

Sistema de ayuda a la consolidación de empresas de reciente creación a través de la red.

Puiggermanal, R.¹ y Salvador, R.²
Universidad Politécnica de Cataluña
Avda. Diagonal, 647. 08028 Barcelona
¹roma@oe.upc.es
²rsv@oe.upc.es

Resumen

Se propone la creación de un espacio cooperativo entre empresas de reciente creación, basado en un Observatorio empresarial en red, con servicios empresariales compartidos, que permita articular acciones entre empresas, y entre éstas y la Administración, una herramienta que aprovecha las capacidades de las bases de datos y de Internet.

1. Introducción.

Se propone la creación de un espacio cooperativo que permita articular acciones entre empresas, y entre éstas y la Administración, una herramienta que aprovecha las capacidades de Internet y de sus protocolos, en el campo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC). Se trata de un sistema que, utilizando las capacidades de las bases de datos, de las herramientas de representación gráfica y de Internet, permite compartir información y servicios y proporcionar ayuda en la toma de decisiones de gestión, al facilitar una comparación sistemática de los valores de los indicadores clave de cada empresa con los factores clave de fracaso, extraídos de la media de los grupos de empresas del sector de que aquélla forma parte.

El sistema propuesto tiene funciones de Observatorio empresarial y quiere servir de ayuda a la consolidación de empresas, especialmente en su fase de inicio y consolidación, cuando, como es sabido, su tasa de mortalidad es muy elevada.

El Observatorio se forma a partir de un panel o grupo de empresas, que introducirían sus datos a través de un test de autoevaluación anónimo, de volcado automático en la base de datos. Las empresas participantes podrían acceder a informaciones del tipo:

Datos generados por el grupo de empresas o panel:

- **del propio sector:** indicadores críticos de cada sector, causas principales de fracaso.
- **para la comparación:** indicadores medios y del 20% de las mejores empresas.

Datos externos al panel:

- **entorno macroeconómico:** IPC, precio del dinero, coyuntura económica,...
- **base de datos de innovaciones** en un campo determinado, junto con la relación de expertos en el mismo
- **contactos con otros emprendedores**, o en busca de nuevos socios

- **contactos con universidades**, centros de innovación y empresas de asesoramiento y servicios empresariales.

La herramienta definida se puede usar como instrumento de gestión, a la vez que integra a las empresas en un entorno cooperativo, una red tecnológica que impulsa el espíritu de innovación y los conocimientos de sus componentes.

El trabajo ha partido del estudio realizado sobre 42 empresas de reciente creación, a finales de 1999 y principios del 2000, por el Colegio de Economistas de Cataluña y el Departamento de Organización de Empresas de la UPC, que trabajaron conjuntamente.

2. La creación de empresas, las necesidades de las nuevas empresas y las causas de desaparición.

La importancia de la creación de empresas, y el efecto que ello tiene sobre la generación de bienestar se confirma una vez más como uno de los aspectos clave que hay que cuidar y potenciar. Por ejemplo, en Cataluña las pequeñas y medianas empresas (PYME) existentes en 1998 eran 474.222 en los sectores de la industria, el comercio y los servicios. De ellas, el 99,1 % tenía menos de 50 empleados, es decir, eran empresas pequeñas y microempresas. En los mismos sectores, en 1996, el número de PYME era de 461.217, lo cual significa un saldo neto de 13.005, con un incremento del 2,82 % en dos años.

En la Tabla 1 se puede observar el incremento relativo del número de empresas del año 98 respecto al 96, para cada sección de la CCAE-93. Destaca el incremento del sector de la construcción (11,5%), el de las actividades inmobiliarias, y alquileres y servicios empresariales (11,1%), mientras que en otras secciones el número de empresas disminuye, como pasa en industrias manufactureras (-5,1%).

Secciones CCAE-93	Porcentaje
Construcción	11,5
Actividades inmobiliarias, alquiler y servicios empresariales	11,1
Educación	9,9
Mediación financiera	8,1
Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales	6,8
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5,9

Tabla 1: Variación del número de empresas (secciones CCAE-93) en el período 1996-1998.

2.1 Los problemas de las nuevas empresas.

Para proceder a un diseño del Observatorio que asegure su utilización eficaz, se ha realizado un análisis de las principales necesidades de las empresas en sus etapas de creación y consolidación o desarrollo.

Según el estudio del Colegio de Economistas de Cataluña y la UPC citado anteriormente, las necesidades principales que manifiestan tener las empresas de Cataluña, en el momento de su creación y posterior consolidación, son:

- resolver las obligaciones burocráticas y de tipo legal, especialmente en los sectores del comercio y el transporte (durante el primer período)
- financiar el crecimiento, en los sectores de la construcción y hostelería
- asegurar el mantenimiento de la calidad, en el sector servicios y en el industrial
- formar al personal, en los sectores de la hostelería y la industria
- afrontar las cargas impositivas, en los sectores del comercio y del transporte
- mejorar la productividad por trabajador

A modo de resumen, se puede observar a continuación la clasificación de las principales necesidades, por sectores.

	Principales problemas	
Comercio	Burocracia y legal (4)	Cargas impositivas (3'6)
Servicios empresariales	Calidad (4'2)	Servicio y proceso (3'2)
Industria	Producto y proceso (3'7)	Personal (3'2)
Construcción	Financiación (4,2)	Burocracia y legal (3'8)
Transporte	Burocracia y legal (4'5)	Cargas impositivas (3)
Hostelería	Personal (5)	Financiación (5)

Tabla 2: Problemas principales de las empresas de reciente creación (valor medio en una escala de 1 a 5). (Solé, F. et al., 2000).

En este mismo estudio (Solé, F. et al., 2000) se recogen los principales retos que se presentan a las empresas de reciente creación. Entre ellos destacan:

- afrontar una fuerte rivalidad, especialmente en los sectores industrial y de servicios
- definir estrategias sobre innovación en el área comercial, con la oferta de nuevos productos y la diversificación
- gestionar el aumento del número de clientes de las empresas, y los cobros.

Las necesidades de las empresas se entienden aquí como factores que limitan su crecimiento y consolidación, si bien también podrían ser causa de problemas que, a corto o medio plazo, provocarían su desaparición. Por tanto, se ha creído necesario complementar la enumeración de las necesidades con el establecimiento de los indicadores clave de fracaso, es decir, de los factores que pueden llevar a la desaparición de la empresa.

2.2 Los indicadores de fracaso de las empresas.

Un punto básico del trabajo es la elección de los indicadores clave para determinar con suficiente antelación los problemas graves de las empresas, y tener así la oportunidad de tomar medidas correctoras a tiempo. Se sabe que el número de indicadores puede ser tan amplio como insuficiente.

MOTIVOS DE FRACASO/INDICADORES		
FACTORES INTERNOS	I. Gestión	Deficiente gestión y mala organización de la empresa
	II. Estructura	Estructura empresarial inadecuada
	III. Económico-Financiero	Contabilidad incorrecta y desconocimiento de los precios de coste
		Estructura financiera inadecuada (dificultades financieras)
		Planificación de la financiación inadecuada, y/o programas de inversión demasiado importantes
		Supresión de la financiación bancaria
		Baja rentabilidad
	IV. Recursos Humanos	Gastos de personal elevados
V. Operaciones	Gestión de stocks incorrecta	
	Baja productividad	
VI. Clientes	Fracaso de clientes	
FACTORES EXTERNOS	I. Entorno económico	Coyuntura económica
	II. Entorno laboral.	Evolución socio-laboral
	III. Mercado	Comportamiento del sector
	IV. Tecnología	Evolución tecnológica
		R + D
V. Impagados	Dificultad de cobro	
	Impagados	
OTROS	I. Permanencia del emprendedor en la empresa	

Tabla 3: Motivos e indicadores principales de fracaso de las empresas.

3. Objetivos que se persiguen con el Observatorio.

El objetivo principal del Observatorio es consolidar las empresas que han sido creadas recientemente, en un período de su vida en el que, como se ha dicho, los índices de mortalidad son elevados. Si bien existen instrumentos pensados para ayudar a la creación de empresas, al desarrollo de las ideas o del plan de negocio, y se ofrecen servicios de incubación de empresas, cuesta más encontrar ayudas a la consolidación y crecimiento de las mismas.

En este contexto, un Observatorio orientado a sectores concretos de la actividad empresarial, y a las diversas áreas: legal, fiscal, financiera, personal, comercial y ventas, puede ser un instrumento adecuado para mejorar la gestión de las empresas, y también para ayudar a la Administración, cuando ha de actuar en política industrial.

En concreto, el Observatorio ha de permitir, a partir del tratamiento de la información recogida:

- Agrupar los valores de actividad de la empresa para los indicadores clave de fracaso (o de éxito) que se han identificado.
- Establecer los valores de estos indicadores que corresponden a la media o a las mejores empresas, e identificar comportamientos empresariales de declive, como referencia para identificar posibles problemas futuros.

A partir de las bases de datos introducidas:

- Tener valores de referencia de los indicadores del entorno económico.

- Identificar acciones estratégicas tendientes a la innovación tecnológica, comercial, etc.
- Establecer relaciones con socios, alianzas estratégicas y otros servicios profesionales para la empresa.

Por tanto, hay que establecer los indicadores de fracaso y sus valores de referencia para cada sector de actividad, a través de la ponderación de los valores sectoriales correspondientes. Esto permitirá a las empresas identificar las señales de posibles problemas futuros o de inicio de declive, con distintos niveles de gravedad; por ejemplo, una evolución de las ventas por debajo de la del sector se puede considerar una señal leve, relativamente fácil de corregir; la aparición de pérdidas durante un período continuado ya es bastante más grave, y un indicador terminal sería una situación de descapitalización y de pérdida de confianza por parte de los acreedores.

Por otro lado, se recoge la información sobre el espacio de soporte de las empresas, formado por todas las instituciones que pueden ayudar a su marcha, como: universidades, empresas de capital riesgo, "angels", recursos de la Administración, benchmarking, asesoramiento, etc. Esta información se incorpora al observatorio y ha de proveer a la empresa de los recursos demandados en cada momento, en función de las necesidades que se van detectando.

4. El Observatorio: procedimiento de trabajo.

El núcleo del trabajo, para la creación y puesta en marcha del Observatorio permanente de las PYME catalanas, será el establecimiento de los indicadores críticos del funcionamiento y supervivencia de las empresas. Se debe tener en cuenta que los valores de estos indicadores no serán fijos, sino que dependerán de la coyuntura económica y de la dinámica de las propias empresas.

Así, es importante definir el diseño y funcionamiento del Observatorio, a través de un mecanismo de recogida periódica de datos, su volcado en una base de datos relacional, y la elaboración de informes.

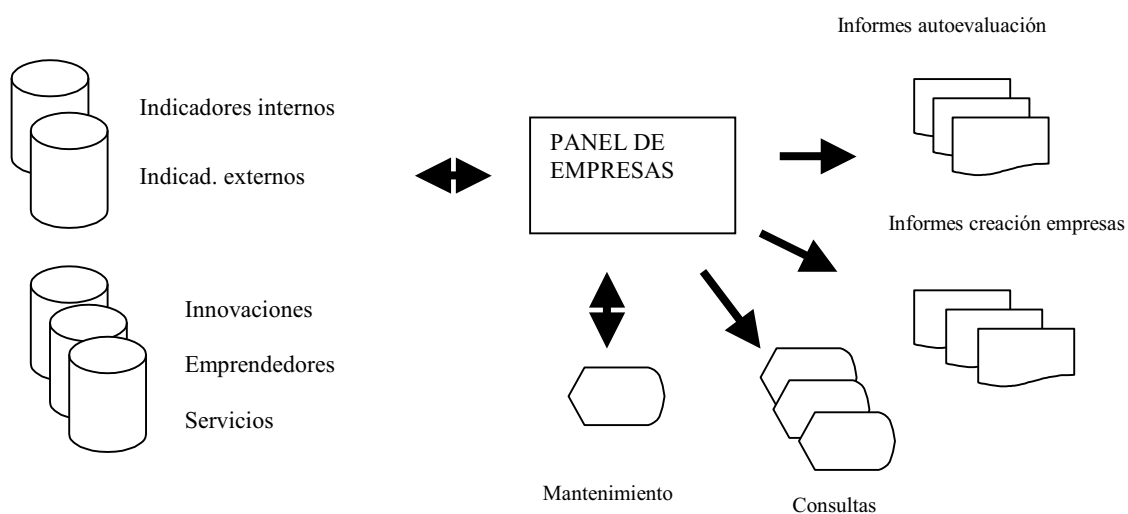


Gráfico 1: esquema del Observatorio.

4.1. El punto de partida.

Como se ha dicho, el punto de partida del trabajo es el estudio realizado por el Departamento de Organización de Empresas de la UPC y el Colegio de Economistas de Cataluña. El citado estudio aportó los siguientes resultados:

1. Identificación del marco de referencia, la población y la muestra de empresas a estudiar
 2. Creación y pasaje de la encuesta para recoger los valores de los indicadores
 3. Interpretación de las respuestas y redacción del informe descriptivo
 4. Identificación de los indicadores (de fracaso y éxito) de la actividad de las empresas
 5. Creación del cuestionario de autoevaluación
1. El contexto de referencia de las empresas se definió a través de indicadores coyunturales, cuyos valores pueden hacer buenos los resultados en un contexto de crisis, y malos en una situación de bonanza económica: evolución del PIB, del paro, del IPC, de los impagados y del tipo de interés. La población a estudiar se estableció con la ayuda de las estadísticas de dinámica empresarial en Cataluña, considerando el número de empresas existentes, el saldo de empresas creadas y desaparecidas y su distribución por sectores de actividad, y una estadística de la personalidad jurídica de las empresas. Por último, se fijó una muestra porcentual, a partir de:
- El análisis geográfico, para estudiar la distribución de empresas en el territorio y la dinámica de creación de empresas en las diversas comarcas
 - La distribución sectorial de las empresas

Lo que permitió establecer una muestra de estudio de 42 empresas, agrupadas en seis sectores de actividad, según la clasificación CCAE, y situadas en las comarcas más dinámicas.

2. Una vez definidos los campos a explorar, se redactó la encuesta a partir de otras ya existentes, introduciendo las preguntas que se consideraron necesarias para completar la investigación. El pasaje de la encuesta, hecho de modo presencial, permitió reelaborar la encuesta e incluir las modificaciones necesarias para mejorar su efectividad.
3. La interpretación estadística de las respuestas recogidas y su valoración llevaron a la redacción de un informe sobre la creación y consolidación de empresas en Cataluña, lo que debe suponer un instrumento de planificación de política industrial. De todas maneras, el tamaño reducido de la muestra, en relación con la población, no permite generalizar los resultados obtenidos.
4. En cambio, el análisis de resultados sí permitió el establecimiento de los indicadores más significativos en la marcha y consolidación de las empresas estudiadas, y que serán de plena utilidad para el diseño de la estructura del Observatorio. Estos indicadores están recogidos en la tabla 2 mostrada anteriormente.
5. El cuestionario del test de autoevaluación, pensado para recoger información sobre las empresas del panel, se redactó a partir de la encuesta pasada a las empresas del panel. El cuestionario recoge los valores principales, cualitativos y cuantitativos, de la matriz de indicadores de causas de fracaso, y permite relacionarlos con los valores sectoriales, tanto

de la media como de las empresas incluidas en el 20% con mejores resultados. Esta información queda almacenada en la base de datos, disponible para su tratamiento estadístico.

4.2. La red de soporte.

Como se ha dicho, el Observatorio propuesto puede ser utilizado para el establecimiento de una red de soporte a las empresas. Esta red estará formada por:

4.2.1. La base de datos de innovaciones.

En esta base se recogerán las diferentes estrategias que siguen las empresas en aspectos como el producto, el mercado, el ámbito geográfico, la comercialización, o el proceso. Aunque su generalización y utilización en otros casos particulares muchas veces no es posible, puede generar ideas, a manera de *benchmarking*, y permite establecer relaciones entre las empresas que faciliten la colaboración.

4.2.2 Conexión con otros emprendedores y fuentes de financiación.

El Observatorio también permite poner a las empresas en contacto con:

- Emprendedores con actividades complementarias o asociadas, que se puedan incorporar al proyecto con funciones diversas
- Inversores potenciales relacionados con el Observatorio (empresas de capital riesgo, “angels”, entidades financieras...) que pueden financiar el crecimiento de las empresas.

4.2.3. Conexión con centros de investigación y de servicios expertos.

Asimismo, la red puede ofrecer:

- Expertos de gestión, que pueden ofrecer consejo y/o servicios a las empresas que lo deseen
- Empresas de servicios avanzados, con suministros especializados (Universidades, centros de investigación...)

4.3. El funcionamiento del Observatorio.

Como se sabe, la dificultad principal para el funcionamiento de un Observatorio es la financiación de sus costes de mantenimiento, que son muy elevados. En el caso del Observatorio que se propone, esta dificultad se resuelve a través de dos mecanismos: la utilización del cuestionario de autoevaluación y el recursos a las nuevas tecnologías de la información (NTIC).

4.3.1. El cuestionario de autoevaluación.

La interfase usuario–sistema del cuestionario está formada por un entorno gráfico que, por un lado, permite recoger la información a través de formularios predefinidos y, al mismo tiempo, presenta a la empresa la comparación de sus indicadores con los sectoriales, mediante tablas

de valores absolutos, porcentuales y gráficos. El cuestionario va acompañado de un manual de instrucciones y ejemplos de utilización.

Este cuestionario, obtenido del estudio repetidamente mencionado, se pasaría de manera periódica y permitiría la recogida de datos de las empresas del panel. Como se ha explicado, los datos obtenidos se almacenan en la base de datos y, combinados con los valores de los indicadores del entorno y de la coyuntura, se convierten en un instrumento de autoevaluación a disposición de las empresas, que pueden comparar sus datos con los del resto de empresas del panel. De esta manera, el cuestionario ayudaría a la fidelización de las empresas colaboradoras, para las cuales sería una herramienta de gestión interesante.

Los puntos clave del proceso operativo son:

1. Paso de cuestionarios periódicos, en años sucesivos, a las empresas del panel. La introducción de datos se hará de manera automática por parte de las empresas, a través de una página web i de un programa incorporado de transmisión de datos. Esto les permitirá además realizar un proceso de autoevaluación.
2. Almacenaje de los datos en un programa Access que permita un tratamiento eficiente de los mismos, y la elaboración de informes, así como el cálculo y establecimiento de los valores críticos de los indicadores de fracaso, como resultado del análisis de la evolución recogida por el Observatorio.
3. Corrección de los elementos definidores del entorno y de los indicadores de fracaso, para tener en cuenta la coyuntura económica de cada momento, cosa que permitirá a las empresas una valoración más realista de sus propios indicadores, y la anticipación de posibles problemas. Control de los cambios estructurales del sector, que se deben reflejar en el panel a través de cambios en la muestra de empresas.
4. Introducción de las bases de datos que han de permitir la formación de la red de soporte (innovaciones, servicios, inversores).

La interpretación de las respuestas se hace a dos niveles:

- De agregación de datos, conjuntamente y por sectores, con el establecimiento de estadísticas y su posterior comparación con valores sectoriales disponibles
- Los datos obtenidos, de forma agrupada, quedan a disposición de las empresas de la red que las quieran consultar. También, a través de un informe sobre creación de empresas, pueden ser usados por la Administración para evaluar la conveniencia o no de posibles actuaciones.

El mantenimiento del Observatorio requiere la corrección de los elementos definidores del entorno y la introducción de los cambios acaecidos en el panel:

- Recoger las variaciones de la coyuntura
- Recoger las posibles altas y bajas de las empresas del panel, motivadas por los cambios sectoriales estructurales

Por su parte, también deberá procederse a la actualización de las bases de datos de la red de soporte, con los links incorporados:

- bases de innovaciones
- bases de emprendedores
- red de inversores

El mantenimiento de la base de datos debe corresponder a las empresas, de acuerdo con sus necesidades, con la participación de los organismos de investigación públicos o privados que formen parte de la red del Observatorio.

4.3.2 Las NTIC y los beneficios que las empresas de la red o panel obtienen de su uso.

Las nuevas tecnologías de la información y de las telecomunicaciones (NTIC) en este caso, la base de datos relacional, el servidor del sistema y la red Internet, son claves para crear y hacer viable el Sistema Observatorio en Red en las condiciones más adecuadas. Estas tecnologías aportan una mejora en la eficiencia del procesamiento de la información, pero también y más importante, posibilitan la creación de un entorno de trabajo cooperativo que mejora en última instancia la eficacia de los procesos de gestión, y de toma de decisiones, lo que se traduce en un aumento de los niveles de consolidación de las empresas de reciente creación pertenecientes a la red.

En concreto, las tecnologías en nuestro caso permiten aumentar la eficiencia al facilitar la entrada de datos de los indicadores, de forma directa por parte de las empresas del panel (o en red), calcular automáticamente los valores medios de los indicadores de todas las empresas del panel, de un grupo de ellas, de sector concreto, de las del 20% mejores, y presentar los resultados en valores absolutos, en porcentajes, o en formato gráfico a todas las empresas que se hallan interconectadas. Mejora también la eficiencia en el mantenimiento de la BD y en la distribución de la información a las empresas.

También como se ha afirmado anteriormente, el uso de las NTIC, para hacer operativa la red, es también determinante para la mejora de la eficacia, ya que permiten mejorar la toma de decisiones al facilitar entre las empresas información empresarial actualizada (económica, financiera, comercial, etc.), y ejecutar un proceso de autoevaluación a nivel individual de empresa, que permita al mismo tiempo percibir señales anticipadas de los posibles problemas futuros, acceder a información sobre las innovaciones básicas en el respectivo sector, que han sido guardadas en la BD de innovaciones, y que puede entenderse como un servicio de vigilancia tecnológica que las empresas de la red se han dado, subcontratando esta actividad y por último, posibilitar un entorno de cooperación con las otras empresas, en los ámbitos citados al facilitar la comunicación con otros emprendedores y/o expertos.

Un elemento básico relativo al valor del sistema Observatorio en Red es la capacidad que tiene de gestión de la información y del conocimiento que se obtiene con el Observatorio o Red. A través de las herramientas estadísticas aplicadas a los datos obtenidos del conjunto de empresas del panel durante años se deducen los modelos de gestión más oportunos a cada caso, lo que permite proceder a un mejor aprovechamiento de las experiencias individuales y de grupo de los integrantes del panel, y tener una adecuada gestión del conocimiento para cada empresa perteneciente a la red, y de la propia red y en última instancia a una disminución del índice de mortalidad de las empresas en esta etapa de su vida.

El análisis de los beneficios que las empresas de la red obtienen del uso del Observatorio en Red y de las tecnologías de información sobre las que este se apoya, puede llevarse a cabo desde diferentes perspectivas, utilizando en cada caso el soporte de modelos teóricos como la teoría de los costes de transacción (Coase, 1937 y Williamson, 1986) o de la gestión del conocimiento, análisis de los costes y beneficios, etc. Así, por ejemplo, un análisis de los beneficios que aportan las tecnologías y sistemas de información debería considerar:

- **mejora de la eficiencia en la recogida de la información, su procesamiento, presentación, y mantenimiento de los datos.**

La contribución del Sistema Observatorio en Red es clave en la disminución de los costes de mantenimiento de los datos de los indicadores, realizado en gran parte por las mismas empresas, a través de su trabajo de autoevaluación y participación en la red. Se obtiene también una disminución de los costes vinculados al procesamiento de la información y al proceso de autoevaluación, al utilizar un modelo previamente definido, que forma parte del sistema y es alimentado automáticamente con valores de referencia de los indicadores clave de fracaso y de éxito. Los costes de comunicación o de acceso a la información son reducidos, más bajos que los de cualquier otro sistema. Además, la utilización de un sistema de gestión de base de datos (SGBD) es clave en la reducción de los costes relacionados con el tiempo de acceso a la base de datos (BD) y su manipulación.

También, si se parte de la teoría de los costes de transacción, se puede considerar la incidencia del Observatorio en Red en los puntos siguientes:

- **facilita la búsqueda de los socios necesarios y/o servicios.**
Disminuyen los costes de búsqueda y selección de socios, expertos profesionales, o servicios de financiación, al facilitar su localización y la negociación y selección de la mejor oferta o alternativa, gracias a las capacidades de Internet y de las tecnologías relacionadas. El tiempo de acceso a la información es ahora menor, gracias a la tecnología y al hecho de tener un grupo preseleccionado de interlocutores adecuados.
- **facilita la definición y formalización del modelo de intercambio entre las empresas del panel o red.**
Al haber definido previamente la forma de operar en la red, y cómo formalizar las relaciones dentro de la misma, existe lo que se podría denominar un "modelo de contrato" que rige las transacciones dentro de la red, y que, por lo tanto, permite disminuir los costes de definición, formalización y control de las relaciones entre empresas.
- **disminuye los costes de comunicación (coordinación y control) de la red.**
Los costes de comunicación y coordinación disminuyen por el uso de la red telemática, así como los costes de control del cumplimiento de los acuerdos de los participantes, lo que genera un elevado nivel de confianza entre las empresas del panel. Se consigue además una mayor rapidez en la transmisión de los datos, se eliminan tiempos de espera, o la necesidad de volver a llamar por estar un interlocutor ausente, o comunicando, etc.

Una aportación importante corresponde a la gestión de la información y del conocimiento que tiene lugar en la Red, que incide principalmente en:

- **mejora la gestión de la información y de los conocimientos relacionados.**
Los modelos standard o normativos de comportamiento empresarial generados facilitan los procesos de toma de decisiones de gestión en las empresas del grupo, lo que

contribuye a una mejora en la gestión a nivel de cada empresa de la red través de la propia e incide en una disminución del índice de mortalidad de las empresas del panel.

- **fomenta la innovación en aspectos de servicio, comercial y de proceso.** Aumenta la efectividad en todo el proceso de toma de decisiones en la gestión y la innovación, en la definición de políticas, en el acceso a los recursos y servicios y en los resultados que obtienen las empresas del panel.

5. Conclusiones.

Como resumen, los puntos más importantes de la prueba piloto y de la propuesta que se hace para la construcción del Observatorio, utilizando la base de datos y la red Internet, son los siguientes:

- Establecimiento de un entorno de referencia que permite situar y analizar la creación de empresas en Cataluña en los últimos años. A partir de este entorno se ha podido diseñar la muestra de empresas a encuestar, con la ponderación de la localización geográfica, la sectorización y la dinámica en la creación de empresas.
- Definición de indicadores de fracaso, que permiten caracterizar la evolución y la supervivencia de las empresas. A partir de estos indicadores se ha podido redactar la encuesta/test que se debe pasar a las empresas, objetivo instrumental del estudio, que deberá servir como herramienta de diagnóstico y como elemento de fidelización de las empresas que compondrán el panel del Observatorio.
- Generación del embrión del Observatorio de empresas catalanas de reciente creación, que se deberá desarrollar a partir de la acumulación y análisis del paso de cuestionarios periódicos, en años sucesivos. Las empresas seleccionadas para la muestra constituyen ya el primer panel del Observatorio.
- Posibilidad de un acceso inmediato por Internet, con reducción tanto del coste de recogida, tratamiento y distribución de información como de mantenimiento del sistema, y con mejora de las decisiones que toman las empresas de reciente creación.
- Estímulo a la cooperación entre las empresas en temas de innovación, orientándolas hacia niveles de excelencia empresarial. Posibilidad de contactos con redes de servicios empresariales y de inversores potenciales y con empresas de capital riesgo que quieran participar en la financiación del crecimiento de las nuevas empresas.

6. Bibliografía.

Amat, O. i Fiestas, I., (1999) Ratios de las empresas más rentables. *Ed. Gestión* 2000.

Callejón, M. i Segarra, A., (1999) "Business Dynamics and Efficiency in Industries and Regions: The Case of Spain". *Small Business Economics*, 13, pp. 253-271.

Centro de Estudios y Asesoramiento Metalúrgico (1987) Creación, consolidación y fracaso de Pimes en España. 1981-1985.

Coase, R.H., (1937) The nature of the firm. *Economica*, 4.

Hernández, J.M. et al., (1999) "Les empreses gasela a Catalunya". *Papers d'Economia Industrial*, 12. Conselleria d'Industria Comerç i Turisme. Generalitat de Catalunya.

Rodríguez, G., (1999) Análisis del declive y reflotamiento. Aplicación sobre las empresas del sector farmacéutico español. *Tesis Doctoral*. Departament d'Economia de l'Empresa. Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales. Universitat Autònoma de Barcelona.

Solé Parellada, F. et al., (2000) Estudi sobre creació d'empreses a Catalunya. Departament de Treball, Col·legi d'Economistes i UPC.

Terré, E. (2000) Com desenvolupar un entorn favorable a la creació d'empreses. CIDEM.

Williamson, O.E., (1986) "Transaction-cost economics: the governance of contractual relations". *Economic organization: firms, markets and policy control*. Wheatsheaf Books.