5%) obtenido en la respuesta *más fácil*. Entre estos dos extremos, los grupos de las edades de 29 a 35 años y de 36 a 45 años resultaron con porcentajes muy similares. En el grupo de edad de 46 a 60 años, aunque la mayoría (53.2%) respondió que actualmente resulta más fácil crear una empresa propia que en décadas pasadas, dicho porcentaje es más bajo que el de la muestra total (55.6%).

Tabla 7. 15
Tabulación Cruzada entre la Variable Nivel Educativo y la Percepción de Viabilidad de Crear una Empresa Propia: Muestra de Población General

Nivel Educativo	¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?	
	Más fácil (%)	Más difícil (%)
No sabe leer	66.7	33.3
Escuela elemental	71.4	28.6
Escuela intermedia	44.0	56.0
Escuela superior	52.2	47.8
Educación universitaria sin terminar	54.7	45.3
Educación universitaria completada	65.0	35.0
Colegio técnico	42.2	57.8
Otro	63.6	36.4
Total	55.0	44.0
Prueba Pearson	$\chi^2 = 11.8279$	

Los grupos de escuela intermedia y colegio técnico son los únicos en los cuales la mayoría respondió *más difícil*: 56% y 57.8%, respectivamente. La categoría con el porcentaje mayor en la respuesta *más fácil* es la de escuela elemental (71.4%), seguido por el grupo de

educación universitaria completada (65%). Los grupos de escuela superior y educación universitaria sin terminar resultaron con porcentajes similares en la respuesta *más fácil*: 52.2% y 54.7% respectivamente, ambos con porcentajes más bajos que la muestra total (55%). En la categoría *no sabe leer*, dos de las tres personas consideran que actualmente resulta más fácil crear una empresa que en décadas pasadas. El alto porcentaje obtenido en la respuesta *más fácil* del grupo de educación universitaria completada, parecería contradecir la respuesta dada a esta pregunta por la muestra de estudiantes universitarios (el 53.5% de dicha muestra respondió más difícil) y por el grupo de edad de 21-28 años (el 53.9% de éste respondió más difícil). No obstante, entendemos que no es conflictivo debido a que los encuestados clasificados en el grupo de educación universitaria completada no son estudiantes actualmente y muy probablemente no se encuentran en el grupo de edad de 21-28 años.

Tabla 7. 16
Tabulación Cruzada entre la Variable Familiares Empresarios y la Percepción de Viabilidad de Crear una Empresa Propia: Muestra de Población General

Familiares	¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?	
	Más fácil (%)	Más difícil (%)
Familiares empresarios	54.3	45.7
No familiares empresarios	55.3	44.7
Total	55.0	45.0
Prueba Pearson	$\chi^2 = 0.0325$	

Según muestran los datos de la **Tabla 7.16**, los porcentajes de respuestas del grupo con familiares empresarios son muy similares a los del grupo que no tiene empresarios en la familia. La influencia de esta variable sobre la percepción de viabilidad de crear una empresa propia no resultó significativa. Al igual que en el caso de la percepción de discapacidad, en que la variable *familiares empresarios* no resultó estadísticamente influyente, este resultado

refuerza el planteamiento de que las actitudes de la sociedad puertorriqueña sobre la deseabilidad y la viabilidad de la creación de empresas no están influenciadas por el contexto familiar en los casos en los que existe tradición empresarial.

En cuanto a la *muestra de estudiantes universitarios*:

Tabla 7. 17
Tabulación Cruzada entre la Variable Género y la Percepción
de Viabilidad de Crear una Empresa Propia
Muestra de Estudiantes Universitarios

Género	PUERTO RICO		CATALUNYA	
	Más fácil (%)	Más difícil (%)	Más fácil (%)	Más difícil (%)
Masculino	48.8	51.2	32.4	67.6
Femenino	49.4	50.6	31.5	68.5
Viabilidad Total	49.1	50.9	32.1	67.9
Prueba Pearson	$\chi^2 = 0.14$		$\chi^2 = 0.72$	

La muestra de estudiantes puertorriqueños presenta un escenario muy similar al de la población general. Según se observa en la **Tabla 7.17**, a pesar de que este cruce no arrojó significación estadística, el porcentaje del género masculino que contestó que actualmente resulta más difícil crear una empresa que en décadas pasadas (51.2%), resultó ligeramente más alto que el del género femenino (50.6%) y que el porcentaje de la muestra total (50.9%). Entre los estudiantes catalanes, sin embargo, la situación es contraria: el porcentaje del género masculino que contestó que actualmente resulta más difícil crear una empresa que en décadas pasadas (67.6%), resultó ligeramente más bajo que el del género femenino (68.5%). La variable género tampoco resultó significativa sobre la percepción de viabilidad para los catalanes, lo que contrasta con el resultado de dicha variable sobre la percepción de deseabilidad, la cual resultó significativa al 95 por ciento en la muestra de estudiantes

catalanes, al igual que en el estudio realizado en los años ochenta, según se comentó anteriormente²⁵. Es interesante que en la muestra de estudiantes catalanes, al igual que en la muestra de la población general puertorriqueña, el género sea influyente sobre la percepción de deseabilidad, aunque no sobre la de viabilidad.

Tabla 7.18
Tabulación Cruzada entre la Variable Familiares Empresarios y la Percepción de Viabilidad de Crear una Empresa Propia
Muestras de Estudiantes Universitarios

Familiares	PUERTO RICO		CATALUNYA	
	Más fácil (%)	Más difícil (%)	Más fácil (%)	Más difícil (%)
Familiares empresarios	47.2	52.8	32.9	67.1
No familiares empresarios	52.3	47.7	31.3	68.7
Total	49.4	50.6	32.1	67.9
Prueba Pearson	$\chi^2 = 0.895$		$\chi^2 = 0.251$	

La variable familiares empresarios no resultó influyente estadísticamente sobre la percepción de los estudiantes universitarios en cuanto a la viabilidad de crear una empresa propia en ninguna de las dos sociedades, según muestra la **Tabla 7.18**. No obstante, resulta interesante destacar que en Puerto Rico, entre el grupo que tiene familiares empresarios, la mayoría (52.8%) respondió que actualmente resulta más difícil crear una empresa que en décadas pasadas, contrario al grupo que no tiene empresarios en la familia, en el cual la mayoría (52.3%) respondió que actualmente resulta más fácil. En Catalunya, sin embargo, tanto en el grupo con familiares empresarios como en el que no tiene empresarios en la familia, la gran mayoría (67.1% y 68.7%, respectivamente) respondió que actualmente resulta más difícil que en décadas anteriores.

²⁵ Recordamos que en el estudio realizado en España en los años ochenta no se analizó la percepción de viabilidad.

7.2.3 Intencionalidad de Crear una Empresa en la Sociedad Puertorriqueña

El cuestionario utilizado incluye una pregunta en torno a si el encuestado ha pensado en fundar una empresa propia y los niveles de intencionalidad. La **Tabla 7.19** presenta los resultados de la pregunta: *¿ha pensado usted en crear o fundar una empresa propia?*

Tabla 7.19
Intencionalidad de Crear una Empresa Propia

¿Ha pensado usted en crear o fundar una empresa propia?	POBLACIÓN GENERAL PUERTO RICO (%)	ESTUDIANTES PUERTO RICO (%)	ESTUDIANTES CATALUNYA (%)
Sí, tengo el firme propósito de crear mi propia empresa	NA	16.1	4.1
Sí, seriamente	16.2	28.7	12.1
Sí, vagamente	14.8	40.3	51.0
No, pero pienso integrarme en una empresa de familia	NA	2.1	4.2
No, nunca	41.4	10.8	26.8
No indica		2.0	1.8
Soy empresario (a)	27.6	NA	NA

De acuerdo con las respuestas que se observan en la **Tabla 7.19**, el porcentaje de la muestra de estudiantes puertorriqueños que contestó *sí, tengo el firme propósito* y *sí, seriamente* suma 44.8 por ciento, porcentaje mucho más elevado que el correspondiente a la población general (16.2%). De igual modo, el porcentaje de la muestra de estudiantes que respondió *sí, vagamente* (40.3%) también es más elevado que el de la muestra de población general (14.8%). Por otro lado, la respuesta negativa *no, nunca* es mucho más baja entre los estudiantes puertorriqueños que entre la población general (10.8% vs. 41.4%).

Tabla 7.20
Intencionalidad de Crear una Empresa Propia: Muestra de Población General Catalana

¿Ha pensado usted en crear o fundar una empresa propia?	Porcentaje
No	57.0*
Sí	29.0*
• Oportunidad identificada/idea de empresa concreta	10.7
• Sin ideas concretas	8.4
• Varias ideas sin concretar	6.7
• Otros	3.3

* El 14 por ciento restante son empresarios actualmente

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada a la población general catalana, según se observa en la **Tabla 7.20**, el 29 por ciento respondió que ha considerado crear o fundar una empresa propia, mientras que el 57 por ciento respondió que no. Estos porcentajes comparan con el 31 por ciento de la población general puertorriqueña que respondió positivamente (la suma de *sí, seriamente* y *sí, vagamente*). En el caso de Puerto Rico, la respuesta negativa fue de 41.4 por ciento (los porcentajes que faltan en ambas muestras representan a los empresarios actuales).

El porcentaje de estudiantes puertorriqueños que respondió tener el firme propósito de crear una empresa propia es más alto que el de los estudiantes catalanes (16.1% vs. 4.1%), según muestra la **Tabla 7.19**. Lo mismo aplica a la respuesta *sí, seriamente* (28.7% vs. 12.1%). En ambos países la respuesta *sí, vagamente* fue la que mayor porcentaje obtuvo, aunque en el caso de Catalunya el mismo resultó más alto (51% vs. 40.3%). Por otro lado, el porcentaje de estudiantes que nunca ha pensado en crear su propia empresa es más alto en Catalunya que en Puerto Rico (26.8% vs. 10.8%). Es pertinente señalar que el porcentaje otorgado a la

respuesta *tengo el firme propósito* por los estudiantes españoles en los años ochenta fue ligeramente mayor que en los años noventa (6.5% vs. 4.1%), al igual que en la respuesta *sí, seriamente* (14.2% vs. 12.1%). En los años ochenta, la respuesta *sí, vagamente* fue también la que recibió el mayor porcentaje (43.5%). Por otro lado, el porcentaje de estudiantes que nunca ha pensado en crear su propia empresa es también más alto entre los estudiantes españoles en los años ochenta (31.6% vs. 26.8%).

Resulta interesante comparar los resultados anteriormente mencionados con los de una encuesta telefónica similar realizada en el 1994 a 600 personas de la población general estadounidense (Walstad y Kourilsky, 1996). En el estudio citado también se encuestó a una muestra de 602 estudiantes de escuela superior y 204 empresarios y administradores dueños de pequeñas empresas.

En la muestra estadounidense, el 50 por ciento de la población general respondió que deseaba crear un negocio propio, porcentaje que supera las respuestas obtenidas tanto de la población general puertorriqueña (31%) como de la catalana (29%). Comparando las respuestas para las muestras de estudiantes (aunque no son totalmente comparables, ya que en el estudio de la sociedad estadounidense se trata de estudiantes más jóvenes- de escuela superior), la tendencia es la misma: el 69 por ciento de los estudiantes estadounidenses respondió que deseaba crear un negocio propio, porcentaje que supera las respuestas obtenidas tanto de los estudiantes puertorriqueños (44.8 por ciento en la suma de las

respuestas *sí, tengo el firme propósito* y *sí, seriamente*) como de los catalanes (16.2 por ciento en la suma de las respuestas *sí, tengo el firme propósito* y *sí, seriamente*).

A continuación se analiza si alguna de las variables tipológicas influye de manera significativa sobre la intencionalidad de crear una empresa propia, en un contraste χ^2 en el nivel de 95 por ciento.

En cuanto a la muestra de población general:

Tabla 7.21
Tabulación Cruzada entre la Variable Género y la Intencionalidad de Crear una Empresa Propia: Muestra de Población General

Género	Sí, seriamente	Sí, vagamente	No nunca	Soy empresario(a)
Masculino	20.6	11.4	29.7	38.3
Femenino	13.8	16.6	47.7	21.9
Total	16.2	14.8	41.4	27.6
Prueba Pearson	$\chi^2 = 29.45681^*$			

*Significación estadística < 0.05

Según muestra la **Tabla 7.21**, en la muestra de población general, el porcentaje del género masculino que respondió *sí, he pensado seriamente* en crear o fundar una empresa propia, es más alto que el del género femenino (20.6% vs. 13.8%) y más alto que el de la muestra total (16.2%). Sin embargo, en la respuesta *sí, he pensado vagamente* en crear o fundar una empresa propia el porcentaje del género femenino es mayor que el del género masculino: 16.6% versus 11.4 por ciento y que el de la muestra total (14.8%). Por otro lado, el 29.7 por ciento del género masculino contestó que nunca ha pensado en crear o fundar una empresa propia, porcentaje considerablemente más bajo que el del género femenino (47.7%) y el de la muestra

total (41.4%). En el caso de los 138 empresarios actuales, el 38.3 por ciento de los encuestados masculinos son empresarios actualmente versus el 21.9 por ciento de las encuestadas.

La influencia de la variable *género* sobre la intencionalidad de crear una empresa propia es significativa en el nivel de 99.9 por ciento. Ello confirma para el caso de Puerto Rico lo que es una hipótesis en la literatura, esto es, que el género masculino tenga una intencionalidad mayor que el género femenino hacia la conducta empresarial. Una de las variables que podría influenciar en este aspecto son las múltiples responsabilidades de la mujer en la unidad familiar y los abundantes casos de mujeres jefes de familia en la sociedad moderna. Estas circunstancias en ocasiones no le permiten a la mujer dedicar tantas horas a un negocio propio. De igual manera, la mujer en dichas circunstancias suele buscar una fuente de ingresos estable, que no implique los riesgos que en muchas ocasiones están asociados con la creación de un negocio propio.

Tabla 7.22
Tabulación Cruzada entre la Variable Edad y la Intencionalidad de Crear una Empresa Propia

Edad	Sí, seriamente	Sí, vagamente	No nunca	Soy empresario (a)
21-28 años	22.4	17.1	38.2	22.4
29-35 años	20.0	15.0	39.0	27.0
36-45 años	15.0	18.0	39.8	27.1
46-60 años	14.4	9.4	46.0	30.2
Más de 60 años	7.7	17.3	44.2	30.8
Total	16.2	14.8	41.4	27.6
Prueba Pearson	$\chi^2 = 13.87$			

Según se observa en la **Tabla 7.22**, a mayor edad, menor la intencionalidad de crear una empresa propia: el porcentaje más alto en la respuesta *sí, he pensado seriamente en crear o fundar una empresa propia* estuvo en el grupo de edad de 21 a 28 años (22.4%), seguido por el grupo de edad de 29 a 35 años (20%). Los otros dos grupos de edad -de 36 a 45 años y de 46 a 60 años - resultaron con porcentajes similares: 15 por ciento y 14.4 por ciento respectivamente. El porcentaje del grupo de mayor edad (más de 60 años) resultó con un porcentaje considerablemente más bajo (7.7%). No obstante, la variable edad no resultó influyente estadísticamente sobre la intencionalidad de crear una empresa propia.

Tabla 7.23
Tabulación Cruzada entre la Variable Nivel Educativo y
la Intencionalidad de Crear una Empresa Propia

Nivel Educativo	Sí, seriamente	Sí, vagamente	No nunca
No sabe leer		33.3	66.7
Escuela elemental	7.1	14.3	78.6
Escuela intermedia	8.0	24.0	68.0
Escuela superior	14.1	17.4	68.5
Educación universitaria sin terminar	30.2	17.0	52.8
Educación universitaria completada	27.0	26.0	47.0
Colegio técnico	26.6	18.8	54.7
Otro	45.5	18.2	36.4
Total	22.2	20.4	57.2
Prueba Pearson	$\chi^2 = 22.3886 *$		

*Significación estadística < .10

En la respuesta *sí, he pensado seriamente en crear o fundar una empresa propia*, los porcentajes muestran una tendencia general ascendente a medida que el nivel educativo aumenta, con los porcentajes más altos en los grupos de educación universitaria sin terminar (30.2%) y educación universitaria completada (27%). Le siguen el grupo de colegio técnico

(26.6%) y los grupos de escuela superior (14.1%), escuela intermedia (8%) y finalmente escuela elemental con el porcentaje más bajo (7.1%). Estos tres grupos tienen porcentajes más bajos que la muestra total (22.2%). Según se observa en la **Tabla 7.23**, este cruce arrojó significación estadística al nivel de 90 por ciento. El resultado confirma nuevamente la importancia del universitario puertorriqueño como empresario potencial.

Tabla 7.24
Tabulación Cruzada entre la Variable Familiares Empresarios y la Intencionalidad de Crear una Empresa Propia

PUERTO RICO	Sí, seriamente	Sí, vagamente	No nunca
Familiares empresarios	26.0	22.8	51.2
No familiares empresarios	20.4	19.1	60.4
Total	22.4	20.4	57.2
Prueba Pearson		$\chi^2=2.9185$	

Las personas con familiares empresarios reflejan mayor intencionalidad de crear una empresa propia. En la respuesta *sí, he pensado seriamente en crear o fundar una empresa propia*, el porcentaje del grupo con familiares empresarios es más alto (26%) que el del grupo que no tiene empresarios en la familia (20.4 %). En la respuesta *sí, he pensado vagamente en crear o fundar una empresa propia*, el porcentaje del grupo con familiares empresarios es también más alto (22.8% vs. 19.1%). Por otro lado, el 51.2 por ciento de las personas con familiares empresarios contestó *nunca he pensado en crear o fundar una empresa propia*, versus el 60.4 por ciento en el caso de los que no tienen empresarios en la familia. A pesar de que los porcentajes reflejan que las personas con empresarios en la familia tienen mayor intencionalidad de crear una empresa propia, este cruce no arrojó

significación estadística, al igual que los cruces anteriores de esta variable con las percepciones de deseabilidad y viabilidad.

En cuanto a la *muestra de estudiantes universitarios*:

Tabla 7.25

Tabulación Cruzada entre la Variable Género y la Intencionalidad de Crear una Empresa Propia Estudiantes Puertorriqueños

Género	Sí, tengo el firme propósito de crear mi propia empresa	Sí, seriamente	Sí, vagamente	No, pero pienso integrarme a una empresa familiar	No, nunca
Masculino	17.7	34.8	36.5	0.6	10.5
Femenino	15.2	25.5	45.7	3.3	10.3
Total	16.4	30.1	41.1	1.9	10.4
Prueba Pearson	$\chi^2 = 8.30127$				

A diferencia de la muestra de población general, en la muestra de estudiantes puertorriqueños la prueba estadística no arrojó significación en este cruce. Sin embargo, la tendencia de los porcentajes es la misma que la de la población: el género masculino refleja una intencionalidad mayor hacia la creación de una empresa propia que el género femenino. En la respuesta *sí, tengo el firme propósito* el porcentaje masculino es de 17.7 por ciento versus el 15.2 por ciento del género femenino; en la respuesta *sí, he pensado seriamente en crear o fundar una empresa propia*, el porcentaje del género masculino es de 34.8 por ciento, versus el 25.5 por ciento del género femenino; en la respuesta *sí, he pensado vagamente en crear o fundar una empresa propia* el porcentaje del género femenino es mayor que el del género masculino: 45.7 por ciento versus 36.5 por ciento. Por otro lado, el 10.5 por ciento del género masculino contestó *nunca he pensado en crear o fundar una empresa propia*, porcentaje que casi iguala el 10.3 por ciento de las respuestas del género femenino.

Tabla 7.26

Tabulación Cruzada entre la Variable Género y la Intencionalidad de Crear una Empresa Propia Estudiantes Catalanes

Género	Sí, tengo el firme propósito de crear mi propia empresa	Sí, seriamente	Sí, vagamente	No, pero pienso integrarme a una empresa familiar	No, nunca
Masculino	4.7	14.8	51.6	3.9	25.0
Femenino	3.3	8.7	52.1	4.8	31.0
Total	4.1	12.3	51.8	4.3	27.4
Prueba Pearson	$\chi^2 = 9.764^*$				

*Significación estadística < .05

En la muestra de estudiantes catalanes, sin embargo, el porcentaje del género masculino que respondió *sí, seriamente* a esta pregunta es más alto que el del género femenino, y supera también el porcentaje de la muestra total. El cruce arrojó significación estadística al 95 por ciento. Este cruce, al igual que el de género con percepción de deseabilidad, refleja que en la población estudiantil catalana, el género ciertamente es una variable más influyente que entre los estudiantes universitarios puertorriqueños.

Tabla 7.27

Tabulación Cruzada entre la Variable Familiares Empresarios y la Intencionalidad de Crear una Empresa Propia Estudiantes Puertorriqueños

PUERTO RICO	Sí, tengo el firme propósito de crear mi propia empresa	Sí, seriamente	Sí, vagamente	No, pero pienso integrarme a una empresa familiar	No, nunca
Familiares empresarios	19.4	31.6	38.3	2.4	8.3
No familiares empresarios	12.6	27.5	43.7	1.2	15.0
Total	16.4	29.8	40.8	1.9	11.3
Prueba Pearson	$\chi^2 = 8.2288$				

De los estudiantes puertorriqueños con familiares empresarios, el porcentaje que respondió *sí, tengo el firme propósito* de crear una empresa propia es más alto que el porcentaje del grupo que no tiene empresarios en la familia. Esta respuesta resultó con los porcentajes de

19.4 por ciento para los estudiantes con familiares empresarios y 12.6 por ciento en el caso de los que no tienen empresarios en la familia. En la respuesta *sí, he pensado seriamente en crear o fundar una empresa propia*, el porcentaje del grupo con familiares empresarios es más alto (31.6%) que el del grupo que no tiene familiares empresarios (27.5%). Por otro lado, el 8.3 por ciento de los estudiantes con familiares empresarios respondió *nunca he pensado en crear o fundar una empresa propia*, versus el 15.0 por ciento en el caso de los que no tienen familiares empresarios. A pesar de que este cruce no arrojó significación estadística en la muestra de estudiantes ni en la de población, el mayor porcentaje en las respuesta de más alta intencionalidad corresponde en ambas muestras a los encuestados con familiares empresarios. Esta tendencia contrasta con los cruces de esta variable y la percepción de deseabilidad y de viabilidad. En estos casos, según se presentó anteriormente, el tener familiares empresarios no marcaba diferencia con respecto a percepciones más positivas. No obstante, en el caso de la intencionalidad, esta variable sí muestra diferencias en los porcentajes de las respuestas.

Tabla 7.28
Tabulación Cruzada entre la Variable Familiares Empresarios y la Intencionalidad de Crear una Empresa Propia
Estudiantes Catalanes

Familiares Empresarios	Sí, tengo el firme propósito de crear mi propia empresa	Sí, seriamente	Sí, vagamente	No, pero pienso integrarme a una empresa familiar	No, nunca
Familiares empresarios	4.3	15.0	52.3	6.9	21.6
No familiares empresarios	4.0	9.6	51.6	1.9	32.9
Total	4.1	12.2	52.0	4.3	27.4
Prueba Pearson	$\chi^2 = 26.250^*$				

* Significación estadística < 0.05

En la muestra de estudiantes catalanes el hecho de tener familiares empresarios resultó influyente estadísticamente (al 95%), sobre la intencionalidad de crear una empresa propia, a diferencia de los cruces de esta variable con las percepciones de deseabilidad y viabilidad. Según se observa en la **Tabla 7.28** el porcentaje de estudiantes con empresarios en la familia que han pensado seriamente en crear su propia empresa, es más alto que el del grupo que no tiene empresarios en la familia. Asimismo, este porcentaje es más alto que el de la muestra total.

7.2.4 Factores del Entorno que Favorecen y Dificultan la Creación de Nuevas Empresas en la Actualidad

El cuestionario utilizado incluye dos preguntas orientadas hacia los factores que ejercen influencia en la percepción de viabilidad. A los encuestados se les preguntó sobre los principales factores que, a su juicio, favorecen la creación de una empresa propia en la actualidad. La misma pregunta se formuló en relación con los factores que, a su juicio, dificultan la creación de una empresa propia. Ambas fueron preguntas abiertas.

La **Tabla 7.29** presenta los factores que según los encuestados, tanto en la muestra de población general como en la de estudiantes, favorecen la creación de empresas nuevas en la actualidad. Los porcentajes están basados en el número total de respuestas obtenidas.

Tabla 7.29
Factores que Favorecen la Creación de
Nuevas Empresas en la Actualidad
Sociedad Puertorriqueña

POBLACIÓN GENERAL	%	ESTUDIANTES	%
Apoyo gubernamental (política pública)	22.4	Apoyo gubernamental (política pública)	25.6
Acceso a financiación	9.8	Nuevas tecnologías	17.0
Globalización de la economía	9.5	Acceso a financiación	16.1
Situación económica actual	9.2	Mejor educación	8.3
Mejor educación	6.9	Disponibilidad de información	6.0
Nuevas tecnologías	6.3	Globalización de la economía	5.8
Disponibilidad de información	5.1	Aumento en la demanda	5.4
Bajas tasas de interés	4.8	Situación económica actual	3.6
Insatisfacción/Necesidad de empleo	4.6	Deseo de ser su propio jefe	3.4
Deseo de ser su propio jefe	5.3	Insatisfacción/Necesidad de empleo	2.7
Innovación	2.8	Otro	6.1
Aumento en la demanda	2.1		
Otro	11.2		

Las respuestas de ambas muestras de la sociedad puertorriqueña resultaron similares. Entre los primeros tres factores que a su juicio favorecen la creación de empresas en la actualidad, ambas muestras coincidieron en dos aspectos del entorno formal de Puerto Rico: apoyo gubernamental y acceso a financiación. El factor de apoyo gubernamental fue identificado en primer lugar por ambas muestras, según se observa en la **Tabla 7.29**. En segundo lugar, la muestra de población general identificó el acceso a financiación. Por su parte, la muestra de estudiantes mencionó en segundo lugar las nuevas tecnologías. La globalización de la economía fue mencionada en tercer lugar por la muestra de población general, mientras que los estudiantes colocaron en este lugar el acceso a financiación.

Tabla 7.30
Factores con Mayor Porcentaje de
Respuestas Obtenidas
Sociedad Puertorriqueña

Factores que Favorecen la Creación de Nuevas Empresas en la Actualidad	Población General N°. Orden	Estudiantes N°. Orden
Apoyo gubernamental	1	1
Acceso a financiación	2	3
Nuevas tecnologías		2
Globalización de la economía	3	

Las **Tablas 7.31 y 7.32** presentan las respuestas de la sociedad catalana sobre los factores que favorecen la creación de empresas en la actualidad.

Tabla 7.31
Factores que Favorecen la Creación de
Nuevas Empresas en la Actualidad
Sociedad Catalana

POBLACIÓN GENERAL	%	ESTUDIANTES	%
Situación económica del país	48.5	Apoyo gubernamental (política pública)	22.4
Tener la formación y carácter necesarios	13.0	Acceso a financiación	9.8
Disponer del dinero necesarios (capital inicial)	8.1	Globalización de la economía	9.5
Afán de independencia personal	6.3	Situación económica actual	9.2
Situación fiscal del país	6.3	Mejor educación	6.9
Disponer del personal necesario	5.4	Nuevas tecnologías	6.3
Infraestructura/Nuevas tecnologías	5.1	Deseo de ser su propio jefe	5.3
Otros factores	5.8	Disponibilidad de información	5.1
Ninguno	6.4	Bajas tasas de interés	4.8
NS/NC	9.7	Insatisfacción/Necesidad de empleo	4.6
		Innovación	2.8
		Aumento en la demanda	2.1
		Otro	11.2

Tabla 7.32
Factores con Mayor Porcentaje de
Respuestas Obtenidas
Sociedad Catalana

Factores que Favorecen la Creación de Nuevas Empresas en la Actualidad	Población General N°. Orden	Estudiantes N°. Orden
Situación económica del país	1	
Tener la formación y carácter necesarios	2	
Disponer del dinero necesario (capital inicial)	3	
Apoyo gubernamental		1
Acceso a financiamiento		2
Globalización de la economía		3

Según se observa en las tablas anteriores, las respuestas ofrecidas por los puertorriqueños y los catalanes difieren. Entre los puertorriqueños, los factores identificados giran en torno a variables del entorno formal. La percepción es que tanto el apoyo gubernamental como el acceso a financiación favorecen la creación de empresas. En el caso de los catalanes, sin embargo, la percepción de viabilidad de crear una empresa propia es más dependiente de las cualidades personales y no tanto del entorno. En la muestra de la población general catalana, a pesar de que se mencionó como primer factor la situación económica del país (favorable), se identificaron en segundo y tercer orden factores personales como son tener la formación y carácter necesarios y disponer del capital inicial. Resulta evidente de la **Tabla 7.32** que la percepción de la población general catalana difiere bastante de la de los estudiantes, ya que estos dos grupos no mencionaron ningún factor en común, a diferencia de los puertorriqueños en que ambas muestras ofrecieron respuestas similares.

Entre los estudiantes universitarios, sin embargo, las respuestas son similares en ambas sociedades. Ambos grupos de estudiantes identificaron como factores importantes que favorecen la creación de empresas en la actualidad el apoyo gubernamental, el acceso a financiación y aspectos del nuevo orden económico como son las nuevas tecnologías y la globalización. La similitud de las respuestas entre ambas sociedades demuestran con claridad que los estudiantes universitarios representan un grupo más homogéneo que la población en general. Resulta interesante que factores tales como las nuevas tecnologías y el cambio tecnológico, la sociedad del conocimiento, el desarrollo del sector de servicios, las estrategias de las grandes corporaciones (subcontratación, etc.), los cambios en la estructura demográfica y la privatización del sector público, entre otros, no fueron mencionados por ninguno de los dos grupos de estudiantes. Esto denota, según Veciana, el poco conocimiento que los estudiantes tienen de los factores del entorno (Veciana, 1997: 56).

La **Tabla 7.33** presenta los factores que dificultan la creación de nuevas empresas en la actualidad, según la sociedad puertorriqueña.

Tabla 7.33
Factores que Dificultan la Creación de
Nuevas Empresas en la Actualidad
Sociedad Puertorriqueña

POBLACIÓN GENERAL	%	ESTUDIANTES	%
No disponer del dinero necesario (capital inicial)	25.69	Competencia (megatiendas)	32.3
Burocracia/Trabas administrativas	17.40	No disponer de dinero necesario (capital inicial)	16.0
Competencia (megatiendas)	11.87	Reglamentación excesiva	9.6
Gran competencia	11.38	Alto riesgo, miedo al fracaso	6.1
Situación económica del país	5.85	Falta de conocimiento y experiencia	5.6
Situación fiscal del país	5.85	Saturación del mercado	5.6
Falta de personal cualificado	5.85	Falta de disposición	4.5
Miedo al fracaso	1.14	Burocracia/Trabas administrativas	4.5
		Falta de orientación y apoyo gubernamental	3.5
		Dificultad de conseguir financiación	3.5
		Falta de personal cualificado	2.5
		Carga fiscal	2.1
		Falta de ideas de negocios	1.3
		Otro	3.1

En esta pregunta, nuevamente hallamos respuestas similares en ambas muestras de la sociedad puertorriqueña. Entre los primeros tres factores que a su juicio dificultan la creación de empresas en la actualidad ambas muestras mencionaron aspectos directamente relacionados con el entorno formal: la competencia de las megatiendas, reglamentación excesiva y/o burocracia gubernamental y la dificultad de no disponer del dinero necesario para iniciar la empresa.

Tabla 7.34
Factores con Mayor Porcentaje de Respuestas Obtenidas
Sociedad Puertorriqueña

Factores que Dificultan la Creación de Empresas en la Actualidad	Población General N° Orden	Estudiantes N° Orden
Competencia (megatiendas)	3	1
No disponer del dinero necesario (capital inicial)	1	2
Burocracia/Reglamentación excesiva	2	3

Según se observa en la **Tabla 7.34**, la diferencia de las respuestas entre ambas muestras radica en el orden asignado a las dificultades. El no disponer del dinero necesario fue identificado en primer lugar por la muestra de población general y en segundo lugar por los estudiantes. A pesar de que ambos grupos mencionaron el acceso a financiación como factor que favorece la creación de empresas en la pregunta anterior, en esta ocasión hacen referencia a la falta del capital inicial que se requiere aportar para obtener dicha financiación. Los datos de la **Tabla 7.33** indican que el porcentaje de respuestas de la población general correspondiente a este factor es mayor que el de los estudiantes (25.69 vs. 16.0). En el grupo de estudiantes, es razonable que exista esta dificultad en el presente, aunque se puede esperar que este grupo levante un capital a medida que terminen sus estudios y comiencen a trabajar. Sin embargo, en el grupo de población general, la falta de capital como obstáculo a la creación de empresas podría estar directamente relacionada con la baja tasa de ahorro del puertorriqueño, según se discutió en el **Capítulo 5**. Por otro lado, la burocracia fue identificada en segundo lugar por la población general y en tercer lugar por los estudiantes. Esta dificultad contrasta con el apoyo gubernamental, identificado como factor principal que favorece la creación de empresas. Es decir, la percepción de la sociedad puertorriqueña es que el Gobierno ofrece apoyo pero que éste es muy burocrático.

En tercer lugar la muestra de población general mencionó la competencia de las megatiendas mientras que el 32.3 por ciento de los estudiantes colocó este factor como dificultad principal. Sin embargo, tomando en consideración que ésta era una pregunta abierta, cabe

resaltar que la población general identificó como dificultad, en cuarto lugar, la competencia en términos generales. Al sumar ambos porcentajes (competencia de las megatiendas y gran competencia), se obtiene un 23.25 por ciento, lo que colocaría esta variable en segundo lugar para la muestra de población general. Dada la importancia de las megatiendas en el desempeño económico de Puerto Rico, según se discutió en el **Capítulo 5**, resulta coherente que los encuestados destaquen la competencia entre las principales dificultades que enfrenta la creación de una empresa propia.

Las **Tablas 7.35 y 7.36** presentan las respuestas de la sociedad catalana.

Tabla 7.35
Factores que Dificultan la Creación de
Nuevas Empresas en la Actualidad
Sociedad Catalana

POBLACIÓN GENERAL	%	ESTUDIANTES	%
Situación fiscal del país	27.1	Competencia	23.2
No disponer del dinero necesario (capital inicial)	26.5	No disponer de dinero necesario (capital inicial)	18.3
Burocracia/Trabas administrativas	20.1	Saturación del mercado	9.7
Situación económica del país	14.6	Carga fiscal	8.9
Gran competencia	14.6	Burocracia/Trabas administrativas	8.8
Miedo al fracaso	4.9	Alto riesgo, miedo al fracaso	7.9
Falta de personal cualificado	4.6	Falta de orientación y apoyo gubernamental	3.9
Otros factores	7.9	Dificultad de conseguir financiación	3.7
Ninguno	0.7	Falta de conocimiento y experiencia	3.2
NS/NC	4.4	Situación económica actual	3.1
		Falta de personal cualificado	1.5
		Falta de ideas de negocios	1.3
		Otro	6.5

Tabla 7.36
Factores con Mayor Porcentaje de Respuestas Obtenidas
Sociedad Catalana

Factores que Dificultan la Creación de Empresas en la Actualidad	Población General N.º orden	Estudiantes N.º orden
Situación fiscal del país	1	
No disponer del dinero necesario	2	2
Burocracia/Trabas administrativas	3	
Competencia		1
Saturación del mercado		3

En las respuestas a esta pregunta, nuevamente se observan diferencias en las percepciones de ambos grupos encuestados. Las muestras de población general y estudiantes catalanes coincidieron únicamente en un factor que ambas muestras clasificaron como segunda dificultad: la falta de capital inicial. Al igual que los puertorriqueños, en la sociedad catalana el porcentaje de población general que identificó la falta de capital inicial como dificultad importante es mayor que el de los estudiantes (26.5 vs. 18.3). Por otro lado, la población general catalana identificó como dificultad principal la situación fiscal del país mientras que los estudiantes catalanes, al igual que los puertorriqueños, identificaron la competencia como mayor dificultad. Éstos, sin embargo, no hicieron referencia explícita a las megatiendas como en el caso de Puerto Rico, sino a la competencia en términos generales. No obstante, el porcentaje que señaló esta dificultad en la muestra de estudiantes puertorriqueños es mayor que en la muestra catalana (32.3% vs. 23.2%). El factor de la competencia es reforzado al mencionar los estudiantes catalanes la saturación del mercado como tercer factor que dificulta la creación de empresas en la actualidad. Resulta interesante que la percepción en torno a la dificultad que representa la competencia difiera tanto entre

los estudiantes y la población general catalana. Según los porcentajes correspondientes a los distintos factores en la muestra de población general, la competencia quedó en cuarto lugar (junto a la situación económica del país) con un 14 por ciento de las respuestas. En tercer lugar, la población general catalana mencionó la burocracia, variable identificada en ambas muestras por los puertorriqueños. En la muestra de estudiantes catalanes, sin embargo, este factor quedó en quinto lugar, con un 8.8 por ciento de las respuestas. En términos generales, las cuatro muestras encuestadas coincidieron únicamente en un factor: la falta de capital inicial.

7.2.5 Motivos y Frenos Personales a la Creación de una Empresa Propia

La **Tabla 7.37** presenta para ambas muestras de la sociedad puertorriqueña la suma de los porcentajes correspondientes a las respuestas *muy importante* e *importante* para los factores que motivarían *personalmente* a crear una empresa propia.

Tabla 7.37
Factores que Motivan la Creación de una Empresa Nueva
Sociedad Puertorriqueña

MOTIVOS	POBLACIÓN GENERAL (%)	ESTUDIANTES (%)
Independencia personal	69.6	86.3
Mayor ingreso que trabajando a sueldo	70.2	80.9
Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o alcanzar objetivos en otro campo	56.0	57.3
Insatisfacción en la profesión anterior	56.6	42.8
Retribución económica justa a su trabajo	69.2	61.4
Poner en práctica sus propias ideas	72.0	89.0
Independencia económica	71.4	75.4
Dirigir una organización o grupo	63.0	72.9
Invertir en un patrimonio personal	68.2	55
Obtener un patrimonio personal	NA	57.2
Tradición familiar	50.6	35.9

Prestigio o status de empresario	56.2	53.3
Crear algo propio	71.6	85.3
Otro	0	9.4

Tomando en consideración los porcentajes en las clasificaciones *muy importante e importante*, se observa que ambas muestras de la sociedad puertorriqueña coinciden en cuanto a la motivación para la creación de una empresa propia. La diferencia radica en el orden en el que resultaron clasificados dichos factores, según se observa en la **Tabla 7.38**.

Tabla 7.38
Motivos para la Creación de una Empresa Propia con Mayor Porcentaje de Respuestas Obtenidas en *Muy Importante e Importante* Sociedad Puertorriqueña

MOTIVOS	Población General N.º orden	Estudiantes N.º orden
Poner en práctica sus propias ideas	1	1
Crear algo propio	2	3
Independencia económica	3	
Independencia personal		2

Los principales motivos para crear una empresa son aquellos relacionados con la creatividad y la independencia. En la muestra de población general, el factor *poner en práctica sus propias ideas* resultó en primer lugar con un porcentaje acumulado de 72 por ciento en las clasificaciones *muy importante e importante*. *Crear algo propio* resultó en segundo lugar con un porcentaje acumulado de 71.6 por ciento. En tercer lugar resultó el factor *independencia económica* con un porcentaje acumulado de 71.4 por ciento. Las respuestas de la muestra de estudiantes coincidieron en colocar el motivo *poner en práctica sus propias ideas* en primer lugar con un porcentaje acumulado de 89 por ciento en las clasificaciones *muy importante e importante*. El motivo de *independencia personal*, resultó segundo con un porcentaje de 86.3 por ciento y el motivo *crear algo propio* resultó en tercer lugar con un

porcentaje acumulado de 85.3 por ciento en estas dos categorías. El cuarto factor principal también coincide en ambas muestras: *mayor ingreso que trabajando a sueldo* con porcentajes de 70.2 por ciento y 80.9 por ciento en las muestras de población general y de estudiantes respectivamente. Resulta interesante que en ambas muestras, el prestigio o status del empresario(a) fue de los factores menos mencionados como motivación a la conducta de creación de empresas. Ambas muestras colocaron este factor en la posición número 11 entre 14 opciones.

Tabla 7.39
Factores que Motivan la Creación de una Empresa Nueva
Sociedad Catalana

MOTIVOS	POBLACIÓN GENERAL (%)	ESTUDIANTES (%)
Crear algo propio	95.9	62.6
Poner en práctica sus propias ideas	95.7	84.1
Independencia personal	93.6	81.8
Obtener un patrimonio personal	91.3	48.9
Retribución económica justa a su trabajo	90.8	38.8
Independencia económica	88.0	47.4
Mayor ingreso que trabajando a sueldo	83.9	62.1
Invertir en un patrimonio personal	79.1	22.4
Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o alcanzar objetivos en otro campo	75.7	44.1
Insatisfacción en la profesión anterior	72.2	33.1
Dirigir una organización o grupo	72.2	51.4
Prestigio o status de empresario	58.7	26.7
Tradición familiar	57.4	17.1
Otro		6.8

En la sociedad catalana, al igual que en la puertorriqueña, los motivos con los tres porcentajes más altos en las respuestas *muy importante* e *importante* coincidieron en ambas muestras, según se observa en la **Tabla 7.40**.

Tabla 7.40
Motivos con Mayor Porcentaje en las
Respuestas *Muy Importante e Importante*
Sociedad Catalana

MOTIVOS	Población General N.º orden	Estudiantes N.º orden
Crear algo propio	1	3
Poner en práctica sus propias ideas	2	1
Independencia personal	3	2

Merece ser resaltada la similitud de las respuestas de ambas sociedades, incluyendo tanto la muestra de población general como la de estudiantes. Aún más, al comparar estas respuestas tan similares con los resultados del estudio realizado en España a principio de los años ochenta, se encontró nuevamente una analogía altísima en los motivos considerados más relevantes por los encuestados para crear una empresa propia. En el estudio de los doctores Genescà y Veciana los motivos *muy importante e importante* resultaron ser, para ambas muestras, los mismos tres señalados en este estudio, tanto en la muestra de la sociedad puertorriqueña como en la de la sociedad catalana: independencia personal²⁶ (92.0%), posibilidad de poner en práctica las propias ideas (88.6%) y crear algo propio (63.5%) (Genescà y Veciana, 1984: 153). Por otro lado, en el estudio realizado en los Estados Unidos, el público en general identificó, de forma similar, motivos que atañen a la creatividad e independencia como relevantes para crear una empresa: ser su propio jefe (91%), crear algo propio para la familia (83%) y poner en práctica sus habilidades (78%) (Walstad y Kourilsky, 1996: 25).

A continuación se presentan los frenos o reparos ante la creación de una empresa propia percibidos por ambas sociedades.

Tabla 7.41
Frenos o Reparos ante la Creación de una Empresa Propia
Sociedad Puertorriqueña

FRENOS o REPAROS	POBLACIÓN GENERAL (%)	ESTUDIANTES (%)
Riesgo demasiado elevado	60.0	68.9
Situación económica (competencia)	69.0	82.3
Falta de capital inicial	69.8	85.7
Contribuciones	64.2	49.6
Problemas con el personal	56.0	36.9
Buenas perspectivas de hacer carrera con el empleo a sueldo	66.4	38.2
Falta de sueldo mínimo asegurado	64.2	42.6
Temor a fracasar	54.6	48.5
Imagen negativa del empresario	50.6	35.2
Ingresos irregulares en función de la marcha del negocio	65.0	44.0
Tener que trabajar demasiadas horas	50.8	45.7
Falta de conocimiento y experiencia en dirección de empresas	63.8	57.2
Dudar de mi capacidad de empresario	51.4	37.9
Retiro y jubilación insatisfactorios	63.4	40.9
Otro	0	7.4

Tabla 7.42
Frenos o Reparos con Mayor Porcentaje en las
Respuestas *Muy Importante e Importante*
Sociedad Puertorriqueña

FRENOS O REPAROS	Población General N.º orden	Estudiantes N.º orden
Falta de capital inicial	1	1
Situación económica (competencia)	2	2
Riesgo demasiado elevado		3
Buenas perspectivas de hacer carrera con el empleo a sueldo	3	

Falta de capital inicial y *situación económica (competencia)* fueron los reparos principales identificados por ambas muestras de la sociedad puertorriqueña. Estos coinciden con las dificultades generales identificadas en la pregunta anterior y refuerzan una vez más dos

²⁶ Los porcentajes corresponden a la muestra de estudiantes, los de la muestra de directivos no se incluyen

realidades que confronta Puerto Rico: la falta de ahorro para invertir y la enorme competencia que representan las megatiendas, según se presentó en el **Capítulo 5**. El reparo mencionado en tercer lugar varió de la siguiente manera, según se observa en la **Tabla 7.42**. La población general, identificó *buenas perspectivas de hacer carrera con el empleo a sueldo* mientras que para la muestra de estudiantes el tercer reparo en importancia resultó ser *riesgo demasiado elevado*. La percepción de riesgo elevado puede vincularse al alto porcentaje asignado a la competencia como dificultad prioritaria en la pregunta anterior. Esta variable está también relacionada con la de *temor a fracasar* que aunque tiene porcentajes asignados más bajos que el riesgo, resultó en quinto lugar entre los estudiantes y en noveno entre la población. La carga contributiva resultó en cuarto lugar.

A continuación se presentan los frenos o reparos ante la creación de una empresa propia según la sociedad catalana.

Tabla 7.43
Frenos o Reparos ante la Creación de una Empresa Propia
Sociedad Catalana

FRENOS o REPAROS	POBLACION GENERAL (%)	ESTUDIANTES (%)
Riesgo demasiado elevado	82.4	78.2
Situación económica (competencia)	82.2	75.8
Falta de capital inicial	84.9	88.4
Contribuciones	80.8	50.0
Problemas con el personal	55.9	19.3
Buenas perspectivas de hacer carrera con el empleo a sueldo	69.2	24.3
Falta de sueldo mínimo asegurado	72.9	35.7
Temor a fracasar	43.3	21.9
Imagen negativa del empresario	45.7	11.4
Ingresos irregulares en función de la marcha del negocio	72.5	35.5
Tener que trabajar demasiadas horas	41.8	24.2
Falta de conocimiento y experiencia en dirección de empresas	74.5	58.3

Los porcentajes representan la suma de respuestas obtenidas en *muy importante e importante*

Dudar de mi capacidad de empresario	56.7	25.6
Retiro y jubilación insatisfactorios	65.6	15.8
Otro		3.8

Los frenos o reparos con los tres porcentajes más altos en las respuestas *muy importante* e *importante* coincidieron en ambas muestras, según se observa en la **Tabla 7.44**.

Tabla 7.44
Frenos o Reparos con Mayor Porcentaje en las
Respuestas *MuyImportante* e *Importante*
Sociedad Catalana

FRENOS O REPAROS	Población General N.º orden	Estudiantes N.º orden
Falta de capital inicial	1	1
Situación económica (competencia)	2	3
Riesgo demasiado elevado	3	2

En esta ocasión hay que destacar nuevamente lo similar que resultaron las respuestas de ambas sociedades, al identificar los mismos factores como reparos principales ante la creación de una empresa propia. Si comparamos los mismos con los identificados por los estudiantes universitarios en los años ochenta, encontramos que se repiten una vez más los factores de falta de capital inicial (94.5%) y riesgo elevado (62.7%) como obstáculos principales. La falta de conocimientos y experiencia resultó en tercer lugar (55.3% en la suma de *muy importante* e *importante*) en el estudio de los años ochenta (Genescà y Veciana, 1984: 154). Esta variable no resultó entre las primeras en los estudios de los años noventa. No obstante, es importante ser conscientes de que los porcentajes asignados a la falta de conocimientos y experiencia como freno o reparo son altos: 63.7% (población) y 57.2 % (estudiantes) en la sociedad puertorriqueña; 74.5% (población), y 58.3% (estudiantes) en la catalana. Estos porcentajes, en efecto, son más altos que los asignados

por los estudiantes universitarios en la década del ochenta, por lo que ésta es un área que debe ser atendida.

Por otro lado, resulta sumamente interesante que en la sociedad estadounidense los principales reparos para iniciar una empresa propia, según la muestra de población general, fueron muy diferentes a los identificados por las sociedades puertorriqueña y catalana: edad o situación familiar (37%), problemas administrativos potenciales (20%) y falta de ideas, energías, tiempo o destrezas (14%) (Walstad y Kourilsky, 1996: 27). Mientras que los frenos mencionados por las sociedades puertorriqueñas y catalana se relacionan con aspectos del entorno como competencia y riesgo, los mencionados por los estadounidenses son básicamente factores personales. Cabe destacar además, que los porcentajes asignados a dichos reparos son considerablemente bajos.

7.2.6 Imagen del Empresario en la Sociedad

Las **Tablas 7.45 y 7.46** presentan los resultados relacionados con la imagen que la sociedad tiene del empresario. Este aspecto se consideró importante ya que en la literatura de creación de empresas, existe la hipótesis de que la imagen del empresario en la sociedad es un factor influyente sobre la deseabilidad e intencionalidad de convertirse en uno de ellos.

En el cuestionario utilizado se le presentó a los encuestados una lista de atributos relativos al empresario para que ellos expresaran si estaban o no de acuerdo con los mismos. Las respuestas se catalogaron en una escala de 4: *totalmente de acuerdo, de acuerdo, en*

desacuerdo y totalmente en desacuerdo. La **Tabla 7.45** presenta los tres atributos con mayor porcentaje en las respuestas *totalmente de acuerdo y de acuerdo* para ambas muestras de la sociedad puertorriqueña. La **Tabla 7.46** presenta los tres atributos con menor porcentaje. Los porcentajes por escala para cada atributo se detallan en el anexo 4.

Tabla 7.45
Atributos con Mayor Porcentaje en las Categorías
Totalmente de acuerdo y De acuerdo
Sociedad Puertorriqueña

ATRIBUTOS	Población General Nº Orden	Estudiantes Nº Orden
Los empresarios ayudan al desarrollo del país	1	2
Los empresarios son personas dinámicas	2	1
Los empresarios tienen una gran visión de futuro	3	
Los empresarios crean empleo		3

La diferencia entre las respuestas que ocuparon los primeros dos lugares radica en el orden en el que resultaron clasificados los atributos, según se aprecia en la **Tabla 7.45**. En la muestra de población general, el atributo *los empresarios ayudan al desarrollo del país* resultó en primer orden. Los clasificados en segundo y tercer orden se refieren a las cualidades personales (positivas) de los empresarios: dinamismo y visión de futuro. En la muestra de estudiantes, a pesar de que el atributo clasificado en primer orden se relaciona con una característica del empresario – dinamismo; los otros dos se refieren al impacto positivo de la conducta empresarial sobre la economía: desarrollo económico del país y creación de empleos.

Contrastando con estos atributos que realzan la imagen del empresario en la sociedad, en la **Tabla 7.46** se presentan los atributos con menor porcentaje en las categorías *totalmente de acuerdo y de acuerdo*.

Tabla 7.46
Atributos con Menor Porcentaje en las Categorías
Totalmente de acuerdo y De acuerdo
Sociedad Puertorriqueña

ATIBUTOS	Población General Nº Orden	Estudiantes Nº Orden
Los empresarios son personas de claro criterio De justicia social	12	14
Los empresarios son personas morales y honradas		13
Los empresarios son capaces de dialogar con los trabajadores		12
Los empresarios ganan mucho dinero	14	
Los empresarios tienen grandes dotes financieros y de gestión	13	

Los empresarios en la sociedad puertorriqueña no parecen ser percibidos como personas de *claro criterio de justicia social*. Según puede observarse en la **Tabla 7.46**, ambas muestras de la sociedad puertorriqueña identificaron, entre los atributos con menor porcentaje en las categorías *totalmente de acuerdo y de acuerdo*, el que hace referencia al criterio de justicia social de los empresarios. De acuerdo con la percepción de la población general, los empresarios no ganan mucho dinero ni tienen grandes dotes financieros y de gestión. La muestra de estudiantes identificó, entre los atributos con menor porcentaje, los relacionados con la capacidad de dialogar con los empleados y la honradez del empresario.

Claramente estos atributos proyectan una imagen negativa del empresario en la sociedad y contrastan con el aspecto positivo de aportación en el ámbito económico enfatizado entre los atributos de mayores porcentajes. Los atributos relacionados con el ingreso que devengan los empresarios y los dotes financieros y de gestión, clasificados por la población general número 13 y 14, según se observa en la **Tabla 7.46**, son coherentes con el hecho de

que el prestigio o status del empresario(a) fue de los factores menos mencionados como motivación a la conducta de creación de empresas. Ambas muestras colocaron el prestigio del empresario en la posición número 11 de 14 en el orden asignado a las motivaciones. Esta percepción es una señal de cómo se valora en términos de prestigio, la profesión de empresario frente a otras profesiones en la sociedad, según explicamos más adelante.

Las **Tablas 7.47 y 7.48** presentan las respuestas de la sociedad catalana.

Tabla 7.47
Atributos con Mayor Porcentaje en las Categorías
Totalmente de acuerdo y De acuerdo
Sociedad Catalana

ATRIBUTOS	Población General Nº Orden	Estudiantes Nº Orden
Los empresarios ayudan al desarrollo del país	2	2
Los empresarios son personas dinámicas	1	1
Los empresarios tienen gran capacidad de organización	3	3

El orden en el que resultaron colocados los atributos de mayor porcentaje en las respuestas *totalmente de acuerdo y de acuerdo* por ambas muestras de la sociedad catalana es el mismo, según puede apreciarse en la **Tabla 7.47**. Ambos grupos identificaron en segundo orden la aportación que hacen los empresarios al desarrollo del país. En primer y tercer orden identificaron cualidades personales de los empresarios como son el dinamismo y la capacidad de organización. En relación con la sociedad puertorriqueña, la percepción de que el empresario ayuda al desarrollo del país es mayor en la medida en que fue el atributo identificado en primer orden por la población general. Entre los estudiantes, a pesar de que fue identificado en segundo orden, fue reforzado con el tercer atributo de *los empresarios crean empleo*.

Tabla 7.48
Atributos con Menor Porcentaje en las Categorías
Totalmente de acuerdo y De acuerdo
Sociedad Catalana

ATRIBUTOS	Población General Nº Orden	Estudiantes Nº Orden
Los empresarios son personas de claro criterio De justicia social	13	14
Los empresarios son personas morales y honradas	12	13
Los empresarios son capaces de dialogar con los trabajadores	14	12

En cuanto a los atributos con menor porcentaje en las categorías *totalmente de acuerdo y de acuerdo* en la sociedad catalana, nuevamente las respuestas resultaron muy similares entre ambas muestras de dicha sociedad. Se observa que, al igual que en la sociedad puertorriqueña, los atributos relacionados con una imagen más negativa del empresario son aquellos que atañen a la justicia social y a la dinámica de los empresarios con sus empleados. La sociedad catalana, sin embargo, no incluyó entre los atributos con menor porcentaje en las respuestas *totalmente de acuerdo y de acuerdo* el ingreso ni los dotes financieros y de gestión, los cuales resultaron clasificados en los últimos dos lugares por la población puertorriqueña.

Según se mencionó anteriormente, otro aspecto de la imagen del empresario es la valoración que se le da a dicha profesión en la sociedad. Con el fin de medir dicha percepción, se le pidió a los encuestados que valoraran catorce profesiones en términos de prestigio. Se les proveyó una escala de siete en la cual 1 representa poco prestigio, 4 el punto central y 7 representa mucho. La **Tabla 7.49** presenta el promedio de la valoración asignada a cada profesión en el caso de ambas muestras de la sociedad puertorriqueña. Las profesiones

aparecen en orden descendente de valoración. La **Tabla 7.50** presenta las respuestas de la sociedad catalana.

Tabla 7.49
Clasificación de Profesiones por Prestigio
Sociedad Puertorriqueña

POBLACIÓN GENERAL	Valoración Promedio
Profesión	
1.Médico	6.51
2.Ingeniero	6.26
3.Directivo de empresa grande	5.98
3. Psicólogo	5.98
3. Químico	5.98
4. Empresario	5.91
5. Abogado	5.90
6. Físico	5.89
7. Economista	5.83
8. Maestro	5.81
9. Sociólogo	5.67
10. Periodista	5.47
11. Publicista	5.44
12. Traductor/Intérprete	5.39

ESTUDIANTES	Valoración Promedio
Profesión	
1.Médico	5.84
2.Ingeniero	5.43
3.Directivo de empresa grande	5.20
4.Abogado	4.91
5.Químico	4.55
6. Empresario	4.48
7.Físico	4.41
8.Periodista	4.14
9.Economista	4.11
10.Maestro	4.06
11.Publicista	3.94
12.Psicólogo	3.88
13.Sociólogo	3.62
14.Traductor/Intérprete	3.27

En este aspecto de la investigación encontramos nuevamente una gran similitud en las respuestas de ambas muestras de la sociedad puertorriqueña. El orden en el que las profesiones resultaron valoradas es muy similar. Ambos grupos coincidieron en colocar las profesiones de médico e ingeniero como las dos de más alto prestigio. También coincidieron en colocar las profesiones de directivo de empresa grande en tercer lugar. En la muestra de población general el tercer lugar es compartido con las profesiones de químico y psicólogo, según se observa en la **Tabla 7.49**. En cuarto lugar se valoró la de empresario. En la muestra

de estudiantes las profesiones de abogado y químico resultaron en cuarto y quinto lugar respectivamente, según se observa en la tabla. En sexto lugar se valoró la de empresario.

Tabla 7.50
Clasificación de Profesiones por Prestigio
Sociedad Catalana

POBLACIÓN GENERAL	Valoración Promedio	ESTUDIANTES	Valoración Promedio
Profesión		Profesión	
1. Médico	6.2	1. Ingeniero	6.08
2. Ingeniero	5.9	2. Directivo de gran empresa	5.97
3. Físico	5.8	3. Médico	5.92
4. Químico	5.7	4. Químico	5.63
4. Empresario	5.7	5. Economista	5.54
5. Economista	5.6	6. Empresario	5.50
6. Directivo de empresa grande	5.5	7. Abogado	4.93
7. Psicólogo	5.4	8. Físico	4.46
8. Abogado	5.3	9. Pubicista	4.22
9. Maestro	5.3	10. Periodista	4.20
10. Traductoe e Intérprete	5.2	11. Traductor/Intérprete	4.18
11. Sociólogo	5.2	12. Maestro	3.98
12. Periodista	5.1	13. Psicólogo	3.79
13. Publicista	4.8	14. Sociólogo	3.23

La población general catalana colocó la profesión de empresario en cuarto lugar, al igual que la puertorriqueña, con la misma valoración promedio asignada a la profesión de químico, según se observa en la **Tabla 7.50**. Los estudiantes catalanes, sin embargo, le asignaron al empresario un sexto lugar, al igual que los estudiantes puertorriqueños. Las tres profesiones que resultaron sobre la de empresario, en términos de la valoración promedio asignada por la población general catalana, coinciden con las de la población puertorriqueña: médico, ingeniero y químico. La muestra de población general catalana es el único grupo que no incluyó por encima de la profesión de empresario a la profesión de directivo de empresa grande. En Puerto Rico esta profesión fue altamente valorada tanto por la población general

como por los estudiantes. Ambos grupos la valoraron en tercer lugar después de las profesiones de médico e ingeniero.

7.3 Resumen y Discusión de los Principales Factores Condicionantes Informales del Entorno de Puerto Rico

La percepción de deseabilidad de crear una empresa propia de la sociedad puertorriqueña es muy positiva, de acuerdo al altísimo porcentaje obtenido en la pregunta dirigida a este aspecto. Cabe destacar que dicha percepción resultó muy homogénea entre los dos grupos encuestados: población general (93%) y estudiantes universitarios (92.2%). Entre la población general, se destaca la positiva percepción del género masculino sobre el femenino, del grupo de edad de personas entre 36 y 45 años y de los grupos de nivel educativo de escuela superior y universitario. El tener empresarios en la familia, sin embargo, no resultó variable influyente sobre la percepción de deseabilidad de crear una empresa propia.

Dicha percepción de deseabilidad podría responder hasta cierto punto a la difícil situación económica que ha atravesado Puerto Rico en los últimos años debido a la amenaza que enfrenta el modelo de desarrollo económico adoptado desde la década de 1940, según se explicó en el **Capítulo 1**. Esta situación macroeconómica ha implicado para muchos puertorriqueños la pérdida del empleo o la amenaza real de perderlo en el futuro cercano. En la literatura ha sido expuesto que *la persona atrapada en una situación insegura y amenazadora, empieza con la actividad de proyectar la creación de una empresa* (Veciana, 1988). Según elabora Veciana, esta hipótesis significa que la creación de una empresa no

responde la mayoría de las veces a *un motivo positivo, sino más bien a un motivo, factor o suceso crítico negativo* (Veciana, 1988: 20-21).

En el caso de Puerto Rico, además, varios sectores han señalado la urgencia de la creación de empresas nativas para reducir la dependencia de las grandes sociedades anónimas estadounidenses que hacen negocios en nuestra economía. Estos planteamientos añaden a la deseabilidad de la creación de empresas no sólo como alternativa personal ante un escenario de desempleo actual o potencial, sino como alternativa nacional en la búsqueda de modelos de desarrollo económico más equitativos y autosostenidos. El hecho de que la sociedad puertorriqueña destacara entre los principales atributos positivos del empresario precisamente aquellos relacionados con el desarrollo económico del País y la creación de empleos, apoya este análisis.

La percepción de viabilidad de la sociedad puertorriqueña de crear una empresa propia no es tan positiva ni homogénea como la de deseabilidad, lo que a nuestro juicio resulta revelador, según abundamos más adelante. Por un lado, la mayoría (55.6%) de la población general percibe que actualmente resulta más *fácil* crear una empresa propia que en décadas pasadas, aunque el porcentaje es mucho menor que en el caso de deseabilidad (93%). Por otro lado, la mayoría (53.5%) de los estudiantes universitarios percibe que actualmente resulta más *difícil* crear una empresa que en décadas pasadas. Estas percepciones de viabilidad tampoco resultaron influenciadas por el hecho de tener empresarios en la familia.

En términos de la intencionalidad de crear una empresa propia, el grupo de estudiantes universitarios aventaja considerablemente a la población general. Los porcentajes de los universitarios en las respuestas de *firme propósito* (16.1%) así como de *pensamiento serio* (28.7 vs. 16.2) y *pensamiento vago* (40.3 vs. 14.8) hacia la creación de una empresa propia son mucho más altos que los de la población. Por otro lado, se obtuvo en este grupo un porcentaje mucho menor (10.8 vs. 41.4) en la respuesta de *nunca* haber considerado la creación de una empresa propia. Es importante destacar que entre la población general, la variable género resultó influyente en el nivel de 99.9 por ciento, siendo el género masculino el que muestra una intencionalidad mayor hacia la conducta empresarial. Entre los estudiantes el género masculino también reflejó mayor intencionalidad hacia la creación de una empresa propia. No obstante, en este caso la prueba estadística no arrojó significación. A diferencia de los casos de percepción de deseabilidad y viabilidad, la intencionalidad de crear una empresa propia es mayor entre las personas con familiares empresarios.

Es interesante que la intencionalidad de la muestra de estudiantes universitarios sea considerablemente mayor que la de la población general, a pesar de que la percepción de viabilidad de este grupo es menos positiva. Estos resultados apoyan el planteamiento de que en la economía del conocimiento, el universitario es el empresario potencial más importante (Veciana, 1998). Asimismo destaca la limitación potencial que representa para la futura creación de empresas en Puerto Rico, la alta tasa de emigración entre las personas con grado universitario durante los años noventa, según se expuso en el

Capítulo 5, particularmente en el caso de los varones, los cuales han reflejado una intencionalidad mayor de crear empresas propias.

Comparando los resultados presentados con los de otras sociedades, se encontró que la sociedad puertorriqueña, tanto en la muestra de población general como en la de estudiantes, reflejó una percepción de deseabilidad de crear una empresa propia más positiva que la de la sociedad catalana; una percepción de viabilidad, que aunque menos positiva que la de deseabilidad, resultó mayor que la de la sociedad catalana y una intencionalidad mayor que la de la sociedad catalana hacia la creación de una empresa propia, particularmente en el caso de los estudiantes. Estos resultados apoyan el modelo aplicado en la medida en que la credibilidad del evento de creación de una empresa propia requiere tanto una percepción positiva de deseabilidad como de viabilidad del evento, ya que ambas percepciones afectan la intencionalidad de la persona hacia dicha conducta.

Los resultados difieren con respecto a la sociedad estadounidense. Según el estudio de Walstad y Kourilsky (1996), la intencionalidad de crear una empresa propia de la sociedad estadounidense es mayor que la de la puertorriqueña. Debido a que el estudio de Walstad y Kourilsky no incluyó en su análisis las percepciones de deseabilidad y viabilidad, no se puede comentar con certeza en torno a las mismas. No obstante, dado que la percepción de deseabilidad de la sociedad puertorriqueña es tan positiva, es razonable suponer que la diferencia en intencionalidad entre la sociedad puertorriqueña y la estadounidense se debe

fundamentalmente a la percepción de viabilidad. A estos efectos es importante explorar los factores que influyen en la percepción de viabilidad de la creación de empresas.

Según la sociedad puertorriqueña, los factores que *favorecen* la creación de empresas son el apoyo gubernamental, el acceso a la financiación, las nuevas tecnologías y la globalización de la economía (Tabla 7.29). Los factores que *dificultan* el proceso son la competencia de las megatiendas, la reglamentación excesiva y/o burocracia gubernamental y la dificultad de no disponer del dinero necesario para iniciar la empresa (Tabla 7.33). Los planteamientos, aparentemente contradictorios, de acceso a financiación por un lado y falta de capital inicial por otro, reflejan la percepción de que aunque las ayudas existen, éstas no son accesibles, por lo que no viabilizan en términos reales el proceso de crear la empresa. Es decir, que a pesar de que la sociedad puertorriqueña percibe que el gobierno ofrece apoyo a la creación de empresas, señala como dificultad mayor la burocracia gubernamental.

Las dificultades señaladas armonizan con los reparos personales a la creación de empresas identificados por los encuestados. Entre los reparos principales surgieron la falta de capital inicial, la competencia del mercado, el riesgo demasiado elevado y las buenas perspectivas de hacer carrera con el empleo a sueldo (Tabla 7.41). Cabe destacar que las cuatro muestras encuestadas en la sociedad puertorriqueña y catalana identificaron únicamente una dificultad en común: *falta de capital inicial*.

Por otro lado, la problemática de las megatiendas surge como dificultad y reparo personal principal a la creación de empresas entre los puertorriqueños. Debido a que las grandes empresas estadounidenses establecidas en Puerto Rico no crean eslabones con la economía local, según se discutió en el **Capítulo 5**, no solo no se propicia la creación de nuevas empresas nativas, sino que se obstaculiza dicho proceso en ciertas áreas de mercado que son controladas por los grandes intereses de las megatiendas. La falta de eslabones, además, reduce los nichos de mercado que suelen surgir en las actividades comerciales complementarias, según se ha discutido anteriormente.

El establecimiento de sociedades anónimas foráneas ha afectado la disponibilidad de empresarios nativos para crear nuevos negocios debido a que las mismas ofrecen salarios atractivos y la oportunidad de desarrollar una carrera profesional con un riesgo menor que el que supone la creación de una empresa propia. Indicio de esto es el que los encuestados hayan incluido las *buenas perspectivas de hacer carrera con el empleo a sueldo* entre los reparos principales a la creación de empresas. Es interesante el hecho de que este reparo fue señalado por la población general y no por los estudiantes universitarios. En la medida en que estas grandes empresas se han ido retirando de Puerto Rico, los universitarios perciben una probabilidad menor de ellos obtener buenas perspectivas de *hacer carrera con el empleo a sueldo*.

La sociedad catalana coincide con la puertorriqueña al identificar como reparo principal a la creación de empresas, además de la *falta de capital inicial*, la *situación económica del país*

(competencia) y el *riesgo demasiado elevado*. En la encuesta de los años ochenta la *falta de capital inicial* y el *riesgo demasiado elevado* ocuparon los primeros dos puestos, resultando en tercer orden *la falta de conocimientos y experiencia*. A pesar de que esta variable no resultó entre las primeras en el estudio de los años noventa en ninguna de las dos sociedades, es importante destacar que los porcentajes asignados a la misma en los noventa son más altos que en los años ochenta. En el caso de Puerto Rico este reparo (*falta de conocimiento y experiencia*) armoniza con la demanda de parte de la comunidad de programas en el área de creación de empresas en las instituciones de educación superior, según señalamos en el **Capítulo 6**. Consideramos de vital importancia atender este aspecto. En la medida en que las personas estén capacitadas para planificar debidamente un negocio, se contribuirá a resolver el problema anteriormente comentado de la falta de capital inicial debido a que el empresario no es elegible por no poder cumplir con los requisitos de procedimiento formal de un préstamo comercial en una institución financiera. Ello contribuiría también a reducir el porcentaje de quiebras de negocios por mala planificación.

Por otro lado, surge como evidencia del poco conocimiento que tienen los estudiantes sobre el proceso de creación de empresas, el hecho de que en ninguna de las muestras se hayan mencionado entre los factores que favorecen la creación de empresas en la actualidad variables tales como la sociedad del conocimiento, el desarrollo del sector de servicios, las estrategias de las grandes corporaciones (subcontratación, etc.) los cambios en la estructura demográfica y la privatización del sector público entre otros. Las nuevas tecnologías, sin embargo fueron mencionadas por los estudiantes puertorriqueños en segundo orden, aunque

no por los catalanes. Ello denota, según Veciana, el poco conocimiento que tienen los estudiantes de los factores del entorno (Veciana, 1997:56).

Mientras que los reparos principales identificados por las sociedades puertorriqueña y catalana se relacionan con componentes del entorno formal como son la competencia y la burocracia, los señalados por los estadounidenses en el estudio de Walstad y Kourilsky (1996) son fundamentalmente aspectos personales: edad o situación familiar (37%), problemas administrativos potenciales (20%), falta de ideas, energía, tiempo o destrezas (14%). Esto resulta de particular importancia debido a que, según comentamos anteriormente, la diferencia en la intencionalidad de creación de empresas entre las sociedades puertorriqueña y estadounidense se debe fundamentalmente a diferencias en la percepción de la viabilidad de llevar a cabo dicho proceso. Por tanto, en la medida en que una política pública adecuada modifique dichos aspectos estructurales del entorno formal, se estaría contribuyendo a impulsar la creación de empresas puertorriqueñas.

En relación con los factores que motivan la creación de una empresa nueva, llama la atención la similitud de las respuestas de la sociedad puertorriqueña y catalana, tanto en la muestra de población general como de estudiantes. Dichas respuestas resultaron también muy similares a las de la encuesta realizada en España a principio de los años ochenta. De igual forma, las opiniones de la sociedad estadounidense coinciden. Los cuatro grupos identificaron motivos que atañen a la creatividad e independencia personal.

En términos de la legitimidad social del empresario, este estudio reveló que la sociedad puertorriqueña tiene una imagen positiva del empresario en el sentido de que visualiza que éstos contribuyen al desarrollo económico del País y a la creación de empleos. Los encuestados resaltaron también cualidades personales positivas de los empresarios como son dinamismo y visión de futuro. Sin embargo, los empresarios en la sociedad puertorriqueña no parecen ser percibidos como personas de *claro criterio de justicia social*. Además, de acuerdo con la percepción de la población general, los empresarios no ganan mucho dinero ni tienen grandes dotes financieros ni de gestión. Estas percepciones negativas no contribuyen a una imagen de prestigio del empresario en la sociedad puertorriqueña. En efecto, el prestigio o status del empresario en la sociedad fue de los factores menos identificados por los puertorriqueños como motivación a la conducta de creación de empresas.

La sociedad puertorriqueña valoró en los primeros tres lugares en términos de prestigio, las profesiones de médico, ingeniero y directivo de empresa grande. También resultaron valoradas por encima de la de empresario, las profesiones de abogado, químico y psicólogo. En la medida en que la valoración de prestigio de una profesión responda a la preparación académica requerida y a la capacidad de ese profesional de generar altos ingresos, el orden en la valoración de profesiones que ocupó la de empresario, según el criterio de ambas muestras, resulta coherente con la apreciación que hiciera la sociedad puertorriqueña en término de los atributos *ganan mucho dinero y tienen grandes dotes de gestión y financieros*. Resulta claro que en términos de estos criterios la sociedad percibe que las

profesiones de médico, ingeniero, directivo de empresa grande, químico y abogado superan a la de empresario. Por otro lado, resulta revelador el alto puesto que ocupó la profesión de directivo de empresa grande en la valoración de profesiones en el caso de la sociedad puertorriqueña, a diferencia de la catalana. Dicha percepción responde al entorno formal descrito en el **Capítulo 5**, en el cual los puertorriqueños ocupan altos puestos directivos en grandes empresas estadounidenses, devengan altos salarios y disfrutan de mucho prestigio en nuestra sociedad.

Dado que la legitimidad social del empresario es uno de los factores más influyentes en la intencionalidad hacia la creación de nuevas empresas (Veciana, 1997: 57), es importante trabajar sobre una cultura favorable al empresario. Este aspecto puede ser atendido a través de los nuevos currículos y programas de creación de empresas en las instituciones de educación superior del País. Eventualmente se irá dando un proceso en el cual la presencia de un mayor número de empresarios puertorriqueños exitosos contribuya a su vez a que la figura del empresario se legitime en nuestra sociedad.

CAPITULO 8

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentan las conclusiones principales de esta investigación. Las mismas están directamente relacionadas con las tres áreas o niveles de análisis del estudio: la estructura macroeconómica de los establecimientos comerciales y la creación de empresas y los factores condicionantes *formales e informales* de la creación de empresas en Puerto Rico. La segunda parte del capítulo incluye algunas recomendaciones. Las mismas están basadas en las conclusiones y dirigidas a aumentar la creación de empresas prioritariamente puertorriqueñas.

8.1 Conclusiones

1. Esta investigación, al utilizar el enfoque institucional, hace una aportación significativa a la literatura empírica que estudia la influencia del entorno sobre la creación de empresas de un país. La Teoría Económica Institucional ha sido identificada como el marco conceptual más apropiado para el estudio de la influencia que ejercen los factores del entorno en la creación de empresas (Veciana, 1999: 25). Dicho contexto teórico resulta altamente acertado debido a que permite integrar en el análisis los factores formales y los informales, insertando los mismos en el contexto histórico-cultural particular de la sociedad bajo estudio. Sin embargo, según se demostró en este estudio, los trabajos que aplican el análisis institucional al tema de

creación de empresas son escasos y presentan análisis fragmentados. Desde la perspectiva de la situación económica que atraviesa Puerto Rico, este análisis resulta de particular importancia por la relevancia para el futuro económico de nuestro País así como por su utilidad potencial en la formulación de política pública.

2. En los últimos dos periodos estudiados se ha dado un aumento significativo en la tasa de creación de empresas en Puerto Rico. No obstante, la baja tasa de ahorro nacional como porcentaje de la inversión interna bruta de capital fijo, hace evidente la dependencia del capital extranjero que tiene Puerto Rico para realizar dicha inversión. Por otro lado, el aumento significativo en la brecha (PIB-PNB), la cual se ha quintuplicado en el presente con respecto al inicio de la década del ochenta, evidencia la débil base empresarial nativa, ya que el valor de los bienes y servicios producidos *en* Puerto Rico (PIB) es mayor que lo producido *por* los puertorriqueños (PNB). Asimismo, el hecho de que la tasa de crecimiento de establecimientos de empresas grandes del sector de comercio minorista, muchas de las cuales son extranjeras, duplica la tasa general lleva a concluir que una parte importante de dicha actividad empresarial se está llevando a cabo por extranjeros propietarios de los establecimientos comerciales. Esto contribuye a la fuga de capital, lo que reduce los ahorros disponibles para financiar un desarrollo económico futuro de forma autosostenida.

3. La estructura de los negocios en Puerto Rico es una en la cual los *establecimientos* pequeños son la mayoría. No obstante, a base del análisis realizado *por empresa* para el sector del comercio minorista, se concluye que el pequeño grupo de empresas grandes abarca un porcentaje significativo de las ventas del sector - alrededor del 32 por ciento. Para que las empresas pequeñas continúen siendo *el motor de la economía en Puerto Rico* es imprescindible controlar la tendencia de los últimos años en los cuales la tasa de crecimiento de las empresas grandes, muchas de las cuales son extranjeras, duplica la tasa general.

4. La percepción de deseabilidad de crear una nueva empresa es muy positiva en la sociedad puertorriqueña. Dicha percepción podría responder hasta cierto punto a la difícil situación económica que ha atravesado Puerto Rico en los últimos años debido a la amenaza que enfrenta el modelo de desarrollo económico adoptado desde la década de 1940. Tal situación de inestabilidad económica aporta a la deseabilidad de la creación de empresas no sólo como alternativa personal ante un escenario de desempleo actual o potencial sino como alternativa nacional en la búsqueda de modelos de desarrollo económico más equitativos y autosostenidos.

5. La percepción de viabilidad de crear una nueva empresa es mucho menos positiva en la sociedad puertorriqueña que la de deseabilidad. Los principales factores condicionantes que influyen en la percepción de viabilidad de la creación de empresas son la competencia que representan las megatiendas, la reglamentación

excesiva y/o burocracia gubernamental y la dificultad de no disponer del dinero necesario para iniciar la empresa. Estas variables fueron identificadas tanto por la población general como por los estudiantes y empresarios actuales. Además, las mismas habían sido señaladas como obstáculo principal al desarrollo de empresas nativas en dos estudios anteriores realizados en Puerto Rico.

6. Las leyes de incentivos contributivos aprobadas desde el 1947 han conformado un entorno orientado hacia la inversión extranjera. Dichas leyes orientadas a *atraer* actividad comercial a Puerto Rico ofrecen múltiples incentivos a empresas foráneas. Por otro lado, las leyes que regulan la operación de los establecimientos comerciales y los múltiples estatutos laborales se traducen en altos costos operacionales para los negocios en general. Esto dificulta la competencia para las empresas puertorriqueñas de menor tamaño debido a que éstas no se benefician de las ventajas otorgadas a las grandes empresas, aunque están sujetas a los mismos costos que el Estado impone por ley o reglamento. Dicha estrategia de política pública de atraer plantas de grandes sociedades anónimas foráneas mediante mecanismos de exención contributiva sin el condicionamiento de los mismos a la creación de eslabonamientos con la economía de Puerto Rico ha fallado en generar industrias complementarias y lograr la integración de las empresas extranjeras con la infraestructura de la economía local. Por el contrario, la presencia de estas grandes empresas extranjeras que operan fundamentalmente en los sectores de manufactura y comercio, dificultan la operación a las empresas puertorriqueñas de menor tamaño. Esta política pública contrasta

fuertemente con la que se ha adoptado en otros países en los cuales las ventajas contributivas y de otro tipo se ofrecen a las Pymes en un esfuerzo por combatir algunas de las desventajas inherentes a su tamaño. Por tanto la insistencia del Gobierno de mantener sus esfuerzos principales hacia la obtención de nuevos incentivos de parte del Congreso de los Estados Unidos que sustituyan la pérdida de la Sección 936 es inadecuada. En su lugar, se deben canalizar los recursos gubernamentales prioritariamente a empresas nativas, en particular al estímulo de creación de nuevas empresas, capitalizadas en la medida en que sea posible, por capital local.

7. El entorno institucional formal de apoyo a la creación de empresas cuenta con una infraestructura en las áreas de información y orientación, asesoría, capacitación y financiación. No obstante, las instituciones no son ampliamente conocidas, por lo que los servicios de las mismas no se utilizan plenamente, lo que limita su aportación potencial a la creación de empresas. Dichas instituciones, además ven afectada su efectividad debido a que instituyen procesos lentos, burocráticos y politizados. Otro problema latente en estas organizaciones radica en la actitud de los empleados, los cuales a menudo, en lugar de representar un vehículo que viabilice el proceso de creación de la empresa, dificultan el mismo restándole motivación al empresario.
8. La sociedad puertorriqueña identificó como uno de los obstáculos principales a la creación de empresas el no disponer del dinero necesario para iniciar el negocio, a pesar de reconocer que hay financiación disponible. Los planteamientos aparentemente contradictorios de acceso a financiación por un lado y falta de capital

inicial por otro reflejan el hecho de que muchos empresarios no planifican la empresa formalmente por lo que no son elegibles para préstamos cuyo proceso de evaluación requiere un plan de negocios. En la medida en que los currículos y programas en creación de empresas creen conciencia al empresario potencial de la importancia del proceso de planificación de la empresa y promuevan el desarrollo de conocimientos y destrezas en esa área, esta limitación podrá ser superada.

9. La intencionalidad de los estudiantes universitarios de crear una empresa propia es mucho mayor que la de la población general, lo que los convierte en los principales empresarios potenciales de la sociedad puertorriqueña. Por tanto, la alta tasa de emigración de este grupo durante los años noventa representa una limitación potencial a la futura creación de empresas puertorriqueñas.
10. La sociedad puertorriqueña tiene una imagen positiva del empresario relacionada con la función de éste en el desarrollo económico y la creación de empleos. No obstante, está presente la opinión de que los empresarios no ganan mucho dinero ni tienen grandes dotes financieros ni de gestión. La sociedad percibe que las profesiones de médico, ingeniero, directivo de empresa grande, químico y abogado superan a la de empresario en términos de prestigio. El alto puesto que ocupó la profesión de directivo de empresa grande en la valoración de las profesiones responde al entorno formal creado por el modelo de desarrollo económico adoptado en los años cuarenta en el cual los puertorriqueños ocupan altos puestos directivos en grandes sociedades anónimas estadounidenses, devengan altos salarios y disfrutan de mucho prestigio en nuestra sociedad. En efecto, el sistema de educación superior ha estado orientado

por décadas precisamente a formar el profesional requerido por dichas empresas extranjeras que hacen negocios en Puerto Rico. Dado que la legitimidad social del empresario es uno de los factores más influyentes en la intencionalidad hacia la creación de empresas, es importante trabajar sobre una cultura favorable al empresario.

11. La sociedad puertorriqueña tiene percepciones de deseabilidad y viabilidad más positivas que las de la sociedad catalana; así como una intencionalidad mayor hacia la creación de una empresa propia.
12. En base al estudio de Walstad y Kourilsky (1996), la intencionalidad de la sociedad estadounidense de crear una empresa propia es mayor que la de la sociedad puertorriqueña. Debido a que el estudio de Walstad y Kourilsky no incluyó en su análisis las percepciones de deseabilidad y viabilidad, no se puede comentar con certeza en torno a las mismas. No obstante, dado que la percepción de deseabilidad de la sociedad puertorriqueña es tan positiva, es razonable suponer que la diferencia en intencionalidad entre la sociedad puertorriqueña y la estadounidense se debe fundamentalmente a la percepción de viabilidad. Los reparos principales de la sociedad estadounidense a la creación de empresas, según el estudio de Walstad y Kourilsky (1996), son fundamentalmente aspectos personales, a diferencia de los factores condicionantes en el caso de Puerto Rico, los cuales según se presentó en el punto número 5, son componentes del entorno formal.

13. Los factores condicionantes que motivan la creación de una empresa nueva atañen a la creatividad e independencia personal, tanto en la sociedad puertorriqueña como en la catalana y estadounidense.

14. El entorno informal - ideas, actitudes y percepciones de las personas miembros de la sociedad puertorriqueña en relación con la creación de empresas y el empresario - influye favorablemente sobre la creación de empresas en Puerto Rico, sin embargo, los factores condicionantes que obstaculizan dicho proceso se hallan en el entorno formal – las leyes y los reglamentos que afectan la creación de empresas en el País así como las organizaciones que ofrecen servicios de apoyo en el proceso empresarial. Esto es contrario a la percepción general y ampliamente comentada de que *el puertorriqueño carece de espíritu empresarial*. Por tanto, una política pública adecuada dirigida a mejorar los aspectos del entorno formal que afectan negativamente la percepción de viabilidad de la creación de empresas contribuiría a impulsar nuevas empresas puertorriqueñas, logrando una mejor distribución de propietarios y tamaño de empresas en la actividad económica. Ello aportaría a alcanzar un desarrollo económico más equitativo y autosostenido.

8.2 Recomendaciones

Los hallazgos y las conclusiones nos han llevado a hacer las siguientes recomendaciones:

1. Promover más activamente la participación de los empresarios y el capital puertorriqueño en la actividad empresarial. Para ello se recomienda explorar las siguientes posibilidades:

- a) Condicionar los beneficios contributivos concedidos a las empresas extranjeras al establecimiento de eslabones²⁷ con la economía de Puerto Rico;
 - b) Requerir y promover que la inversión extranjera sea complementada por capital puertorriqueño;
 - c) Dar prioridad y ciertas ventajas a los inversionistas y empresarios puertorriqueños ante los extranjeros;
 - d) Dar prioridad al establecimiento de empresas locales sobre los grandes intereses de empresas foráneas en la política de Reconstrucción de los Centros Urbanos;
 - e) Capacitar a los grupos cooperativistas del País en habilidades empresariales para que promuevan la creación de empresas cooperativas financiadas por el capital nativo depositado en las cooperativas de ahorro y crédito de Puerto Rico.
2. Examinar en qué casos podría ser viable la adquisición de las *empresas 936* que están retirándose de Puerto Rico por parte de los empleados y/o la gerencia de la empresa y/o inversionistas locales y crear mecanismos de financiamiento que viabilicen tal adquisición, es decir, apoyar el llamado “buy-in”.
3. Aumentar la efectividad de la estructura existente de apoyo a la creación de empresas. Para ello se recomienda:
- a) Promocionar más los servicios de apoyo a la creación de empresas;

²⁷ Según éstos fueron definidos en el Capítulo 5, al pie de la página 98.

- b) Flexibilizar la estructura de las organizaciones de apoyo a la creación de empresas incorporando un diseño organizacional orientado hacia los clientes de manera que los empleados puedan ser flexibles, adaptando los servicios de la organización a las necesidades particulares de los clientes;
 - c) Reducir los trámites y simplificar los documentos de las solicitudes de las instituciones de apoyo a la creación de empresas;
 - d) Basar la oferta de servicios de las instituciones de apoyo a la creación de empresas en la necesidad de los empresarios, no únicamente en la percepción que el Gobierno pueda tener sobre dicha necesidad. En este proceso, el personal de las organizaciones debe visitar y dialogar con los empresarios directamente con el objetivo de conocer sus problemas y necesidades;
 - e) Fomentar y desarrollar las actitudes empresariales entre los empleados de las instituciones de apoyo a la creación de empresas de tal manera que éstos se visualicen facilitadores de dicho proceso.
4. Crear vínculos de colaboración entre las instituciones de apoyo a la creación de empresas y los nuevos programas de estudios empresariales en el País.
 5. Promover el desarrollo de conocimientos y destrezas empresariales en la sociedad puertorriqueña a través de los nuevos currículos y programas de creación de empresas en las instituciones de educación superior del País.
 6. Promover una cultura favorable al empresario a través de los nuevos currículos y programas de creación de empresas en las instituciones de educación superior del País.

ANEXO 1

CUESTIONARIO UTILIZADO PARA LA ENCUESTA A EMPRESARIOS

NOMBRE DEL EMPRESARIO/A _____

NOMBRE DE LA EMPRESA _____

Dirección postal de la empresa _____

Teléfono _____ **Fax** _____ **E-mail** _____

Web de la empresa

Observaciones

1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

1. ¿A qué sector pertenece la empresa?

- Agricultura
- Minería
- Construcción
- Comercio minorista
- Comercio mayorista
- Manufactura
- Servicios
- Transportación

2. ¿Cuál es la actividad que realiza la empresa? ¿Cuáles son los productos/servicios objeto de dicha actividad?

3. ¿En qué año se creó la empresa?

- * 1994
- * 1995
- * 1996
- * 1997
- * 1998

4. ¿Cuántas personas son legalmente propietarias de la empresa? Indique por favor el porcentaje aproximado de distribución de la propiedad de la empresa entre cada propietario/a.

	%
* Usted sólo...1	
* Usted y su esposa/marido...2	
* Usted y otras personas...3	
* Usted y otras empresas...4	
* Otras.....5	

5. ¿Cuántos empleados tenía la empresa en el año de su creación?

- Entre 1-5 empleados...1
- Entre 6-10 empleados ...2
- Entre 11-20 empleados ...3
- Entre 21-40 empleados ...4
- Más de 40 empleados

6. ¿Cuántos empleados tiene la empresa en la actualidad?

- Entre 1-5 empleados ..1
- Entre 6-10 empleados ...2
- Entre 11-20 empleados ...3
- Entre 21-40 empleados ...4
- Más de 40 empleados ...5

7. ¿Cuál es la forma jurídica de la empresa?

- * Empresario individual...1
- * Sociedad Anónima 2
- * Sociedad Especial...3
- * Sociedad Civil...4
- * Sociedad Mercantil...5
- * Sociedad Responsabilidad Limitada...6
- * Sociedad Comanditaria...7
- * Cooperativa...8

8. ¿Cuál fue la facturación de la empresa en el ejercicio de 1999?

- * Menos de 60,000 dólares...1
- * Entre 60,001 –200,000 dólares...2
- * Entre 200,001 – 500,000 dólares...3
- * Entre 500,001-1,000,000 dólares...4
- * Entre 1,000,001-3,000,000 dólares...5
- * Entre 3,000,001 – 10,000,000 dólares...6
- * Entre 10,000,001-15,000,000 dólares...7
- * Más de 15,000,000 dólares...8

9. ¿Cuál fue la tasa de crecimiento de la empresa en el año 1998-99?

10. ¿Considera que su empresa es de alta tecnología?
* Sí...1
* No...2

2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO/A Y ANTECEDENTES DE EMPRESARIOS EN LA FAMILIA

11. ¿Cuál es su nivel de estudios?

- Estudios Primarios...1
- Estudios Secundarios...2
- Estudios universitarios (sin terminar)...3
- Master...4.....
- Formación profesional...5
- Sin estudios ..6

12. ¿Cuál fue el último año en el que usted estudió?

13. ¿En qué lugar nació usted?

- Puerto Rico...1
- Estados Unidos...2
- Cuba...3
- República Dominicana...4
- Otro ...5 _____

14. ¿En qué lugar reside actualmente usted? **Municipio**

- San Juan...1
- Bayamón...2
- Carolina...3
- Caguas...4
- Otro ...5 _____

15. ¿Su padre y/o su madre, han creado alguna empresa propia?

- * Mi Padre...1
- * Mi madre...2
- * Ambos, conjuntamente...3
- * Ambos, por separado...4
- * Ni mi madre ni mi padre han creado nunca una empresa...5

16. Con relación a otros parientes, ¿quién/es han creado su propia empresa?

- * Abuelo/a...1
- * Hermano/a...2
- * Otros...3.....
- * Ninguno...4

17. Con relación a amigos/as cercanos/as, ¿cuántos/as han creado su propia empresa? Indique por favor el número aproximado.

- * Muchos...1 _____
- * Alguno...2 _____
- * Pocos...3 _____
- * Ninguno...4 _____

18. ¿Cuál es su actitud general en relación con la Creación de Empresas?

- * Muy positiva...1
- * Positiva...2
- * Neutral...3
- * Negativa...4
- * Muy negativa...5

19. ¿Cuál fue la actitud de su familia, parientes, amigos frente a la decisión de crear su propia empresa?

- * Le animaron (estimularon)...1
- * Le desanimaron...2
- * Se mostraron neutrales...3

3. ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA

20. ¿Cómo se le ocurrió a usted la idea de crear una empresa?

21. ¿Por qué creó usted una empresa propia?

22. ¿Cuánto tiempo dedicó usted a pensar y a planificar el proyecto de la nueva empresa?

- * Menos de 6 meses...1
- * Entre 6 y 12 meses...2
- * Más de 1 año...3

23. ¿Para la creación de su empresa, asistió usted a algún curso o seminario específico en Creación de Empresas?

- * Sí...1
- * No...2

24. ¿Preparó usted un plan de negocios?

- * Sí...1
- * No...2

25. ¿Cuál fue el capital inicial de la empresa? Indique por favor la cantidad.

- Menos de 3,000 dólares ...1
- Entre 3,001- 5,000 dólares ...2
- Entre 5,001-15,000 dólares...3
- Entre 3,001- 5,000 dólares ...4
- Entre 5,001-15,000 dólares..5
- Entre 15,001-40,000 dólares...6
- Entre 40,001-75,000 dólares ...7
- Entre 75,001-150,000 dólares...8
- Entre 150,001-300,000 dólares..9
- Entre 300,001-500,000 dólares...10
- Entre 500,001-1,000,000 dólares ...11
- Entre 1,00,001-3,000,000 dólares...12
- Más de 3,000,000dólares ...13.

26. ¿Obtuvo su empresa un pedido/encargo al momento, antes, o poco después de la creación que fue decisivo para la etapa inicial?

- Si...1
 No...2

27. ¿Cuáles fueron las dificultades más importantes con las que se encontró en el proceso de creación de la empresa?

28. ¿Cómo financió la fase inicial de su empresa? Indique por favor el porcentaje aproximado de cada una de las siguientes fuentes de financiación.

FUENTE DE FINANCIACIÓN	%
Ahorros propios...1	
Ahorros de familiares...2	
Ahorros de amigos...3	
Créditos bancarios sin avales...4	
Créditos bancarios con avales personales...5	
Créditos bancarios con garantías patrimoniales...6	
Indemnización...7	
Capitalización del subsidio de desempleo...8	
Proveedores y clientes...9	
Sociedades de capital riesgo...10	
Otros...11	

29. ¿Con el objetivo de obtener información sobre temas relacionados con el proceso de creación de su empresa, contactó usted con alguna de las siguientes personas y/o instituciones?

a) Red de relaciones informales:

- * Familiares...1
- * Amigos...2
- * Colegas...3
- * Otros...4 _____

b) Red de relaciones formales:

- * Bancos...5
- * Cámara de comercio...6
- * Incubadora...7
- * Organismos oficiales...8
- * Consultores...9
- * Futuros clientes...10
- * Futuros proveedores...11
- * Otros...12.....

30. ¿A parte de usted, colaboró alguna persona y/o institución directamente en la creación de la empresa?

a) Red de relaciones informales:

- * Familiares...1
- * Amigos...2
- * Colegas...3
- * Otros...4_____

b) Red de relaciones formales:

- * Bancos...5
- * Cámara de comercio...6
- * Incubadora...7
- * Organismos oficiales...8
- * Consultores...9
- * Futuros clientes...10
- * Futuros proveedores...11
- * Otros...12.....

31. De las personas/instituciones anteriormente citadas, indique las 3 que más le han ayudado/influido en la creación de su empresa. Diga por favor en qué medida y el porqué.

PERSONA/S - INSTITUCIÓN	¿EN QUÉ MEDIDA? Muy importante =1 Importante =2	RAZÓN/ES

4. MERCADO Y ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA EMPRESA

32. Con relación a los competidores, ¿cuál es la ventaja competitiva más importante de su empresa?

33. ¿Cuáles de las siguientes estrategias considera usted más importantes para que su empresa sea competitiva? Por favor valore cada una del 1 al 4 (1: nada importante, 2: poco importante, 3: importante, 4: muy importante).

	1	2	3	4
* Precios bajos...1				
* Calidad de los productos y servicios...2				
* Ofrecer lo que otros no ofrecen...3				
* Situación (localización)/adaptación al cliente...4				
* Productos atractivos y adecuados a las necesidades actuales...5				
* Productos/servicios diferenciados...6				
* Desarrollo de nuevos procesos o de procesos avanzados tecnológicamente...7				
* Experiencia técnica o científica del equipo fundador...8				

ANEXO 2

CUESTIONARIO UTILIZADO PARA LA ENCUESTA A POBLACIÓN

Región: _____

Fecha: _____

TSR: _____

Buenas noches, ¿Podría comunicarme con (**Nombre Completo Lista**)?

Sr.(a) _____ le habla (**Nombre de Representante**) de *Direct ResponSource*, una firma contratada para hacer una encuesta de opinión pública. Sólo demorará unos minutos.

Nota al TSR:

Si la persona indica estar ocupada, programar "call back" y despedirse.

TSR: Comenzaré con mis preguntas.

P1 En primer lugar, dígame, por favor, su edad:

1. de 21 a 28 años
2. de 29 a 35 años
3. de 36 a 45 años
4. de 46 a 60 años
5. Más de 60 años

P2 Sexo (**No Preguntar**)

1. Masculino
2. Femenino

P3 ¿Cuál es su país de origen?

1. Puerto Rico
2. Estados Unidos
3. Cuba
4. República Dominicana
5. Otro

P4 ¿Considera usted que es deseable el crear / fundar una empresa propia?

1. Sí
2. No

P5 ¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas pasadas?

1. Más fácil
2. Más difícil

P6 ¿Cuáles son, a su juicio, los principales factores que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad? (**Nota al TSR: NO LEER ALTERNATIVAS**)

1. Situación Económica del País
2. Tener la formación necesaria
3. Tener el carácter necesario
4. Disponer del dinero necesario
5. Afán de independencia personal
6. Situación fiscal del País
7. Disponer del personal necesario
8. Infraestructuras / Nuevas tecnologías
9. Otros factores
10. Ninguno
11. No sabe / No Contesta

P7 ¿Cuáles son a su juicio los principales factores que dificultan la creación de nuevas empresas en la actualidad? (**Nota al TSR: NO LEER ALTERNATIVAS**)

1. Situación Fiscal del País
2. No disponer del dinero necesario
3. Burocracia / Trabas administrativas
4. Situación Económica del País
5. Gran Competencia
6. Miedo al Fracaso
7. Falta de personal cualificado
8. Competencia Mega-Tiendas
9. Criminalidad
10. Otros factores
11. Ninguno
12. No sabe / No contesta

P8 ¿Ha pensado usted alguna vez en crear o fundar una empresa propia? (**Leer Escala. Una sola respuesta**)

1. Nunca
2. No, pero pienso integrarme en una empresa de familia (**Ir a P10**)
3. Sí, vagamente
4. Sí, seriamente
5. Soy empresario(a) (empresa propia) (**Ir a P11B**)
6. Soy empresario(a) (empresa NO propia) (**Ir a P11B**)

P9 ¿Cuan adelantados están los planes de su proyecto empresarial? (Leer Escala)

1. He identificado ya una oportunidad empresarial y tengo una idea de empresa concreta
2. Tengo varias ideas, pero sin concretar
3. No tengo aún una idea empresarial concreta
4. Otro _____

P10 Catalogue los siguientes motivos como MUY IMPORTANTES, IMPORTANTES O NADA IMPORTANTES para usted crear una empresa propia

	Muy Importante	Importante	Nada Importante
Independencia personal	1	2	3
Mayor Ingreso que trabajando a sueldo	1	2	3
Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o alcanzar objetivos en otro campo	1	2	3
Insatisfacción en la profesión anterior	1	2	3
Retribución económica justa a su trabajo	1	2	3
Poner en práctica sus propias ideas	1	2	3
Independencia Económica	1	2	3
Dirigir una organización y/o dirigir un grupo humano	1	2	3
Invertir en un patrimonio personal	1	2	3
Tradición Familiar	1	2	3
Prestigio o status de empresario	1	2	3
Crear algo propio	1	2	3
Otros MUY IMPORTANTES O IMPORTANTES (Especificar)			

Nota al TSR:

Realizar P11A si el entrevistado(a) NO ha fundado una empresa

P11A Catalogue los siguientes frenos o reparos para crear una empresa propia como MUY IMPORTANTES, IMPORTANTES O NADA IMPORTANTES

	Muy Importante	Importante	Nada Importante
Riesgo demasiado elevado	1	2	3
Situación económica (competencia)	1	2	3
Falta de capital inicial	1	2	3
Contribuciones	1	2	3
Problemas con el personal	1	2	3
Buenas perspectivas de "hacer carrera" con el empleo a sueldo	1	2	3
Falta de sueldo mínimo asegurado	1	2	3
Temor a fracasar	1	2	3
Imagen negativa del empresario	1	2	3
Ingresos irregulares en función de la marcha del negocio	1	2	3
Tener que trabajar demasiadas horas	1	2	3
Falta de conocimiento y experiencia en dirección de empresas	1	2	3
Dudar de mi capacidad de empresario	1	2	3
Retiro y jubilación insatisfactorios	1	2	3
Otros MUY IMPORTANTES O IMPORTANTES			

Nota al TSR:

Realizar P11B si el entrevistado(a) ha fundado una empresa

P11B ¿Cuáles han sido para usted los problemas que ha tenido en la creación de una empresa propia? (Nota al TSR: NO LEER ALTERNATIVAS)

1. Económicos
2. Administrativos / Burocráticos
3. Problemas con terceras personas
4. Esfuerzo inicial
5. Fiscales
6. Otros
7. Ninguno
8. No sabe / No contesta

Nota al TSR:
Ir a Pregunta D4 y luego hacer cierre.

P12 Catalogue los siguientes atributos relativos al empresario(a) puertorriqueño. Para ello, utilice la siguiente escala: TOTALMENTE DE ACUERDO, DE ACUERDO, EN DESACUERDO, TOTALMENTE EN DESACUERDO, NO SABE / NO CONTESTA

	Totalmente De Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente En Desacuerdo	NS/NC
Son personas dinámicas	4	3	2	1	9
Tienen gran capacidad de organización	4	3	2	1	9
Tienen grandes dotes financieros y de gestión	4	3	2	1	9
Su mentalidad es innovadora	4	3	2	1	9
Son personas muy preparadas profesionalmente	4	3	2	1	9
Son capaces de asumir riesgos en su empresa	4	3	2	1	9
Tienen una gran visión de futuro	4	3	2	1	9
Invierten dinero	4	3	2	1	9
Crean empleo	4	3	2	1	9
Ayudan el desarrollo del país	4	3	2	1	9
Ganan mucho dinero	4	3	2	1	9
Son capaces de dialogar con los/las trabajadores / as	4	3	2	1	9
Son personas morales y honradas	4	3	2	1	9
Son personas de claro criterio de justicia social	4	3	2	1	9

P13 Díganos que valoración (según prestigio, status) que a su juicio tienen las siguientes profesiones en la sociedad. Para ello utilice la escala 1 a 7, donde 1 es poco prestigio/status, 4 es el punto central y 7 es mucho prestigio/status. **(Leer profesiones y respuestas)**

	Poco					Mucho		
Maestro/a	1	2	3	4	5	6	7	
Abogado/a	1	2	3	4	5	6	7	
Médico/a	1	2	3	4	5	6	7	
Ingeniero/a	1	2	3	4	5	6	7	
Economista	1	2	3	4	5	6	7	
Empresario/a	1	2	3	4	5	6	7	
Directivo/a de gran empresa	1	2	3	4	5	6	7	
Periodista	1	2	3	4	5	6	7	
Físico/a	1	2	3	4	5	6	7	
Psicólogo/a	1	2	3	4	5	6	7	
Publicitario/a	1	2	3	4	5	6	7	
Químico/a	1	2	3	4	5	6	7	
Sociólogo/a	1	2	3	4	5	6	7	
Traductor/a e Intérprete	1	2	3	4	5	6	7	

P14 ¿Me podría indicar cuál es su nivel de estudios? **(Considerar sólo estudios finalizados)**

No sabe leer	1
Escuela elemental	3
Escuela Intermedia	4
Escuela Superior	5
Educación Universitaria sin completar	6
Educación Universitaria	7
Colegio Técnico/Grado Asociado	8
Otro (Especificar) _____	

P15 ¿Me podría indicar si **USTED** es **ESTUDIANTE A TIEMPO COMPLETO**?
 Usted (**de no ser estudiante a tiempo completo**), su padre y madre, ¿trabajan por cuenta propia, por cuenta ajena o ambas?

Nota al TSR:

Codificar la profesión del entrevistado(a) (15), padre del entrevistado (a) (16 A) y madre del entrevistado(a)(16 B) en la tabla a continuación

	15	16A	16B
Trabajo por cuenta propia			
Agricultura/Pesca			
Miembros de cooperativas agrarias	01	01	01
Propietario agrícola sin empleados	02	02	02
Empresarios agrícolas (1 a 9 empleados)	03	03	03
Empresarios agrícolas (10 o más empleados)	04	04	04
Comercio/Industria			
Miembros de cooperativas no agrarias	05	05	05
Empresario/Comerciante sin empleados	06	06	06
Empresario/Comerciante (1 a 9 empleados)	07	07	07
Empresario/Comerciante (10 o más empleados)	08	08	08
Profesionales y Técnicos por cuenta propia (Médicos/Abogados)	09	09	09
Trabajadores manuales artesanos por cuenta propia (Albañil/Fontanero)	10	10	10
Trabajo por cuenta ajena			
Directores de empresas públicas y privadas con 25 o más trabajadores	11	11	11
Directores de empresas públicas y privadas menos de 25 trabajadores	12	12	12
Mandos superiores/empleados a nivel superior de empresas (Administración)	13	13	13
Mandos intermedios/empleados a nivel medio de empresas	14	14	14
Capataz, Encargados, suboficiales ejército	15	15	15
Agentes comerciales, Representantes	16	16	16
Administrativos	17	17	17
Obreros especializados, Policía, Guardias Municipales	18	18	18
Vendedores, Dependientes	19	19	19
Obreros sin especializar, Servicio Doméstico	20	20	20
Empleados subalternos (Conserjes...)	21	21	21
Otros No Cualificados	22	22	22
Jornaleros del campo	23	23	23
Resto (Especificar)			

P16 (Eliminada)

P17 Actualmente ¿hay algún empresario o empresaria en su familia?

1. Sí
2. No (**Pasar a D1**)

P18 ¿Cuál es el parentesco de esta/s persona/s empresaria/s con relación a usted?

1. Padre
2. Madre
3. Abuelo(a)
4. Hermano(a)
5. Hijo(a)
6. Nieto(a)
7. Otro (especificar)

D1 (Eliminada)

D2 Rol familiar (Leer respuestas)

1. Jefe de familia
2. Ama de casa
3. Ambos
4. Otro

D3 (Eliminada)

D4 (Si ya es empresario) *Direct ResponSource* está realizando este estudio para la UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO. En el caso de que esta Universidad estuviera interesada en contactar personas como usted para preguntarles sobre el proceso de creación de su empresa, ¿estaría dispuesto(a) a colaborar en dicho estudio?

1. Sí
2. No

P19 Esto termina nuestra encuesta. Agradecemos su cooperación. Que pase buenas noches.

ANEXO 3

CUESTIONARIO UTILIZADO EN LA ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

1. Edad

Menos de 20 años
Entre 21 y 25 años
Entre 26 y 35 años
Más de 35 años

2. Sexo

Masculino
Femenino

3. Lugar de Nacimiento

Nacido y criado en P.R.
Nacido en P.R. criado en E.U.
Nacido y criado en E.U.
Otro _____

4. Universidad en la que estudia usted:

Universidad de Puerto Rico (Cayey)
Universidad de Puerto Rico (Mayagüez)
Universidad de Puerto Rico (Río Piedras)
Universidad Interamericana (Recinto Metropolitano)

5. ¿Qué estudios cursa usted?

Administración de Empresas
Economía
Ingeniería Industrial
Ingeniería Química
Otro _____

6. ¿ En qué año del bachillerato se encuentra usted?

Tercero
Cuarto
Otro _____

7. Ocupación del padre

Empresario
Directivo de empresa
Obrero
Empleado Administrativo
Funcionario gubernamental
Otra _____

8. Ocupación de la madre

Empresaria
Directiva de empresa
Obrera
Empleada Administrativa
Funcionaria gubernamental
Otra _____

9. ¿Hay algún(a) empresario(a) en su familia?

Sí
No

10. En caso afirmativo, ¿cuál es el parentesco?

A. Padre
B. Madre
C. Hermano
D. Hermana
E. Otros _____

11. ¿Considera usted deseable el crear o fundar una empresa propia?

A. Sí
B. No

12. ¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?

Más fácil
Más difícil

13. ¿Cuáles son a su juicio los factores que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad?

14. ¿Cuáles son a su juicio los principales factores que dificultan la creación de una nueva empresa en la actualidad?

15. ¿Ha pensado usted alguna vez seriamente en crear o fundar una empresa propia?

- No, nunca
- No, pero pienso integrarme en una empresa de la familia
- Sí, vagamente
- Sí, seriamente
- Sí, tengo el firme propósito de fundar una empresa

¿Cuáles son o serían para usted los motivos para crear una empresa propia?

(No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los importantes).

MUY IMPORTANTE

IMPORTANTE

16. Independencia personal (libertad de decisión y de acción)

17. Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo

18. Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o de alcanzar mis objetivos en otros campos

19. Insatisfacción en la ocupación anterior

20. Conseguir una retribución justa a mi trabajo

21. Posibilidad de poner en práctica mis propias ideas

22. Afán de independencia económica

23. Estar al frente de una organización

24. Invertir un patrimonio personal

25. Conseguir un patrimonio personal

26. Tradición familiar

27. Prestigio o status del empresario(a)

28. Crear algo propio

29. Otro _____

¿Cuáles son o serían para usted los frenos o reparos a la fundación de una empresa propia?

(No es necesario marcar todos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los importantes).

MUY IMPORTANTE

IMPORTANTE

- 30. Riesgo demasiado elevado
- 31. Situación económica
(competencia)
- 32. Falta de capital inicial
- 33. Cargas fiscales
- 34. Problemas con el personal
- 35. Buenas perspectivas de “hacer
carrera” con un empleo a sueldo
- 36. Falta de sueldo mínimo asegurado
- 37. Temor a fracasar y quedar
en ridículo
- 38. Imagen negativa del empresario(a)
- 39. Ingresos irregulares al ser residuales
- 40. Tener que trabajar demasiadas horas
- 41. Falta de conocimientos y experiencia
en dirección de empresas
- 42. Dudar de mi capacidad de empresario
- 43. Retiro y jubilación insatisfactorios
- 44. Otro _____

Valore cada uno de los siguientes atributos relativos al empresario(a) puertorriqueño(a)

ATRIBUTOS	Estoy totalmente de acuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy en desacuerdo	Estoy totalmente en desacuerdo	NS/NC
45. Son personas dinámicas					
46. Tienen gran capacidad de organización					
47. Tienen grandes dotes financieras y de administración					
48. Su mentalidad es innovadora					
49. Son personas muy preparadas profesionalmente					
50. Son capaces de asumir riesgos en su empresa					
51. Tienen una gran visión de futuro					
52. Invierten dinero					
53. Crean empleo					
54. Ayudan al desarrollo del país					
55. Ganan mucho dinero					
56. Son capaces de dialogar con los trabajadores					
57. Son personas morales y honradas					
58. Son personas con claro criterio de justicia social					

Puntúe la valoración que a su juicio tienen las siguientes profesiones en la sociedad puertorriqueña.

PROFESION	POCO					MUCHO	
	1	2	3	4	5	6	7
59. Maestro							
60. Abogado							
61. Médico							
62. Ingeniero							
63. Economista							
64. Empresario							
65. Directivo de empresa grande							
66. Periodista							
67. Físico							
68. Psicólogo							
69. Publicitario							
70. Químico							
71. Sociólogo							
72. Traductor e Intérprete							

ANEXO 4

Atributos Relativos a la Imagen del Empresario

Muestra de Población

Atributos	Totalmente de acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	NS/NC
• Los empresarios son personas dinámicas	9.4 %	51.2%	7.0%	0.6%	4.4%
• Los empresarios tienen gran capacidad de organización	6.8	49.0	11.4	0.8	4.6
• Los empresarios tienen grandes dotes financieros y de gestión	4.2	41.0	19.0	1.0	7.4
• Los empresarios tienen mentalidad innovadora	7.6	49.8	11.4	0.6	3.2
• Los empresarios son personas muy preparadas profesionalmente	7.0	44.8	16.8	1.0	3.0
• Los empresarios son capaces de asumir riesgos en su empresa	5.6	49.6	12.6	1.6	3.2
• Los empresarios tienen una gran visión de futuro	8.2	52.2	8.8	1.2	2.2
• Los empresarios invierten dinero	6.0	49.4	12.8	1.2	3.2
• Los empresarios crean empleo	8.4	50.8	10.2	1.2	2.0
• Los empresarios ayudan al desarrollo del país	11.2	52.2	7.0	0.6	1.6
• Los empresarios ganan mucho dinero	5.0	37.2	23.6	1.0	5.8
• Los empresarios son capaces de dialogar con los /las trabajadores(as)	4.2	43.6	20.0	2.0	2.8
• Los empresarios son personas morales y honradas	5.4	41.4	17.8	2.6	5.2
• Los empresarios son personas de claro criterio de justicia social	4.0	41.6	18.8	2.8	5.2

* Los porcentajes de las filas no suman 100 porque a los 138 (27.6%) empresarios (as) no se les realizó esta pregunta.

ANEXO 4 (CONT.)
Atributos Relativos a la Imagen del Empresario
Muestra de Estudiantes

Atributos	Totalmente de acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	NS/NC
• Los empresarios son personas dinámicas	28.7%	58.6%	7.1%	.9%	4.6%
• Los empresarios tienen gran Capacidad de organización	15.6	55.4	21.8	1.1	5.9
• Los empresarios tienen Grandes dotes financieros y de gestión	15.9	55.9	19.5	.5	8.3
• Los empresarios tienen Mentalidad innovadora	21.1	51.7	19.8	2.3	5.0
• Los empresarios son Personas muy preparadas profesionalmente	19.8	46.4	23.9	3.7	6.2
• Los empresarios son capaces de asumir riesgos en su empresa	26.4	46.9	18.4	1.6	6.6
• Los empresarios tienen una gran visión de futuro	22.1	48.5	19.1	1.8	8.5
• Los empresarios invierten dinero	26.2	52.9	13.8	.9	6.2
• Los empresarios crean empleo	31.0	49.7	14.0	.9	4.3
• Los empresarios ayudan al desarrollo del país	32.0	49.7	13.1	.5	4.8
• Los empresarios ganan mucho dinero	18.2	44.8	26.2	.9	9.9
• Los empresarios son capaces de dialogar con los /las trabajadores(as)	11.7	45.3	27.8	4.1	11.0
• Los empresarios son personas morales y honradas	9.7	43.9	25.7	5.5	15.2
• Los empresarios son personas de claro criterio de justicia social	8.7	43.7	25.7	4.8	17.1

Bibliografía

Ajzen, Icek, (1991): "The Theory of Plnned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50.

Akyuz, Y.; Chang, H.; Kozul-Wright, R. (1998): New Perspectives on East Asian Development, *The Journal of Development Studies*, vol. 34, núm. 6: 1-37.

Allen, D.; McCluskey, R. (1990): " Structure, Policy, Services and Performance in the Business Incubator Industry", *Entrepreneurship Theory and Practice*: vol.15, núm.2.

Allen, D.; Rahman, S. (1985): "Small Business Incubators: A Positive Environment for Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, vol. 23, núm. 3.

Amit, R.; Brander, J.; Zott, C. (1998): "Why do Venture Capital Firms Exist? Theory and Canadian Evidence", *Journal of Business Venturing*, vol. 13, núm. 6.

Anders, Gary C. (1989): " Social and Economic Consequences of Federal Indian Policy: A Case Study of the Alaska Natives", *Economic Development and Cultural Change*, vol. 37, núm.2.

Arendaski, A.; Mroczkowski, T.; Sood, J. (1994): "A study of the Redevelopment of Private Enterprise in Poland: Conditions and Policy for Continuing Growth", *Journal of Small Business Management*, vol. 32, núm. 3.

Ayres, Clarence (1944): *The Theory of Economic Progress*. Chapel Hill. University of North Carolina Press.

Barney, J.; Busenitz, L.; Fiet, J. ; Moesel, D. (1996): " New Venture Teams' Assessment of Learning Assistance from Venture Capital Firms", *Journal of Business Venturing*, vol. 11, núm. 4.

Basu Sharma (1986): "Human Resource as a Strategic Variable in Venture Creation", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 4, núm. 3.

Bennett, R.; Robson, P. (1999): "The Use of External Business Advice by SMEs in Britain", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 11, pp. 155-180.

Bennett, Robert (1998): " Business Associations and their Potential Contribution to the Competitiveness of SMEs", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 10, pp. 243-260.

Bhatt, V.V. (1986): " Entrepreneurship Development: India's Experience", *Finance and Development* 23:48-9 Mr 86

- Billing, Michael (1994): "The Death and Rebirth of Entrepreneurism on Negros Island, Phillipines; A Critique of Cultural Theories of Enterprise", *Journal of Economic Issues*, vol. 28, núm. 3.
- Birley, S.; Westhead, P. (1992): "A Comparison of New Firms in Assisted and Nonassisted Areas in Great Britain", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 4, pp. 329-338.
- Birley, Sue (1985): "The Role of Networks in the Entrepreneurial Process", *Journal of Business Venturing*, 1, núm. 1.
- Bogle, G. T.; Reuber, R. (1992): "Issues Involved in the Financing of Canadian Bio Technology Firms by Venture Capitalists", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 9, núm.2.
- Borner, S.; Brunnetti, A.; Weder, B. (1995): "Policy Reform and Instituted Uncertainty: The Case of Nicaragua", *Kyklos*, vol. 48, núm. 1.
- Brautigam, Deborah (1997): "Substituting for the State: Institutions and Industrial Development in Eastern Nigeria", *World Development*, vol. 25, núm.7.
- Brenner, Reuven (1987): "National Policy and Entrepreneurship: The Stateman's Dilemma", *Journal of Business Venturing*, vol. 2, núm. 2.
- Brenner, O. C.; Pringle, C.; Greenhaus, J. (1991): "Perceived fulfillment of organizational employment versus entrepreneurship: work values and career intentions of business college graduates", *Journal of Small Business Management*, vol. 29, núm. 3.
- Brown, Robert (1990): "Encouraging Enterprise: Britain's Graduate Enterprise Program", *Journal of Small Business Management*, vol. 28, núm. 4.
- Brunetti, A; Kisunko, G. (1997): Institutional Obstacles to Doing Business: Region by Region Results from a World Wide Survey of the Private Sector. World Bank Development Report.
- Bruno, A. V. and Tyebjee, T. T. (1982): "The Environment for Entrepreneurship" in C. A. Kent, D. L. Sexton and K. H. Vesper (eds.) **Encyclopedia of Entrepreneurship**, pp. 288-307. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bulloch, J. F. (1984): "Small Business Policies for the 1980's - Guidelines for Governments", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 2, núm. 2.
- Castro, C.; Mc Mullan; Vesper, K. (1987): "The Venture Generating Potential of a University", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 5, núm.2
- Chamard, J.; Christie, M. (1996): "Entrepreneurship Education Programmes: A Change in Paradigm is Needed". *Entrepreneurship, Innovation and Change*, vol. 5, núm. 3

Chrisman, J.; Katrishen, F. (1995): “ The Small Business Development Center Programme in the USA: A Statistical Analysis of its Impact on Economic Development”, *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 7, pp. 143-155.

Chrisman, J., Hoy, F.; Robinson, R. (1987): “ New Venture Development: The Costs and Benefits of Public Sector Assistance”, *Journal of Business Venturing*, vol. 2, núm. 4.

Chrisman, J. ; Kastrishen, F. (1995): “ The Economic Impact of Small Business Development Center Counseling Activities in the United States: 1990-1991”, *Journal of Business Venturing*, vol. 9, núm. 4.

Churchill, N. ; Lewis, V. (1986): “ Bank Lending to New and Growing Enterprises”. *Journal of Business Venturing*, vol. 1, núm. 2.

Chwee-Huat, Tan (1988): “ The Revival of Small Business and Socialist Entrepreneurs in China”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 5, núm.4

Chrisman, J.; MacMullan, W. (2000): A Preliminary Assessment of Outsider Assistance as a Knowledge Resource: The Longer Term Impact of New Venture Counseling. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 24, núm. 3

Clark, B.; Davis, C.; Harnish, V. (1984): “Do Courses in Entrepreneurship Aid in New Venture Creation?”, *Journal of Small Business Management*, vol. 22, núm. 2.

Clark, J.M. (1919): Economic Theory in an Era of Social Readjustment. *American Economic Review*, vol. 9

Cochran, Thomas C. (1959): The Puerto Rican Businessman: A Study in Cultural Change: University of Pennsylvania Press, Philadelphia.

Cole, Arthur H. (1999): Business Enterprise in its Social Setting: Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.

Commons, John (1934): Institutional Economics: Its Place in Political Economy. New York, MacMillan.

Consejo de Productividad Económica, (1994): Nuevo Modelo de Desarrollo Económico, Oficina del Gobernador.

Cornell, S.; Gil-Swedberg, M.C. (1995): “Socio Historical Factors in Institutional Efficacy: Economic Development in Three American Indian Cases”, *Economic Development and Cultural Change*, vol. 43, núm. 2.

Crane, Keith (1991): “Institutional Legacies and the Economic, Social, and Political Environment for Transition in Hungary and Poland”, *The American Economic Review*, vol. 81, núm.2.

- Cromie, S.; Birley, S. (1994): "Relationships Among Small Business Support Agencies", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 6, pp. 3301- 314.
- Cunningham, Graham (1983): " Client/Consultant Relationship", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 1, núm. 1.
- Dainow, R. (1988): " Evaluating Entrepreneurship Development Programs: The Case of Thee ILO & SIDA in Africa", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 6, núm. 2.
- Dana, Leo Paul (1997): " A Contrast of Argentine-Uruguay; the Effects of Government Policy on Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, vol. 35, núm. 2.
- Dana, Leo Paul (1994): " Comparing Two Contrasting Models of Policy for Development: A Case Study Along the Pacific Rim", *Entrepreneurship, Innovation and Change*, vol. 3, núm. 3.
- Dana, Leo Paul (1993): " A Framework for the Classification of Government Policy on Entrepreneurship: Contrasting Six Models", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 10, núm.1.
- Dana, Leo Paul (1988): " The Spirit of Entrepreneurship and the Commonwealth Government of Australia", *Journal of Small Business Management*, vol. 26, núm. 1.
- Dana, Leo Paul (1988): " Kindling Entrepreneurship: the Australian Experience and What Canadians Might Learn from It", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 6, núm.1.
- Dana, Leo Paul (1986): " Evaluating Policies Promoting Entrepreneurship- A Cross Cultural Comparison of Enterprises Case study: Singapore & Malaysia", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 4, núm.3.
- Dean, B.; Giglierano, J. (1990): "Multistage Financing of Technical Start-up Companies in Silicon Valley", *Journal of Business Venturing*, vol. 5, núm. 6.
- Díaz, Marian (2000): "Comienzan a Responder las Universidades a las Necesidades Empresariales" Revista Negocios de El Nuevo Día. 7 de mayo.
- Dietz (1989): *Historia Económica de Puerto Rico*. Editorial de la UPR, San Juan
- Donckels, R.; Courtmans, A. (1990): " The Counselling of Growing SME's in Belgium", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 8, núm.1.
- Dolinsky, A. y Caputo R. (1993): "The effects of education on business ownership: A longitudinal study of wommen", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, núm. 1.
- Dugger, William (1990): "The New Institutionalism: New but Not Institutionalist", *Journal of Economic Issues*, vol. 24, núm. 2.

- Dugger, William (1995): “ Douglass North’s New Institutionalism”, *Journal of Economic Issues*, vol. 29, núm. 2.
- Elliot, John E. (1997): “ The role of institutional change in post communist transition”, *International Journal of Social Economics*, vol. 24, núm. 7-9.
- Finan, T.J.; Langworthy, M.W. (1990): “Institutional Change and Smallholder Innovation: An Example from the Portuguese Dairy Sector”, *Economic Development and Cultural Change*, vol. 38, núm.4 .
- Florida, R.; Kenney, M. (1994): “Institutions and Economic Transformation: The Case of Postwar Japanese Capitalism”, *Growth and Change*, vol. 25, núm. 2.
- Florida, R.; Kenney, M. (1988): “ Venture Capital and High Technology Entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*, vol. 3, núm. 4.
- Florio, Massimo (1996): “Large Firms, Entrepreneurship and Regional Development Policy: Growth Poles in the Mezzogiorno Over 40 Years”, *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 8, pp. 263 - 295.
- Gadbois, Albert. (1986): “ Provincial Venture Capital Corporations: A Comparative Analysis”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 4, núm. 2
- Gadbois, A.; Russell, K. (1984): “ The 1980’s Ascending Years for Venture Capital”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 1, núm. 4.
- Gatewood, E.; Ogden, L.; Humphreys, J.; Hoy, F.(1989): “ The Evolution of Business Incubation Centres: A Delphi Forecast”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 1, pp. 357-369.
- Genescà, E. ; Veciana, J.M. (1984): “Actitudes hacia la Creación de Empresas” *Información Comercial Española*, No. 611.
- Gibb, A.; Haas, Z. (1996): “ Developing Local Support Services for Small Business Development in Central and Eastern Europe - The Donnor Challenge”, *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 8, pp. 197-216.
- Gibb, Allan (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, pp. 1-24.
- Gibb, Allan (1993): “ Small Business Development in Central and Eastern Europe - Opportunity for a Rethink?”, *Journal of Business Venturing*, vol. 8, núm. 6.
- Gibb, Allan. (1986): “ Education for Enterprise: Training for Small Business Initiation-Some Contrasts”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 4, núm. 3.

Globerman, S. ; Olson, L. (1987) “ Government Sponsored Venture Capital Programs: Survey Results and Analysis”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 4, núm.4

Gnyawali, D. and Fogel, D. (1994): “Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications”, *Entrepreneurship Theory and Practice*.

Good, W.; Graves, R. (1993): “ Small Business Support Programs: The Views of Failed Users Surviving Firms”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 10, núm. 2.

Good, W.; Cameron, N.; Dean, J. (1985): “ An Appraisal of Government Policy Options for Stimulating Small Manufacturing Companies in Western Canada”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 3, núm. 3.

Greif, Avner (1992): “Institutions and International Trade: Lessons from the Commercial Revolution”, *The American Economic Review*, vol. 82, núm.2.

Griffi, P.; Ellington, L. (1995): “ The Origins of Capitalist Markets: Transition in Poland with Comparisons to East Asian Capitalism”, *Journal of Economic Issues*, vol. 29, núm. 2.

Groenewegen, J.; Kerstholt, F.; Nagelkerke, Ad. (1995): “On integrating New and Old Institutionalism: Douglass North Building Bridges” , *Journal of Economic Issues*, vol. 29, núm. 2.

Grunchy, Allan (1987): *The Reconstruction of Economics: An Analysis of the Fundamentals of Institutional Economics*, New York: Greenwood Press

Gupta, S.K. (1989): “Entrepreneurship Development: The Indian Case”, *Journal of Small Business Management*, vol.27, núm. 1.

Harper, Malcolm, (1991): “ Enterprise Development in Poorer Nations” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15 pp. 7-11, Summer

Harvey, John T. (1991): “ Institutions and the Economic Welfare of Black Americans” *Journal of Economic Issues*, vol. 25, núm.1.

Hindle, K.; Gillin, M. (1991): “Government Involvement in Entrepreneurship and New Business Creation in Australia: A Quantitative Analysis of Public Perceptions and Opinions”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 3, pp. 379-393.

Hodgson, G. (1998): *The Approach of Institutional Economics*. *Journal of Economic Literature*, vol. 36, núm. 1.

Hood, J.; Young, J. (1995): “ Entrepreneurship Education and Economic Development: Bridging the Gap”, *Entrepreneurship, Innovation and Change*. vol. 4, núm. 2.

Ickes, Barry W. (1990): “ Obstacles to Economic Reform of Socialism: An Institutional - Choice Approach”, *Annual American Academy Political Science*, vol. 507.

Jan, Stephen (1998): “ A Holistic Approach to the Economic Evaluation of Health Programs Using Institutional Methodology “ *Social Science & Medicine*, vol. 47, núm. 10.

Jog, V. M.; Lawson, W.; Riding, A. (1991): “ The Venture Capitalist /Entrepreneur Interface: Expectations, Conflicts and Contracts”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 8, núm. 2.

Jog, V. M. (1988): “ Government Policies Pension Funds and the Environment for SME Financing in Canada”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 5, núm.4.

Johannison, Bengt (1991): “ University Training for Entrepreneurship: Swedish Approaches”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 3, pp. 67-82.

Johnson, S.; Loveman, G. (1995): “Starting Over Poland After Communism (rise of entrepreneurship)”, *Harvard Business Review*, vol.73, núm. 2.

Kao, R. (1984): “ Small Business Financing, Risk Capital and Tax Measures”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 1, núm. 4.

Keating, Michael (1989): “ Local Government and Economic Development in Westwern Europe”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 1, pp. 301-312

Kapp, K. (1967): “The Nature and Significance of Institutional Economics” in Samuels Warren, *Institutional Economics*, vol.1.

Keefer, P.; Knack, S. (1997): “Why don't poor countries catch up? A cross national test of an institutional explanation”, *Economic Inquiry*, vol. 35, pp. 590-602.

Kerr, John M. (1994): “ Institutional Barriers to Policy Reform in Egypt: The Case of the Agricultural Machinery Industry”, *World Development*, vol. 22, núm. 6.

Klein, Phillip (1989): “Institutionalism Confronts the 1990s”, *Journal of Economic Issues*, vol. 23, núm. 2.

Klein, Phillip (1998): “Rethinking American Participation in Economic Development: An Institutional Assessment”, *Journal of Economic Issues*, vol. 32, núm. 2.

Koslowski, Rey (1992): “Market Institutions, East European Reform and Economic Theory”, *Journal of Economic Issues*, vol. 26, núm.3.

Kourilsky M.L. y Walstad W.B. (1998): “ Entrepreneurship and Female Youth: Knowledge, Attitudes, Gender Differences and Educational Practices”, *Journal of Business Venturing*, vol. 13, núm. 1.

Kozul-Wright, R.; Rayment, P. (1997): “ The Institutional Hiatus in Economics in Transition and its Policy Consequences”, *Cambridge Journal of Economics*, vol. 21, pp. 641-661.

Krueger, Norris (1993): “ The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, núm. 1.

Krueger, N. y Brazeal, D. (1994): “ Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, núm. 3.

Lado, A.; Svozikis, G.(1996): “ Transfer of Technology to Promote Entrepreneurship in Developing Countries: An Integrating and Proposed Framework”, *Entrepreneurship Theory and Practice* , vol.21, núm. 2.

Lawton, H. (1991): “ The Role of Incubators in Local Industrial Development: The Cryogenics Industry in Oxfordshire”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 3, pp. 175-194.

Leitman, J.; Baharoglu, D. (1998): “ Informal Rules: Using Institutional Economics to Understand Serve Provisions in Turkey’s Spontaneous Settlements” *The Journal of Development Studies*, vol. 34, núm. 5.

Liadbeck, Assar (1997): “The swedish experiment”, *Journal of Economic Literature*, vol. 35, núm. 3.

Li Choy, Chong (1990): “Sources of Business Financing and Financing Practices: A Comparison Among U.S. and Asian Countries”, *Journal of Business Venturing*, vol. 5, núm. 5.

Li Choy, Chong (1986): “ The Entrepreneur as a Social Person: Implications for Entrepreneurial Promotion and Development in Singapore” , *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 4, núm. 2.

Lindenberg, Marc (1988): “ Central America’s Elusive Economic Recovery”, *World Development*, vol. 16, núm.2.

Lussier, Robert (1995): “Start-up Business Advice from Business Owners to Would Be Entrepreneurs”, *Adv. Management Journal*, vol. 60, pp. 10-13.

Maier, J.; Walker, D. (1987): “ The Role of Venture Capital in Financing Small Business”, *Journal of Business Venturing*, vol. 2, núm. 3.

Matthew, C. H. (1995): “Family background and gender: Implications for interest in small firm ownership”, *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 7, núm. 4.

Matthew, C. H.; Qin, X.; Franklin G. (1996): “ Stepping Towards Prosperity: The Development of Entrepreneurial Ventures in China and Rusia”, *Journal of Small Business Management*, vol. 34, núm. 3.

- McMullan, W.; Long, W.; Graham J. (1986): “ Assessing Economic Value Added by University Based New Venture Outreach Programs”, *Journal of Business Venturing*, vol. 1, núm. 2.
- Méndez, Carlos A. (1997): “La Relación entre el Producto Nacional Bruto y el Producto Interno Bruto”, *Boletín Asociación de Economistas de Puerto Rico*, vol. 11, núm. 1.
- Merrifield, D. (1987): “ New Business Incubators”, *Journal of Business Venturing*, vol. 2, núm. 4.
- Meyer, Carrie A. (1993): “ Environmental NGOs in Ecuador: An Economic Analysis of Institutional Change”, *The Journal of Developing Areas*, vol. 27, núm. 2.
- Mian, Sarfraz (1997): “ Assessing and managing the university technology business incubator: an integrative framework”, *Journal of Business Venturing*, vol. 12, núm. 4.
- Miners, I.; Young, J. (1995): “ University-based Entrepreneurship Programmes as Vehicles for State-level Economic Development: A Case Study”, *The Journal of Entrepreneurship*, vol. 4, núm.2.
- Mitchell, Wesley, Clair (1959): *Business Cycles and their Causes*. Berkeley. University of California Press.
- Morris, C; Adelman, I. (1983): “ Institutional Influences on Poverty in the 19 Century: A quantitative Comparative Study”, *Journal of Economic History*, vol. 43, Mar
- Myrdal, Gunnar (1959): *Teoría Económica y Regiones Subdesarrolladas*. Fondo de Cultura Económica, Mexico.
- Nee, V.; Young, F.W. (1991): “Peasant Entrepreneurs in China’s Second Economy: An Institutional Analysis” *Economic Development and Cultural Change*, vol. 39, núm.2.
- North, D. C. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge, University Press, U.K.
- North, D. C. (1992): “Institutions and Economic Theory”, *American Economist*, vol. 36, núm. 1.
- Nugent, J.; Sanchez, N. (1993): “Tribes, Chiefs and Transhumance: A Comparative Institutional Analysis”, *Economic Development and Cultural Change*, vol. 42, núm. 1.
- OECD (1992): “ Encouraging the Entrepreneur (strategy for promotion)” *The OECD Observer* núm. 174, pp. 19-22.
- Ostas, Daniel T. (1992): “ Institutional reform in East-Central Europe: Hungarian and Polish Contract Law”, *Journal of Economic Issues*, vol. 26, núm.2.

Oviatt, B. M.; Mc Dougall; P. (1995): “ Global Star-ups: Entrepreneurs on a Worldwide Stage”, *Acedemy Management Executive*, vol. 9, pp. 30.

Pareek, U.; Rao, T. (1995): “Counselling and Helping Entrepreneurs”, *The Journal of Entrepreneurship*, vol. 4, núm. 1.

Peterson, R.; Shulman, J. (1987): “ Entrepreneurs and Bank Lending in Canada”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 5, núm.2

Pissarides, Francesca (1999): “Is lack of Funds the Main Obstacle to Growth? EBRD’S Experience with Small-and Medium Sized Business in Central and Eastern Europe”, *Journal of Business Venturing*, vol. 14, núm. 5-6.

Prystay, Cris (1996): “Small Loans and Hard Work Spark Entrepreneurial Spirit”, *Asian Business*, vol. 32, pp. 62-65 D96

Ragab, Megeed (1992): “ The Business Environment of the 1990’s: Implications for Entrepreneurship”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 10, núm.1.

Ragab, Megeed (1984): “ Diagnosing Small Business Problems: A Consultant’s Perspective”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 2, núm. 3.

Ray, D. (1991): “ Entrepreneurship Support Programs in Singapore”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 8, núm. 2.

Reynolds, Paul (1995): “ How to Get Started?”, *Inc.*, vol.17, núm.6

Riding, A.; Swift, C. (1993): “ Banking on Technology: The Environment for Bank Borrowing by Small Canadian Technology - Based Firms”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 10, núm. 2.

Riding , A.; Short, D. (1987): “ Some Investor and Entrepreneur Perspectives on the Informal Market for Risk Capital”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 5, núm.2

Rodríguez, Alicia (2000): Los sectores del Comercio y Servicios y su Impacto en la Economía de Puerto Rico. Unidad de Investigaciones Económicas. Departamento de Economía, UPR, Río Piedras.

Russel L. Ivy, (1997): “ Entrepreneurial Strategies and problems in post -communist Europe: a survey of SME in Slovakia”, *Journal of Small Business Management*, vol. 35, núm.3.

Russell, K.; Johnson, R.; Leduc, R. (1991): “ The Relationship Between Entrepreneur and Consultant”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 8, núm. 3.

Russell M. Knight (1986): “ Criteria Used by Venture Capitalists”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 3, núm. 4.

- Russell, M. Knight (1985): “ An Evaluation of Venture Capital Rejections and their Subsequent Performance” , *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 3, núm. 2.
- Russell, M. Knight (1985): “ The Financing of Small High Technology Firms in Canada” , *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 3, núm. 1.
- Russell, M. Knight (1984): “The Success of Ontario’s SBDC Program” , *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 2, núm. 1.
- Rutherford, Malcolm (1995): “The Old and New Institutionalism: Can Bridges be Built?” , *Journal of Economic Issues*, vol. 29, núm. 2.
- Sahini, J. ; Bhatia, B. (1996): “ Impact of Entrepreneurship Development Programmes” , *The Journal of Entrepreneurship*, vol. 5, núm. 1.
- Sahu, P. K. (1988): “ Small Business and the Venture Capital Industry in Canada” , *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 5, núm.4.
- Sapienza, H.; Manigart, S.; Vermeir, W. (1996): “ Venture Capitalist Governance and Value Added in Four Countries” , *Journal of Business Venturing*, vol. 11, núm. 6.
- Sexton, D.; Bowman, N.; (1984): “ Entrepreneurship Education: Suggestions for Increasing Effectiveness” , *Journal of Small Business Management*, vol. 22, núm. 2.
- Scherer, Adams, Carley, and Wiebe (1989): “Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference” , *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, núm. 3.
- Schlack, Robert F. (1989): “ Economic Change in the People’s Republic of China: An Institutional Approach, *Journal of Economic Issues*, vol. 23, núm.1.
- Schmitz, H.; Musyck, B. (1994): “ Industrial Districts in Europe: Policy Lessons for Developing Countries?” , *World Development*, vol. 22, núm. 6.
- Schmid, A. (1992): “Legal Foundations of the Market: Implications for the Formerly Socialist Countries of Eastern Europe and Africa” , *Journal of Economic Issues*, vol. 26, núm.3.
- Schneider, Geoffrey E. (1999): “An Institutional Assessment of Structuralist Adjustment Programs in Africa” , *Journal of Economic Issues*, vol. 33, núm. 2.
- Shapiro, A. ; Sokol, L. (1982): “The Social Dimensions of Entrepreneurship” in C. A. Kent, D. L. Sexton and K. H. Vesper (eds.) **Encyclopedia of Entrepreneurship**, pp. 288-307. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

- Sharma, M.; Miller, H.; Reeder, R. (1990): “Micro Enterprise Growth: Operational Models and Implementation Assistance in Third and Fourth World Countries”, *Journal of Small Business Management*, vol. 28, núm. 4.
- Shepsle, K. A.; Weingast, B. R. (1982): “Institutionalizing Majority Rule : A Social Choice Theory with Policy Implications”, *The American Economic Review*, vol. 72, núm. 2.
- Siebert, Horst (1997): “Labor market rigidities at the root of unemployment in Europe”, *Journal of Economic Perspectives*, vol. 11, pp. 37-54.
- Singh, Jang (1990): “Entrepreneurship Education as a Catalyst of Development in the Third World”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 7, núm. 4.
- Solé Parellada, Francesc. Introducción a la Política Industrial y Tecnológica en Europa. ISBN 84.8416 544-2.
- Stanfield, James Ronald (1999): “The Scope, Method and Significance of Original Institutional Economics”, *Journal of Economic Issues*, vol. 33, núm. 2.
- Steed, Guy P.F. (1986): “Technology and Entrepreneurial Spinoffs”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 4, núm. 1.
- Stein, Howard (1994): “Theories of Institutions and Economic Reform in Africa”, *World Development*, vol. 22, núm. 12.
- Tan, Justin (1996): “Regulatory Environment and Strategic Orientations in a Transitional Economy: A Study of Chinese Private Enterprise”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.21, núm. 1.
- Teck, Tang Meng (1992): “Endec Contribution to Small Business Development”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 10, núm.1.
- Thiam T.; Chwee S. (1990): “Economic Policy and the Development of Small Industries- Comparison Among Five South-east Asian Countries”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 7, núm.4 .
- Timmons, J.; Bygrave, W. (1986). Venture capital’s role in financing innovation for economic growth. *Journal of Business Venturing*, vol. 1, núm. 2.
- Trinidad, P. (1998) “Al Frente con los Nuevos Incentivos” **El Nuevo Dia**, 2 de abril.
- Turok, Ivan (1997): “Evaluating European support for business development: evidence from the structural funds in Scotland”, *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 9, pp. 335-352.
- US Census Bureau and US Department of Commerce. County Business Patterns. (Utilizado para cada año: desde 1980 hasta 1997).

US Census Bureau and US Department of Commerce. Economic Census of Outlying Areas: 1967, 1972, 1977, 1982, 1987, 1992, 1997.

US Census Bureau and US Department of Commerce (1999): Statistical Abstract of the United States. The National Data Book.

Van, Arkadie(1990): “The Role of Institutions in Development” Proceedings of the World Annual Conference on Development Economics, 1989.

Van de Ven, A. (1993): “The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*, vol. 8.

Veciana, José M. (1988): “Empresari i procés de creació d empreses” *Revista Económica de Catalunya*, núm. 8, (mayo-agosto).

Veciana, José M. (1998): *Teoría y Política de la Creación de Empresas*. Paper presentado en Jornadas dels Economistes, Barcelona, (October 29).

Veciana, José M. (1999): “Creación de Empresas como Programa de Investigación Científica”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, núm. 3.

Veciana, J.M.; Aponte, M.; Urbano, D. (1999): “ Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison” Paper Presented at RENT XIII, London, November.

Veciana, J.M.; Aponte, M.; Urbano, D. (2000): “University Student’s Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison” Paper Presented at Entrepreneurship Summit 2000 at the Caribbean, Puerto Rico, January.

Veciana, J.M.; Aponte, M.; Urbano, D. (2001): “Instituciones de Apoyo a la Ceación de Empresas: Un Estudio Empírico Comparativo Entre Catalunya y Puerto Rico” Trabajo Presentado en el 3 er Seminario Hispano-Luso de Economía Empresarial. Cáceres, noviembre.

Walstad y Kourilsky (1996): “The Findings from a National Survey of Entrepreneurship and Small Business”, *Journal of Private Enterprise*, vol. 11, n[um. 2

Walstad y Kourilsky (1998): “Entrepreneurial attitudes and knowledge of black youth”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, núm. 2.

Westhead, P. and Wright M. (1998): “ Novice, portfolio and serial founders in rural and urban areas”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 22, núm. 4.

Whatley, Warren C. (1985): “A History of Mechanization in the Cotton South: The Institutional Hypothesis”, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 100, núm. 4

Whyte, David A. (1984): “ Interest Rates as a Factor in Small Business Failures” , *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 2, núm. 3.

Wilbrod, Leclerc (1985): “ Universities and Enterprises”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 3, núm. 2.

Williamson, O. (1981): The economics of organizations: The transaction cost approach. *American Journal of Sociology*, 87: 548-577.

Wroe, Ann (1996): “ The Hazards of Enterprise”, *The Economist*, vol. 339, núm. 7960 Ap.6, 96

Wyckham, R.G. (1989): “ Assessing the Impact of Entrepreneurial Education:Canada and Latin America”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 6, núm.4

Yilmaz, A.; Ha-Joun, C.; Kozul-Wright, R. (1998): “ New Perspectives on East Asian Development”, *The Journal of Development Studies*, vol. 34, núm. 6.

Young, M.; Wyman, S.; Brenner, C. (1999): “ Assessment of Small Business Perception of Needed Information and Assistance”, *The Journal of Business and Entrepreneurship*, vol. 11, núm. 1.

Yusuf, Attair (1995): “Critical Success Factors for Small Business: Perceptions of South Pacific Entrepreneurs”, *Journal of Small Business Management*, vol. 33, núm. 2.

Zein-Elaben, Eiman (1999): “Strategies of Entrepreneurship: Understanding Industrial Entrepreneurship and Structural Change in Northwest Tanzania”, *Journal of Economic Issues*, vol. 33, núm. 3.