



Instrumentos de Apoyo a

Jóvenes Empresas

Uso y Valoración

© Cámaras

© **SERVICIO DE ESTUDIOS. CÁMARAS DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ESPAÑA**

Trabajo realizado con la colaboración del Centro de Estudios Económicos Tomillo

Depósito Legal: (*P E N D I E N T E D E S A C A R*)

Diseño y realización:

PRINT A PORTER, COMUNICACIÓN. Madrid
Salvador Alonso, 12. 28019 Madrid

Imprime:

IMPRESA MODELO. Madrid

Presentación

La pequeña empresa juega un papel clave como impulsora de innovación, creación de empleo y motor de crecimiento económico. En este entorno, la política orientada a la creación de nuevas empresas adquiere una gran importancia que no pueden soslayar las administraciones.

En este nuevo trabajo de la *Colección Empresa*, las Cámaras de Comercio se han planteado valorar la eficacia de las políticas de apoyo a la creación y consolidación de la Pyme. Pero como no puede haber análisis sin propuestas, se plantean posibles mecanismos que aumenten y mejoren la utilidad de las políticas que se adopten, haciéndolas más accesibles desde la perspectiva empresarial. Para ello, se parte de las conclusiones recogidas en el libro *Creación y Consolidación de Empresas. Políticas de Apoyo* para después realizar una encuesta a empresas jóvenes tratando de obtener información sobre el grado de conocimiento, utilización y eficacia de las políticas de apoyo existentes.

La mayoría de empresas recientemente creadas en España consideran que el apoyo público es bastante importante en la constitución y consolidación de empresas. También que estas políticas están poco desarrolladas en nuestro país, existiendo déficit en varios ámbitos especialmente, en financiación, fiscalidad e innovación.

Por otra parte, también es de destacar el gran desconocimiento de los mecanismos de apoyo y el bajo porcentaje de empresas que acude a instituciones en busca de ayudas para crear y reforzar sus empresas. Ello indica la existencia de altos costes para buscar información y de otros, no menos importantes, que hacen referencia a la documentación exigida, formación y tiempo dedicado.

Las Cámaras de Comercio actúan en este sentido, informando y difundiendo las estrategias políticas existentes para apoyar a las empresas y formular recomendaciones, para que cada vez exista un mayor número de sociedades que se puedan beneficiar.

José Manuel Fernández Norniella
Presidente



Índice de contenidos

Instrumentos de Apoyo a

Jóvenes Empresas

Uso y Valoración

Contenidos

1. INTRODUCCIÓN	11
2. PLANTEAMIENTO Y METODOLOGÍA	17
2.1. LOS ESTUDIOS SOBRE LA POLÍTICA DE EMPRESA	17
2.2. ÁMBITO DEL ESTUDIO	20
2.3. PERFILES EMPRESARIALES Y POLÍTICA DE APOYO	22
2.4. TRABAJO DE CAMPO	25
2.4.1. Diseño del cuestionario	25
2.4.2. Universo de estudio	28
2.4.3. Muestra y error muestral	30
3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA	33
3.1. VALORACIÓN DE LA UTILIDAD	33
3.2. VALORACIÓN DEL ESFUERZO	37
3.3. OBSTÁCULOS	40
3.4. INSTITUCIONES	41
3.5. INSTRUMENTOS DE APOYO	44
3.5.1. Simplificación y adaptación de la regulación	44
3.5.2. Mejora de la fiscalidad empresarial	48
3.5.3. Impulso de las habilidades (competencias) de empresarios y trabajadores	50
3.5.4. Facilitar el acceso a la financiación	56
3.5.5. Favorecer la innovación	61
3.5.6. Fomento de la cultura empresarial	66
4. OTROS RESULTADOS	71
4.1. DÉFICIT DE LA POLÍTICA DE APOYO	71
4.2. BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN Y USO DEL APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN	79
4.2.1. Definición de variables	79
4.2.2. Instituciones	83
4.2.3. Conocimiento	87
4.2.4. Uso de instrumentos de apoyo	90
4.3. OBSTÁCULOS	93
5. RESUMEN Y CONCLUSIONES	97



ANEXO I.	
CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA	105
ANEXO II.	
RESULTADOS DE LA ENCUESTA: DATOS BÁSICOS	113
A.II.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS	113
A.II.2. RESULTADOS SECTORIALES	115
Valoración de la utilidad de al política de apoyo	115
Valoración de la situación actual de la política de apoyo	118
Obstáculos	120
Instituciones	121
Instrumentos de apoyo	122
ANEXO III.	
LA REGRESIÓN LOGÍSTICA	145
BIBLIOGRAFÍA	149



1. Introducción

Instrumentos de Apoyo a

J. Empresas Jóvenes

Uso y Valoración

Introducción

La política de apoyo a la creación y consolidación de empresas tiene, en la actualidad, una relevancia singular, asociada a la emergencia de una Nueva Economía. Ésta se caracteriza por el papel que adquiere el conocimiento como uno de los factores más importantes de la producción y porque la competitividad radica en la capacidad de innovar y emprender. En este marco, la pequeña empresa adquiere protagonismo como promotor de la innovación, la creación de empleo y, en última instancia, como motor del crecimiento económico y del progreso social. El desarrollo de empresas innovadoras, que tienen altos ritmos de crecimiento, estimula la competencia y la creación de nuevas empresas. A su vez, la inclinación a innovar y a convertir ideas en bienes o servicios comercializables se convierten en factores determinantes del ritmo de actividad.

En un contexto económico caracterizado por el protagonismo de los aspectos intangibles como elementos de competitividad y por el papel de la pequeña empresa como agente de la innovación, la política orientada a apoyar el nacimiento de empresas que combinen la asunción de riesgos y la creatividad con una sólida gestión, adquiere innegable interés y potencialidad. La oportunidad se encuentra en crear las condiciones de entorno favorables a la actividad innovadora y emprendedora, removiendo los obstáculos que impiden o dificultan el nacimiento, consolidación y expansión de empresas. Esta oportunidad conlleva, a su vez, el ineludible reto de diseñar una política que responda a las nuevas exigencias, a los cambios en el entorno, y cree las condiciones aptas para aprovechar las posibilidades de creación de empleo y crecimiento económico que ofrece la Nueva Economía.

El carácter estratégico del nacimiento y consolidación de empresas, y el consecuente reto que ello entraña sobre la política de apoyo a la empresa, son las motivaciones fundamentales que han conducido a la realización de presente estudio, que tiene como objetivo principal **aportar información que contribuya a guiar la acción en materia de política de apoyo a la creación y consolidación de empresas.**

Con esta finalidad, se ha considerado conveniente realizar una investigación que revele la posición de la empresa joven ante la política de apoyo, de la cual es beneficiaria potencial. Esto es, en el estudio se plantean cuestiones como: *¿cuál es la valoración de las empresas jóvenes sobre la utilidad de la política de apoyo?, ¿qué líneas de actuación les resultan más necesarias?, ¿cómo se valora el esfuerzo público efectuado para impulsar la creación y consolidación empresarial? y ¿qué obstáculos sienten las empresas para beneficiarse efectivamente del apoyo a la creación y consolidación empresarial?*

Resulta innegable el interés que tiene conocer la visión de las empresas jóvenes respecto a la política de apoyo con miras a valorar la adecuación y suficiencia de la misma. Sin embargo, esta perspectiva ha sido muy escasamente considerada en estudios previos, que se centran primordialmente en el análisis de los rasgos de los emprendedores y las características de las empresas de éxito, así como en el estudio del entorno empresarial. Sin duda, las líneas de investigación mencionadas constituyen una valiosa contribución para orientar la dirección y definición de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial. Pero **resulta difícil efectuar valoraciones sobre la política de apoyo sin tener presente, además, en qué medida las empresas destinatarias la consideran adecuada y los obstáculos que encuentran para beneficiarse del apoyo.**

El presente estudio parte de las conclusiones que se extraen de investigaciones previas sobre la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial, y trata de contribuir al diseño de esta política a partir de las implicaciones que se desprenden al realizar un análisis de la misma desde la perspectiva de las empresas beneficiarias potenciales. En particular, **el estudio se plantea como objetivos responder a las siguientes cuestiones:**

- ❖ Detectar los ámbitos de la política de apoyo que las empresas jóvenes consideran de mayor utilidad con vistas a impulsar la creación de empresas y su consolidación.
- ❖ Identificar las líneas de actuación de la política de apoyo que las empresas sienten como más deficitarias, dada la utilidad que reportan y la situación actual de las actuaciones existentes.
- ❖ Detectar los obstáculos que impiden un mayor aprovechamiento de la actual política de apoyo a la creación y consolidación empresarial.
- ❖ Proponer recomendaciones para mejorar la actual política de apoyo.

A fin de llevar a cabo estos objetivos, el estudio se apoyó en la información generada mediante una encuesta dirigida a empresas jóvenes españolas. La encuesta permitió recabar información exhaustiva sobre la valoración empresarial de las líneas de actuación de la política de apoyo, los instrumentos en que se materializa, el acceso a instituciones de apoyo, el uso de instrumentos y los obstáculos identificados por las empresas para beneficiarse del apoyo público. A partir de esta información de base, fue posible extraer conclusiones sobre los déficit de la política de apoyo y realizar inferencias con respecto a las principales dificultades que impiden un mayor aprovechamiento de la política y las características de las empresas que sufren en mayor medida tales dificultades.

Respecto a la estructura del estudio, tras esta introducción se presenta, en la sección 2, el planteamiento del estudio y las características del trabajo de campo realizado. La revisión de investigaciones recientes sobre cuestiones empresariales pone de relieve la existencia de documentos de los que se extraen relevantes conclusiones para apoyar el diseño de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial. No obstante se constata que la visión de las empresas jóvenes es escasamente considerada. A fin de

tener en cuenta esta perspectiva, el presente estudio realiza un trabajo de campo que permite obtener información estadísticamente significativa sobre la valoración y uso de la política de apoyo por parte de las empresas jóvenes.

Los principales resultados de la encuesta se presentan en la sección 3. Esta sección es eminentemente descriptiva: se recogen las valoraciones realizadas por las empresas encuestadas, los obstáculos que sienten para beneficiarse de la política de apoyo y el acceso a instituciones canalizadoras del apoyo público. Además, se presentan los resultados relativos al conocimiento, valoración y uso de ciertos instrumentos concretos en los que se materializa la política de apoyo. En suma, se obtiene una visión panorámica de la posición de la empresa joven respecto a la política de apoyo.

En la sección 4 se emplea la información de base (la encuesta) para extraer conclusiones sobre los déficit de la política de apoyo más señalados por las empresas jóvenes. Además, se identifican los perfiles empresariales más proclives a buscar información y a emplear efectivamente la política de apoyo. Por último, el conjunto de información obtenido en el estudio llevará a identificar los principales obstáculos que impiden un mayor aprovechamiento de la actual política de apoyo por parte de sus beneficiarios potenciales.

La sección 5 resume los resultados obtenidos a lo largo del estudio. Como colofón, se presentan sugerencias y recomendaciones para el diseño de la política de apoyo.

Los anexos recogen información complementaria. El cuestionario de la encuesta figura en el Anexo 1. En el Anexo 2 se recogen datos sobre el perfil de los socios creadores de las empresas, así como los resultados obtenidos a escala sectorial sobre la valoración y uso de la política de apoyo. Finalmente, el Anexo 3 muestra información técnica sobre los instrumentos de análisis utilizados en la sección 4.



2. Planteamiento y Metodología

Instrumentos de Apoyo a

J. Empresas Jóvenes

Uso y Valoración

P

lanteamiento y Metodología

2.1. Los estudios sobre la política de empresa

El interés por el apoyo a las nuevas empresas ha cobrado relevancia en los últimos años, a medida que se ha reconocido y documentado el papel que éstas juegan en el conjunto económico. Investigaciones recientes han permitido constatar un resurgir del protagonismo de la pequeñas y medianas empresas para explicar el crecimiento del empleo en Europa durante las dos últimas décadas del siglo XX (Wennekers y Thurik, 1999). Además, dentro del grupo de empresas pequeñas y medianas, las empresas jóvenes descollan por su impacto positivo sobre el crecimiento económico (OCDE 2000). Esto es, se aprecia que las economías evolucionan hacia entornos donde el espíritu emprendedor (entrepreneurship) interviene decisivamente como factor clave de éxito, progreso y aumento del empleo (GEM 2000 y 2001). En el ámbito político, se han producido reconocimientos explícitos de la importancia del fenómeno emprendedor. Así, en la Unión Europea, se ha considerado que, a fin de convertirse en una de las economías más dinámicas y competitivas, **Europa debe ser más emprendedora e innovadora**¹.

No obstante los efectos positivos de las empresas pequeñas y jóvenes sobre el conjunto económico, debe admitirse que las empresas debutantes muestran una elevada fragilidad, que se mantiene durante sus primeros años de existencia. En España, aproximadamente la mitad de las empresas creadas en 1996 había dejado de operar cuatro años más tarde. Estudios referidos a otros países de la OCDE muestran un panorama similar: en torno al 50-60% de las empresas desaparece en el plazo de cuatro o cinco años, y diez años después de su creación restan en activo aproximadamente el 20% de las empresas creadas (Dunne et al, 1989 y Mata y Portugal, 1994).

En suma, las empresas pequeñas y jóvenes tienen un papel reconocido para impulsar el crecimiento económico, pero también es sabido que estas empresas son muy vulnerables y están sujetas a tasas de mortalidad especialmente altas en sus primeros años de vida. Esto ha conducido a una mayor presencia de los programas de apoyo a la creación y consolidación empresarial.

En este marco, han tomado relevancia los **estudios teóricos y empíricos que contribuyen al desarrollo de políticas públicas que incentivan el proceso de creación de nuevas empresas y su consolidación**. Una visión panorámica de los estudios efec-

¹Conclusiones de la Presidencia, Consejo Europeo de Lisboa, 23 y 24 de marzo de 2000.

tados permite clasificarlos en los tres grupos siguientes: Estudios del carácter emprendedor; Estudios del éxito empresarial y Estudios del entorno empresarial. De cada uno de estos estudios se extraen conclusiones susceptibles de apoyar el diseño y mejora de la política de apoyo.

Por lo que se refiere a los **estudios del carácter emprendedor**, su objetivo primordial consiste en responder a las siguientes cuestiones: ¿por qué algunas personas deciden emprender? ¿qué distingue a los individuos que optan por emprender frente a los que eligen otras ocupaciones? La investigación en este campo es eminentemente empírica², y se dirige a identificar los rasgos de los individuos que se muestran con determinantes de la propensión a emprender. Desde la perspectiva del fomento del espíritu empresarial, cabe destacar la importancia constatada de la formación y la experiencia laboral de los jóvenes como aspectos explicativos de la probabilidad de emprender. Por ejemplo, Lazear (2002) encuentra que los individuos con mayor experiencia laboral acumulada (incluyendo las diferentes tareas realizadas en un mismo puesto de trabajo) y una formación académica más variada presentan mayores probabilidades de emprender. Una explicación a este fenómeno se encuentra en la necesidad que tiene el emprendedor de disponer de competencias en ámbitos variados (producción, marketing, fiscalidad). Entonces, un grado alto de especialización (no empresarial) puede impedir (o frenar) que un individuo con una idea, producto o servicio potencialmente rentable cree una empresa para su explotación³. Como colofón, cabe concluir que el fomento de la experiencia laboral en los jóvenes y de una formación que combine la especialización con una cierta consideración de cuestiones empresariales, debe contribuir a impulsar la creación de nuevas empresas.

En cuanto a los **estudios sobre el éxito empresarial**, su ámbito de análisis comprende la investigación sobre los aspectos que se encuentran tras los resultados de la actuación empresarial (supervivencia y consolidación). Los factores relacionados con la organización y estrategia empresarial, las características de los empresarios y del entorno son analizados, a fin de determinar su impacto sobre el éxito empresarial. De los mencionados estudios, en función de los elementos que se identifican como determinantes de la actuación de las empresas tras su creación, se extraen recomendaciones para guiar el diseño de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial.

Dos estudios recientes en esta línea realizados en España⁴ han puesto de manifiesto que el capital humano de los creadores de las empresas y los recursos de éstas (financieros, humanos) juegan un papel crítico para lograr la consolidación empresarial. Desde la perspectiva política, esto sugiere que las actuaciones deberían incidir en el impulso del capital humano de los empresarios y su acceso a recursos, con miras a facilitar la consolidación de empresas de éxito.

²Véase, por ejemplo, Evans et al (1989).

³Ello es susceptible de afectar de forma especial a la constitución de empresas de base tecnológica. Un tecnólogo, por ejemplo, un ingeniero, suele disponer de elevadas competencias técnicas, que contrastan con insuficientes competencias en ámbitos empresariales. En general, cabe suponer que los profesionales más especializados en ámbitos no empresariales (no sólo tecnólogos, sino también diseñadores de moda, decoradores, etc) encuentran especiales obstáculos para emprender debido a la falta de formación en ámbitos empresariales.

⁴Véase Cámaras de Comercio (2002) y Peña (2003).

Resulta más controvertido **el impacto que tiene la política pública como factor impulsor la consolidación empresarial**. Algunos autores han cuestionado la eficacia de la política de apoyo, sobre todo a causa del sesgo que puede ejercer sobre el proceso de selección de mercado (Santarelli y Vivarelli, 2002). Se argumenta que, tras la puesta en marcha de las empresas, los mecanismos de selección de mercado conducen a la salida de las nuevas empresas menos eficientes, mientras que las que sobreviven (las más eficientes) ajustan su escala hacia la media del sector. En este contexto, la concesión de subsidios podría ocultar las diferencias entre las nuevas empresas menos eficientes y las más eficientes. Las empresas subsidiadas reciben una ayuda que les induce a no cesar la actividad, aunque su capacidad y competencias tecnológicas resulten inadecuadas. A la postre, cuando cesa el apoyo, las empresas “ineficientes” deben enfrentarse a la inadecuación del proyecto y abandonar el mercado.

Otros estudios empíricos apuntan a una eficacia moderada de ciertos instrumentos de apoyo a las nuevas empresas. Así, el estudio de Peña (2003) sobre empresas creadas en incubadoras de Negocios en el País Vasco sugiere que la relevancia de los servicios ofrecidos por las incubadoras como factor explicativo de la actuación empresarial es reducida, máxime en comparación con la importancia que tiene la capacidad del propio empresario y los factores organizativos.

No obstante, como se ha mencionado, la evidencia empírica sobre el valor de la política pública como factor de consolidación empresarial no es unívoca. Cabe citar que el estudio de Cámaras de Comercio (2002) sobre los determinantes de la consolidación del conjunto de las empresas españolas encuentra evidencia de que las empresas debutantes beneficiarias de ayuda pública tienen mejores perspectivas de consolidación que las empresas no beneficiarias de las mismas.

Por último, los **estudios sobre el entorno empresarial** aportan elementos de gran interés para el análisis y diseño de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial. Esta línea de investigación detecta las fortalezas y debilidades del marco jurídico, político, institucional y social desde la perspectiva de la creación y consolidación empresarial, y permite detectar los aspectos más relevantes que deben ser considerados en el diseño de la política de apoyo a las empresas.

Dentro de los estudios del entorno empresarial, y desde la perspectiva de la política de apoyo a las nuevas empresas, descolla la investigación realizada por el Proyecto GEM en España (GEM 2000 y 2001). El proyecto asocia el nivel de actividad emprendedora con una serie de condiciones generales que influyen en la formación de empresas (mercados financieros, competencia empresarial, etc), e identifica las áreas críticas en las que España ocupa una posición desfavorable respecto a otros países (entre otras: importancia del capital riesgo, efectividad de la transferencia de I+D, infraestructura empresarial y profesional). Como resultado, se proponen recomendaciones para el fomento del espíritu empresarial que inciden en las condiciones de entorno en las que España presenta una posición más desfavorable con respecto a otros países, a saber (GEM 2000):

- ◆ Fomento de una cultura más orientada hacia la creación de empresas.
- ◆ Estímulo de la participación de la mujer en el proceso de creación de empresas.



- Reducción de la presencia del Gobierno en la economía (reducción de la regulación y de los plazos de apertura de una empresa).
- Desarrollo del capital riesgo.
- Estímulo a la inversión de los “Business angels”.
- Orientación del sistema educativo hacia la sensibilización y preparación para la creación de empresas con éxito.

También desde una óptica de entorno y comparativa, se aborda el análisis de la política de apoyo a las empresas en el reciente trabajo de Cámaras de Comercio (2003). El estudio realiza recomendaciones para el diseño del apoyo a la creación y consolidación de empresas, a partir de la identificación de los obstáculos a la actividad empresarial en España y de los ámbitos de actuación menos desarrollados en comparación con los países de la Unión Europea. Como resultado de la investigación, se propone incidir en los siguientes aspectos:

- Continuar con el proceso de simplificación de la regulación, y establecer un régimen administrativo para la creación de empresas más favorable.
- Mejorar la información sobre la carga que impone la regulación en las pequeñas empresas y el coste asociado a la misma,
- Plantear el establecimiento de un régimen fiscal más acorde a las características y dificultades de consolidación de las empresas pequeñas en sus primeros años de actividad.
- Extender y mejorar la formación de nuevos emprendedores, con atención a las necesidades de colectivos especiales (sin formación empresarial previa y herederos de empresas familiares)
- Contribuir a activar la financiación privada para la creación y expansión de empresas.
- Aumentar y mejorar el apoyo a la innovación de las pequeñas empresas.
- Impulsar la cultura emprendedora

2.2. **Ámbito del estudio**

La revisión de la investigación reciente sugiere que, en buena medida, los elementos en los que se apoya el análisis son los tres siguientes:

- 1. Las características de los emprendedores, en contraposición a las personas que no optan por emprender.** Esta línea de investigación da pautas respecto a los factores a considerar a fin de fomentar la aparición de nuevos emprendedores.
- 2. Las características de las empresas y empresarios que favorecen el éxito empresarial.** En este ámbito, se detectan los rasgos de los empresarios y de las empresas que determinan la consolidación empresarial y, por tanto, deben ser tenidos en consideración al diseñar las medidas que aspiran a fortalecer las perspectivas de éxito empresarial.

3. Las características del entorno empresarial que afectan a la propensión a crear empresas y a sus posibilidades de consolidación. Desde esta perspectiva, se generan recomendaciones sobre las políticas susceptibles de remover los obstáculos institucionales, sociales, etc.

Si se desea fomentar tanto la aparición de nuevas empresas como el éxito empresarial, resulta de vital importancia avanzar en el conocimiento de cuestiones como el perfil del emprendedor, el perfil del emprendedor de éxito o los obstáculos del entorno que influyen negativamente en el desarrollo del espíritu empresarial. En este sentido, no cabe duda de que los **tres enfoques** antes mencionados, al avanzar en la investigación de tales aspectos, **suponen una valiosa contribución para orientar la dirección y definición de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial.**

El presente estudio se apoya en tales investigaciones, pero trata de contribuir al diseño de la política de apoyo mediante la consideración sistemática de una perspectiva adicional: la información y conclusiones que se desprenden cuando se analiza la política de apoyo desde la perspectiva de las empresas beneficiarias potenciales. Esta perspectiva (la **posición de las empresas potencialmente beneficiarias** respecto a la política de apoyo) ha sido escasamente considerada en el momento de analizar y diagnosticar la suficiencia y adecuación de la política. No se han encontrado estudios que de forma sistemática aborden el análisis crítico de la política de apoyo teniendo en consideración la visión de las empresas con respecto a la misma. Y ello lleva a plantearse que, posiblemente, se esté perdiendo información relevante a fin de apoyar el diseño de la política de apoyo, como consecuencia de la muy escasa consideración de la visión de las empresas beneficiarias potenciales (y las implicaciones que de ello se deriva) en los estudios efectuados.

Este estudio contribuye a cubrir la laguna detectada, a partir de la realización de un análisis exhaustivo de la valoración y uso de la política de apoyo por parte de las empresas jóvenes. **En primera instancia, el estudio permitirá:**

1. Conocer la utilidad que tienen para las empresas jóvenes las actuaciones integrantes de la política de apoyo.
2. Conocer el grado de satisfacción de las empresas jóvenes respecto a la situación actual de esta política.
3. Identificar qué obstáculos sienten en mayor medida las empresas jóvenes para beneficiarse de la política de apoyo.
4. Detectar en qué medida los emprendedores tratan de obtener apoyo para crear y consolidar sus empresas, acudiendo a instituciones que habitualmente canalizan este apoyo.
5. Profundizar en el grado de conocimiento, valoración y uso de mecanismos concretos de apoyo a las nuevas empresas.

Las cuestiones planteadas tienen un interés innegable. Como se ha mencionado anteriormente, en la actualidad se está realizando un esfuerzo notable para apoyar la creación y consolidación de empresas. Por tanto, resulta conveniente tener información desde la perspectiva de los beneficiarios potenciales sobre la utilidad de incurrir en tales esfuerzos. La pregunta clave aquí sería si, según las empresas, la política de apoyo resulta en efecto útil para impulsar la creación y consolidación empresarial. Y, en relación con lo anterior, tiene relevancia conocer el grado de satisfacción de las empresas con respecto a la situación actual de la política de apoyo. No menos importante resulta conocer en qué medida se trata de lograr apoyo público (acudiendo a instituciones de apoyo) y qué obstáculos identifican las empresas para beneficiarse de este apoyo.

Del análisis meramente descriptivo de la valoración, uso, obstáculos señalados por las empresas, etc., cabe esperar que se extraigan implicaciones relevantes desde la perspectiva del diseño de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial. Pero, además, la información de base que generan las valoraciones de las empresas y su uso y conocimiento de la política de apoyo permitirá realizar inferencias y análisis adicionales. Así, en el estudio se plantea:

1. Realizar una aproximación a los ámbitos de la política de apoyo donde, a tenor de la opinión de las empresas, se presentan mayores déficit de actuaciones.
2. Aproximar “perfiles empresariales” en función de la inclinación de las empresas a buscar información sobre la política de apoyo y a emplearla. La cuestión clave es determinar si existen rasgos de las empresas y de los empresarios susceptibles de condicionar la búsqueda de apoyo y la utilización efectiva de los instrumentos de apoyo.
3. Extraer conclusiones sobre los principales obstáculos que impiden a las empresas beneficiarias el aprovechamiento de la política de apoyo.

En último término, el conjunto de información generado en el estudio, lleva a sugerir recomendaciones con miras a aumentar la eficacia del apoyo público a la creación y consolidación empresarial.

2.3. Perfiles empresariales y política de apoyo

Tal como se ha planteado en el epígrafe anterior, en el estudio se investiga si existe un cierto perfil de empresa con mayor inclinación a buscar información sobre la política de apoyo o a utilizarla. Con este tipo de análisis, se identifica el tipo de empresa que, con el actual esquema de apoyo público, se involucra más activamente con la política de apoyo, a través de búsqueda de información y utilización de los mecanismos de apoyo disponibles.

Las características de las empresas y de los empresarios que serán consideradas son el tamaño de las empresas y el capital humano de los socios. Respecto al impacto de estos aspectos sobre la probabilidad de buscar información sobre el apoyo público y de utilizar los instrumentos de apoyo, se han tomado dos hipótesis de partida:

Hipótesis 1. Existen costes y beneficios asociados a la búsqueda de información y uso de los mecanismos de apoyo que marcan las decisiones de las empresas.

Con respecto a las decisiones de búsqueda de información sobre la política de apoyo, la idea que se plantea es que las empresas tratarán de recabar información si los costes de esta búsqueda son inferiores a sus beneficios. Los últimos dependen de la probabilidad de obtener ayuda como consecuencia de la búsqueda, así como del valor esperado de dicha ayuda. A su vez, los costes serán más reducidos cuanto mayor sea el capital humano de los socios. Esto resulta razonable, porque la búsqueda de información sobre la política de apoyo requiere necesariamente un cierto nivel de esfuerzo (acudir a instituciones, buscar documentación), pero ésta búsqueda podría resultar más sencilla (menos costosa) para individuos bien formados, o con información previa, sobre los sistemas de ayuda.

Por lo tanto, las empresas creadas por socios con mayor capital humano serán más proclives a realizar búsquedas de información sobre la política de apoyo, ya que el balance entre beneficios y costes de la búsqueda resultará más favorable que en las empresas con menor capital humano (mayores costes de búsqueda).

Por otra parte, cabe esperar que el conjunto de recursos de las empresas emergentes condicione las decisiones de búsqueda. Con independencia del capital humano de los socios, se debe contar con unos recursos mínimos para llevar a cabo la búsqueda de información sobre ayudas. Esto supone que, en las decisiones de búsqueda, existe una restricción de recursos mínimos de los que debe disponer la empresa. Y tal restricción afectará con mayor probabilidad a empresas de menor dimensión, por su mayor dificultad para absorber los costes que la búsqueda comporta.

De acuerdo con los aspectos mencionados, tendríamos dos factores determinantes de la probabilidad de realizar una búsqueda de información sobre los mecanismos de apoyo:

- a) La dimensión de la empresa, que incide positivamente, al reducir el coste medio de la búsqueda.
- b) El capital humano de los socios, con un impacto positivo, al reducir el coste de la búsqueda en términos absolutos.

En cuanto a **la decisiones de uso de la política de apoyo**, estas vienen precedidas de las decisiones de búsqueda de información sobre los mecanismos existentes. Una vez concluida esta búsqueda, las empresas que la llevaron a cabo **deben decidir si tratarán o no de beneficiarse de los mecanismos existentes**. Se supondrá que se plantea un problema similar al de la búsqueda, a saber, la empresa compara costes y beneficios del uso. Los beneficios dependen de la probabilidad que se asigna al suceso “obtención de ayuda”⁵ y el valor esperado de dicha ayuda. Por lo que se refiere a los costes del uso de las ayudas, incluyen el coste asociado a la tramitación de las ayudas (preparación y presentación de documentación, justificación, etc). Cabe suponer, como en el caso de los costes de búsqueda de información, que tal coste depende (negati-

⁵*Nótese que el valor esperado puede disminuir por la falta de adecuación de las ayudas a las necesidades de las empresas, o a los retrasos con las que ésta se concede.*



vamente) del capital humano de los socios de las empresas. Un segundo componente del coste de uso es el tiempo que debe dedicar la empresa para beneficiarse efectivamente de la ayuda⁶.

Todo sumado, puede suponerse que:

- a) La probabilidad de uso de la política de apoyo será mayor en empresas con más capital humano de los socios, por los menores costes de uso (tramitación) asociados.
- b) La probabilidad de uso será mayor en empresas de más dimensión, con más recursos, dado que, en términos relativos, su coste medio de uso será más reducido⁷.

La hipótesis de que las decisiones de búsqueda de información y de uso de la política de apoyo derivan de la comparación de costes y beneficios debe completarse para tener en cuenta la **“necesidad” de apoyo público**. Intuitivamente, las empresas con menor autonomía (menos recursos y capacidad) para lograr consolidarse, deberían tener un mayor incentivo a acercarse a esta política, respecto a otras empresas mejor posicionadas en términos de consolidación. Esto conduce a introducir la siguiente hipótesis.

Hipótesis 2. Las empresas más frágiles con vistas a lograr su consolidación, realizarán mayores esfuerzos de búsqueda de información sobre apoyo público y tratarán de utilizar en mayor medida los instrumentos de apoyo.

Resulta, en efecto, razonable, que las empresas con mejores perspectivas de consolidación tengan menos incentivos a buscar información y usar las ayudas. Si se tiene en cuenta que dos aspectos contrastados de las empresas y los empresarios que determinan la consolidación son el tamaño de las nuevas empresas⁸ y el capital humano de los emprendedores (ambos mejoran las perspectivas de consolidación), se tendría que:

- Las empresas con mayor tamaño serán menos proclives a buscar información y usar las ayudas.
- Las empresas con mayor capital humano tratarán de emplear la política de apoyo en menor medida.

En resumen, desde una perspectiva de costes de búsqueda y uso de mecanismos de apoyo, cabe sostener que las empresas de mayor dimensión y con más capital humano serán más propensas a buscar información y a emplear los instrumentos de apoyo a la consolidación. En sentido contrario hablaría la perspectiva de la “necesidad” de la

⁶El coste en tiempo estaría asociado a las ayudas que toman la forma de servicios de asesoramiento o formación (emprendedores o trabajadores). El beneficio que puede esperarse de las mismas es la mejora de las competencias de los emprendedores o el aumento de productividad de los trabajadores. El coste en tiempo representaría las pérdidas de producción en las que se incurre durante el período de formación.

⁷Existe cierta evidencia de que actividades como la formación pueden verse obstaculizadas por una insuficiente dimensión empresarial. Por ejemplo, CEET (2002) encuentra que las empresas innovadoras con menos de 50 trabajadores y con más de 50 valoran de forma similar la importancia de la formación de trabajadores. Sin embargo, el porcentaje de empresas de más de 50 trabajadores que llevan a cabo esta formación es muy superior al correspondiente a las empresas con menos de 50 trabajadores.

⁸Véanse los estudios antes citados de Cámaras de Comercio (2002) y Peña (2003).

política de apoyo como herramienta impulsora de la consolidación. Desde esta óptica, las empresas más pequeñas y con menos capital humano (i.e. con menor probabilidad de consolidarse), deberían ser más proclives a buscar información sobre los mecanismos de apoyo y a emplearlos.

Por tanto, el impacto final del tamaño y el capital humano quedaría, en principio, indeterminado. Un impacto positivo de estas variables sobre la propensión de las empresas a buscar información sobre la política de apoyo y a emplearla podría tomarse como indicativa de que el impacto de los costes de búsqueda y uso son relativamente más importantes que el impacto de la “necesidad” de la política de apoyo (marcada ésta por las perspectivas de consolidación). Un impacto negativo hablaría en sentido contrario.

2.4. Trabajo de campo

La información de base para realizar el estudio se obtiene a través de una *encuesta dirigida a empresas jóvenes, nacidas en el año 1999 y activas en 2003*. Mediante la encuesta, se desea obtener información sobre varias cuestiones, a saber:

- ❖ La valoración que realizan las empresas de los ámbitos de la política de apoyo. Se trata de conocer la valoración de la utilidad de estas medidas, así como del esfuerzo realizado desde el sector público para avanzar en el apoyo a la creación y consolidación empresarial.
- ❖ El conocimiento de los instrumentos de apoyo a la creación y consolidación empresarial, el uso que hace de tales instrumentos y, en su caso, las razones por las que no se emplean efectivamente los dispositivos de apoyo.
- ❖ El acceso a instituciones que canalizan el apoyo a la creación de empresas.

Igualmente, la encuesta incluye una serie de cuestiones que permiten obtener información sobre rasgos básicos de las empresas y de los socios creadores de las mismas. En particular, sobre el tamaño de la empresa, su crecimiento, el género y capital humano de los socios creadores. Estas variables resultarán de interés en el momento de determinar el perfil de las empresas en función de aspectos como la búsqueda de información y uso de la política de apoyo.

En el anexo 1 se recoge el cuestionario empleado en la encuesta. Los rasgos principales de este trabajo de campo se describen a continuación.

2.4.1. Diseño del cuestionario

El punto de partida del análisis se encuentra en la delimitación de la “**política de apoyo a la creación y consolidación de empresas**” (a la que denominaremos, en aras de una mayor simplicidad, “política de apoyo”). Se debían determinar los ámbitos de actua-

“La relación positiva entre tamaño inicial de las empresas y su tasa de supervivencia (porcentaje de empresas que sobrevive x años después de su creación) se ha constatado con generalidad en los estudios de demografía empresarial. El caso español ha sido analizado, entre otros, por Callejón y Segarra (1999), Cámaras de Comercio (2001) y el Instituto de Estadística de Andalucía (2001). Por otra parte, la relación positiva entre dimensión inicial y consolidación (entendida no sólo como supervivencia empresarial sino, además, como el logro de objetivos empresariales) ha sido constatada, por ejemplo, por Woo et al (1989) y las Cámaras de Comercio (2002).”



ción y, en su caso, los mecanismos o instrumentos en los que se materializa la política, a fin de incorporarlos en el cuestionario empleado en la encuesta.

Para ello, se siguió la visión adoptada en el estudio *Creación y Consolidación de Empresas. Políticas de Apoyo* de las Cámaras de Comercio (2003), que incluye dentro de la misma aspectos de regulación, educación, fiscalidad, financiación, innovación y del entorno cultural y social susceptibles de afectar a la creación y consolidación empresarial. Las medidas consideradas incluyen las que afectan directamente a la creación y consolidación de empresas, en el sentido de que han sido concebidas con esta finalidad o afectan de forma significativa a los determinantes de la creación y consolidación empresarial. También se tienen en consideración las medidas que afectan de forma indirecta a las perspectivas de creación de empresas y su consolidación, porque favorecen la actividad de las pequeñas empresas en general, de cualquier edad, y, por tanto incidirán positivamente en la creación y consolidación de nuevas empresas. Los ámbitos de actuación de la política de apoyo a la creación de empresas y su consolidación que serán objeto de análisis son los siguientes:

- ❖ Simplificación y adaptación de la regulación.
- ❖ Mejora de la fiscalidad empresarial.
- ❖ Impulso de las habilidades.
- ❖ Facilitar el acceso a la financiación.
- ❖ Favorecer la innovación.
- ❖ Fomento de la cultura empresarial.

ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL

Dentro de la política de apoyo a la creación de empresas y su consolidación, los ámbitos objeto de estudio son los seis siguientes:

Simplificación y adaptación de la regulación

Comprende las actuaciones dirigidas a simplificar la regulación administrativa y el marco normativo y a evaluar la regulación que afecta a las empresas. Tienen especial interés las acciones diseñadas para facilitar los trámites asociados a la creación de empresas, que incidan en los costes de la puesta en marcha y en el tiempo que se requiere para la creación formal de nuevas empresas.

Mejora de la fiscalidad empresarial

Este ámbito incorpora las medidas susceptibles de mejorar el entorno fiscal empresarial. Dentro de éstas, resulta relevante el impacto de actuaciones concretas sobre las nuevas empresas, tanto de actuaciones ya realizadas (como la eliminación del Impuesto sobre Actividades Económicas) como otras no implementadas que podrían favorecer el nacimiento y consolidación empresarial (vía un régimen fiscal preferencial para las empresas jóvenes).

Impulso de las habilidades

Se incluyen las acciones de formación a disposición de las nuevas empresas, dirigidas a reforzar las competencias de los trabajadores de las empresas y adaptarlas a las necesidades de éstas. Igualmente son consideradas las acciones de formación sobre creación y gestión de empresas.

Facilitar el acceso a la financiación

En este ámbito figuran las actuaciones que se diseñan para favorecer el aumento de los fondos a disposición de las empresas debutantes, mitigando el obstáculo financiero que encuentran los emprendedores para crear y consolidar empresas. De forma más general, incorporaría las medidas adoptadas a fin de facilitar el acceso de las empresas, especialmente las pequeñas y medianas empresas, al sistema financiero.

Favorecer la innovación

En este capítulo se incluyen las actuaciones de refuerzo de la capacidad tecnológica y de I+D+i de las empresas en general, susceptibles de beneficiar a las empresas jóvenes, y las que se establecen para impulsar el nacimiento y consolidación de empresas innovadoras.

Fomento de la cultura empresarial

Se trata de medidas que inciden en la percepción social de la actividad empresarial, creando un clima social de aceptación y valoración de la actuación del emprendedor, y una actitud menos crítica ante el “fracaso empresarial”. Sin duda, tienen un impacto mucho menos aparente sobre la creación y consolidación empresarial que otros ámbitos como el de financiación o fiscalidad. No obstante, es un ámbito con potenciales efectos positivos a medio y largo plazo, tanto porque incide en la inclinación a emprender de la población como en la percepción social del emprendizaje.



2.4.2. Universo de estudio

El universo de estudio está formado por empresas jóvenes, nacidas en el año 1999 y activas al inicio de 2003, ubicadas en España¹⁰.

El Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística, que recoge información censal sobre el número de empresas en España, se toma como base para determinar el universo de estudio. De acuerdo con la información recogida en el DIRCE (2000), el número de empresas creadas en 1999 en España es igual a 344.432. El 78,5% de las nuevas empresas (270.483 del total) pertenecen al sector servicios, y el restante 21,5% a la industria y la construcción (Tabla 1). En cuanto a la distribución de las nuevas empresas por tamaños, 244.301 (el 71% del total) nacieron sin asalariados, y sólo el 4,7% del total fueron creadas con 6 o más asalariados.

TABLA.1

EMPRESAS NACIDAS EN 1999

	Sin asalariados	De 1 a 5	De 6 o más	Total
Industria	12.670	7.737	2.679	23.086
Construcción	31.517	14.221	5.125	50.863
Servicios	200.114	62.086	8.283	270.483
Total	244.301	84.044	16.087	344.432

Fuente: DIRCE-2000

Con miras a determinar cuántas empresas, de las creadas en 1999, permanecían activas al inicio del año 2003, se emplearán las tasas de supervivencia de las empresas creadas en 1995, obtenidas a partir de una explotación a medida de los datos del DIRCE. Dichas tasas, que muestran el porcentaje de empresas nacidas en 1995 que continúa en activo al inicio del cuarto año de actividad, se recogen en la Tabla 2. Se supondrá que el porcentaje de empresas que sobrevive cada año posterior al nacimiento es el mismo en las empresas nacidas en 1995 (dato conocido) que en las empresas nacidas en 1999 (dato desconocido)¹¹.

¹⁰ *Téngase presente que no existe una frontera que divida de forma taxativa a las empresas jóvenes de las empresas maduras. Pero, habida cuenta de que las principales dificultades de las empresas jóvenes aparecen en los primeros tres o cuatro años que siguen a su creación, resulta razonable adoptar como criterio operativo que las empresas tengan menos de cuatro años de antigüedad para identificar a las “empresas jóvenes”.*

¹¹ *La tasa de supervivencia de las empresas no debe experimentar cambios significativos en función de que las empresas hayan sido creadas en 1995 o en 1999, pues refleja el impacto de una serie de factores en buena medida estructurales, que no se modifican a corto plazo. De hecho, las tasas de supervivencia de las empresas creadas en 1995 son prácticamente idénticas a las de las empresas nacidas en 1996.*

TABLA.2

TASAS DE SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL AL INICIO DEL CUARTO AÑO DE ACTIVIDAD

	Sin asalariados	De 1 a 5	De 6 o más
Industria	61,6%	76,5%	80,0%
Construcción	54,7%	68,3%	73,4%
Servicios	56,5%	67,5%	81,2%

Fuente: Estimación propia con datos del DIRCE

Si se aplican las tasas de supervivencia empresarial mencionadas a las empresas nacidas en 1999, se obtiene una estimación del número de empresas creadas en 1999 que continúa en activo al inicio de 2003 (Tabla 3). En conjunto, de las 344.432 empresas nacidas en 1999, permanecen activas 208.308 empresas al inicio de 2003 (161.736 en el sector servicios, 15.863 en la industria y 30.709 en la construcción). Estas empresas constituyen el universo objeto de estudio.

TABLA.3

UNIVERSO DE EMPRESAS NACIDAS EN 1999 Y ACTIVAS AL INICIO DE 2003

	Sin asalariados	De 1 a 5	De 6 o más	Total
Industria	7.803	5.917	2.144	15.863
Construcción	17.230	9.719	3.760	30.709
Servicios	113.118	41.891	6.727	161.736
Total	138.151	57.527	12.630	208.308

Fuente: Estimación propia con datos del DIRCE

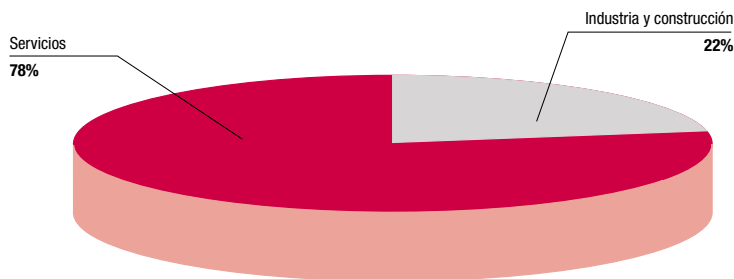
En los gráficos siguientes se muestra información básica sobre el universo de empresas que se estudiará. En primer lugar, el Gráfico 1 recoge el porcentaje de empresas del universo según su sector de actividad. Se aprecia que la gran mayoría de las empresas, el 78%, se dedica a actividades de servicios, sólo el 22% son empresas de industria y construcción.

Por lo que se refiere al número de asalariados de las empresas del universo, el 66% de éstas no tenía asalariados en el momento de su creación (Gráfico 2). El 34% restante son empresas con, al menos, 1 asalariado en el momento de su constitución.



GRÁFICO.1

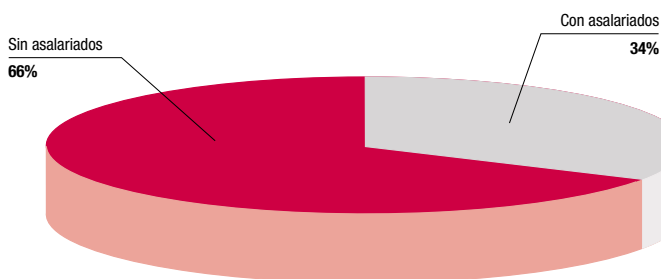
DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DEL UNIVERSO



Fuente: DIRCE-2000 y estimaciones propias

GRÁFICO.2

DISTRIBUCIÓN DEL UNIVERSO SEGÚN TAMAÑOS



Fuente: DIRCE-2000 y estimaciones propias

2.4.3 Muestra y error muestral

La muestra diseñada para esta investigación es de tipo proporcional, estratificada por sectores (industria y construcción, por una parte, servicios, por otra). El ámbito geográfico es el territorio económico español, y el tamaño de la muestra es de 401 cuestionarios válidos. El reparto de las encuestas por sectores, tamaños y zonas geográficas se resume en la Tabla 4. En ésta también figuran el tamaño del universo y el error muestral máximo en condiciones habituales de muestreo (nivel de confianza del 95,5% y probabilidad de $p=q=0,5$ -2 sigma-).

TABLA.4

UNIVERSO, MUESTRA Y ERROR MUESTRAL			
	Universo	Muestra	Error muestral máximo (+/-)
Industria y construcción	46.572	200	7,0%
Servicios	161.736	201	7,0%
Total	208.308	401	4,9%

Fuente: Cámaras de Comercio

3. Resultados de la encuesta

Instrumentos de Apoyo a

J. Empresas Jóvenes

Uso y Valoración

Resultados de la encuesta

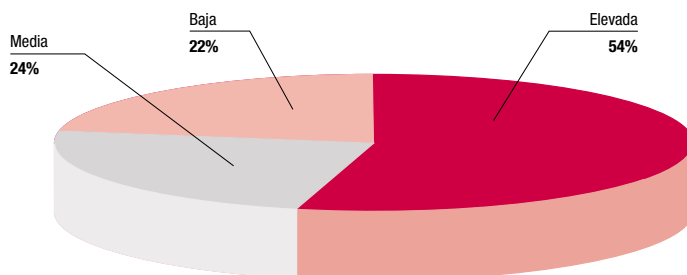
En esta sección se presenta una explotación descriptiva de la información de la encuesta realizada a empresas jóvenes españolas, creadas en 1999 y activas al inicio de 2003. A partir de esta información de base, se puede ofrecer una visión exhaustiva de la posición de estas empresas respecto a la política e instrumentos de apoyo, pues permite conocer, entre otras cuestiones, cómo valoran su utilidad y suficiencia, en qué medida acuden a instituciones de apoyo o qué tipo de instrumentos emplean.

3.1. Valoración de la utilidad

Antes de entrar en el estudio de los ámbitos de actuación de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial, conviene mostrar la valoración global de la política realizada por las empresas jóvenes. La información recogida en el Gráfico 3 apunta a que las empresas otorgan una importancia considerable al apoyo público con miras a impulsar el éxito de las nuevas empresas. **Para el 54% de las empresas jóvenes, el apoyo público tiene una importancia elevada a fin de crear y consolidar empresas con éxito**, y a ello se suma un 24% de las empresas, que consideran que el apoyo público tiene una importancia media. Sólo el 22% de las empresas jóvenes sostiene que la importancia del apoyo público sea baja.

GRÁFICO.3

IMPORTANCIA DEL APOYO PÚBLICO PARA CREAR Y CONSOLIDAR EMPRESAS



Fuente: Cámaras de Comercio



Por tanto, a tenor de los datos de la encuesta, **las empresas jóvenes dan una importancia considerable al apoyo público como aspecto impulsor del éxito empresarial.**

En la Tabla 5 se muestra la distribución porcentual de las empresas según valoren la utilidad de los seis ámbitos identificados en la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas. Nótese que en dos de los ámbitos de la política de apoyo se han diferenciado varios subámbitos. A saber, dentro de la “Simplificación y adaptación de la regulación”, se distinguen tres aspectos: “Simplificar los trámites administrativos para crear empresas”, “Normativa del mercado de trabajo” y “Evaluar el impacto de la regulación en las empresas”. A su vez, en el ámbito “Impulsar las habilidades” se diferencian las actuaciones dirigidas a “Mejorar la preparación de los emprendedores potenciales”, por una parte, y las actuaciones de “Formación de ocupados”, por otra.

TABLA.5

**ÁMBITOS DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS.
VALORACIÓN DE SU UTILIDAD**

	Elevada	Media	Baja	NS/NC
Simplificación y adaptación de la regulación	72,6%	18,0%	8,1%	1,3%
Simplificar los trámites administrativos para crear empresas	85,2%	12,5%	2,3%	0,0%
Normativa del mercado de trabajo	58,9%	19,8%	20,1%	1,3%
Evaluar el impacto de la regulación en las empresas	73,9%	21,6%	1,8%	2,7%
Mejorar la fiscalidad de la empresa joven	87,0%	9,4%	3,3%	0,3%
Impulsar las habilidades	47,7%	34,4%	16,6%	1,3%
Mejorar la preparación de los emprendedores potenciales	66,0%	30,8%	1,5%	1,7%
Formación de ocupados	29,5%	38,0%	31,7%	0,9%
Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años	86,9%	5,1%	5,1%	3,0%
Impulsar la innovación empresarial	86,8%	7,4%	3,5%	2,3%
Crear una cultura más emprendedora	72,0%	24,0%	3,6%	0,3%

Fuente: Cámaras de Comercio

Los ámbitos de actuación considerados más útiles por las empresas jóvenes son los dirigidos a mejorar la **fiscalidad empresarial, a facilitar el acceso a la financiación y a impulsar la innovación empresarial.** Cerca del 86% de las empresas jóvenes opina que estas actuaciones tienen una utilidad elevada a fin de favorecer la creación y consolidación de empresas.

En cuanto a la fiscalidad, la importancia que las empresas jóvenes conceden a este tipo de actuaciones resultaba predecible, ya que uno de los principales obstáculos encontrados por estas empresas es, precisamente, la presión fiscal. Para ilustrar este hecho, baste mencionar que el 64,6% de las empresas españolas creadas en 1998 (activas

en 2002) considera que la presión y los trámites fiscales constituyen un obstáculo bastante o muy importante (Cámaras de Comercio, 2002). En este contexto, no resulta sorprendente que las empresas jóvenes sostienen, mayoritariamente, que la mejora de la fiscalidad de la empresa joven tiene una utilidad elevada.

Respecto al peso que otorgan las empresas jóvenes a las medidas de financiación, ello resulta comprensible habida cuenta de las características de la demografía empresarial y de los factores que afectan a la consolidación. En este sentido, hay que subrayar que un hecho ampliamente contrastado en España y otros países de nuestro entorno es la reducida dimensión de las nuevas empresas. De aquí se derivan importantes consecuencias, ya que la consolidación empresarial es más probable en las empresas que nacen con una mayor dimensión. En efecto, las empresas creadas con un tamaño superior a la media presentan tasas de supervivencia superiores y, además, son más proclives a presentar un grado de consolidación alto¹². Cabe concluir, por tanto, que el acceso a la financiación para crear empresas tiene una importancia paradigmática como aspecto impulsor del éxito empresarial, en la medida que el factor financiero es una de las claves para lograr una mayor dimensión empresarial inicial.

A lo anterior habría que añadir que el acceso a la financiación en los primeros años de vida de las empresas tiene un impacto notable como factor determinante de la consolidación empresarial. Existe cierta evidencia de que las empresas más consolidadas experimentan tasas de crecimiento superiores a la media en estos primeros años de actividad, seguramente como reflejo de un proceso de adecuación de su dimensión inicial a una dimensión “óptima”, generadora de economías de escala. De aquí se puede inferir que el acceso a la financiación no tiene importancia únicamente en el proceso de creación empresarial, sino también en los años posteriores, cuando las empresas deben disponer de los recursos financieros para alcanzar una dimensión favorable desde la perspectiva de la consolidación.

En suma, la elevada utilidad que otorgan las empresas jóvenes a las actuaciones de apoyo del ámbito de la financiación son coherentes con los hechos estilizados de la demografía empresarial, en particular, con la importancia que tiene el tamaño y crecimiento de las nuevas empresas a fin de lograr la supervivencia y consolidación.

Mucho más llamativa resulta la valoración empresarial de la utilidad de las actuaciones destinadas a impulsar la innovación empresarial: un 86,8% de las empresas jóvenes opina que tienen una utilidad elevada a fin de favorecer la creación y consolidación empresarial. Esto es, se otorga un valor a estas medidas similar al de actuaciones centradas en fiscalidad o financiación.

La valoración realizada por las empresas respecto a la innovación contrasta con la posición española en términos de innovación en comparación con el conjunto de países de la Unión Europea y Estados Unidos. Diversos indicadores¹³ apuntan a que la innovación ocupa en España un lugar secundario en comparación con nuestros principales países competidores, y existe cierta evidencia¹⁴ de que las PYMEs dan poca relevancia a la

¹² Véase Sección 2.

¹³ Véase, por ejemplo, Comisión Europea (2001).

¹⁴ Cámaras de Comercio (2003).

innovación como estrategia empresarial y están escasamente concienciadas de los beneficios de la innovación. No obstante lo anterior, las empresas jóvenes consideran de forma mayoritaria que las actuaciones de la política de apoyo destinadas a impulsar la innovación empresarial tienen elevada utilidad. Ello podría tomarse como indicativo de que las nuevas empresas españolas comienzan a valorar de forma más relevante la innovación como factor de éxito empresarial.

Los restantes ámbitos de la política de apoyo tienen para las empresas jóvenes una utilidad inferior. En torno al 72% de las empresas jóvenes considera que los ámbitos de “Simplificación y adaptación de la regulación” y “Crear una cultura emprendedora” tienen una utilidad elevada, porcentaje que se reduce hasta el 47,7% en el ámbito “Impulsar las habilidades”. Conviene realizar algunas precisiones respecto a estos datos.

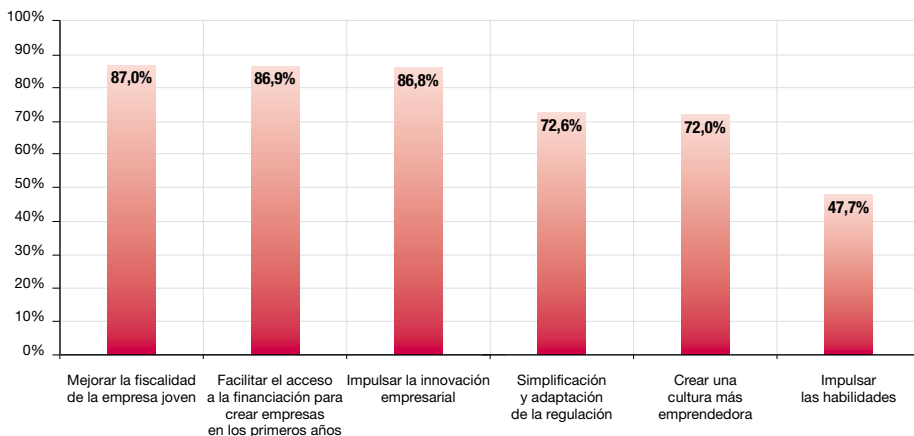
Por una parte, dentro de las actuaciones de “Simplificación y adaptación de la regulación”, se detecta una valoración dispar de la utilidad de los subámbitos considerados. Así, para el 85,2% de las empresas jóvenes, las medidas destinadas a **“Simplificar los trámites administrativos para crear empresas”** tienen una utilidad elevada. Esto sitúa a estas medidas entre las más valoradas por las empresas, lo que ilustra las dificultades administrativas que todavía soportan las empresas en su proceso de creación. A su vez, la utilidad de la evaluación del impacto de la regulación en las empresas es elevada para el 73,9% de las empresas jóvenes, y media para el 21,6%. En conjunto, se aprecia que las empresas conceden un valor medio y alto a estas actuaciones, indicativo de un impacto adverso de la regulación sobre el desarrollo empresarial. Por último, las actuaciones relativamente menos valoradas son las que se dirigen a adecuar la “Normativa del mercado de trabajo (a las necesidades de las empresas jóvenes), aunque el 58,9% de las empresas jóvenes considera que su utilidad sea elevada¹⁵.

Por otra parte, dentro del ámbito de “Impulsar las habilidades”, las empresas jóvenes consideran de mayor utilidad las actuaciones de “Mejorar la preparación de los emprendedores potenciales” (esto es, la formación previa al inicio del proceso de emprendizaje) que la “Formación de ocupados”. Para un 66% de las empresas jóvenes, “Mejorar la preparación de emprendedores potenciales” tiene utilidad elevada a fin de favorecer la creación y consolidación de empresas, frente al 29,5% de empresas que considera que la “Formación de ocupados” tiene utilidad elevada. Estos datos apuntarían a que las empresas otorgan una mayor relevancia a la formación del emprendedor que a la formación de los asalariados con vistas a impulsar el éxito empresarial.

¹⁵Esto podría reflejar en parte el hecho de que la mayoría de las empresas jóvenes (el 71% de la creadas en 1999) no tienen asalariados en su momento de creación.

GRÁFICO.4 RANKING DE LA UTILIDAD DE LOS ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS

(% empresas que considera "Elevada" la utilidad de cada ámbito de actuación)



Fuente: Cámaras de Comercio

El Gráfico 4 resume la información obtenida sobre la valoración empresarial de la utilidad de los ámbitos de la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas. Se ha establecido un ranking en función del porcentaje de empresas que considera elevada la utilidad de cada ámbito. **Financiación, fiscalidad e innovación son, de acuerdo con el mencionado indicador, los ámbitos de actuación más valorados por las empresas jóvenes.** La simplificación de la regulación y la creación de una cultura emprendedora tiene una posición intermedia en el ranking, mientras que el capítulo de "Impulsar las habilidades" sería el que recibe una menor valoración en términos relativos.

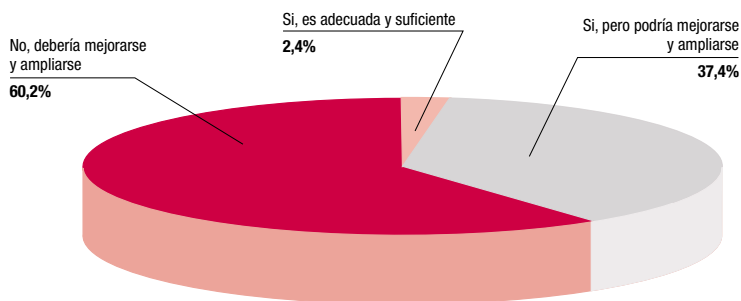
3.2. Valoración del esfuerzo

Existe un descontento mayoritario con el desarrollo actual de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial, que ilustra el siguiente dato: **para el 60,2% de las empresas jóvenes, esta política no se encuentra suficientemente desarrollada y debería mejorarse y ampliarse** (Gráfico 5). A lo anterior habría que añadir que el 37,4% de las empresas jóvenes opina que la política de apoyo se encuentra suficientemente desarrollada, si bien consideran que existen oportunidades para mejorarla y ampliarla. Solo el 2,4% de las empresas jóvenes considera que sea adecuada y suficiente.



GRÁFICO.5

¿CREE QUE LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS SE ENCUENTRA SUFICIENTEMENTE DESARROLLADA EN ESPAÑA?



Fuente: Cámaras de Comercio

¿Cómo valoran las empresas jóvenes los esfuerzos realizados desde el sector público en cada uno de los ámbitos de la política de apoyo? Para responder a esta cuestión, se muestra en la Tabla 6 la distribución de las empresas jóvenes en función de su valoración del esfuerzo efectuado en cada ámbito, que puede ser elevado, medio o bajo. Tal y como cabía esperar a la luz de los resultados obtenidos en la valoración global de la política de apoyo (Gráfico 5), las empresas consideran de forma mayoritaria que el esfuerzo realizado es bajo o medio-bajo. **En general, se aprecia que las empresas presentan una mayor insatisfacción con los esfuerzos realizados en los ámbitos de la política de apoyo que consideran más útiles.** Así, del total de empresas jóvenes, el 66% opina que el esfuerzo efectuado para facilitar el acceso a la financiación es bajo, porcentaje que se sitúa en un 58% y un 53% en los ámbitos de “Impulsar la innovación empresarial” y “Mejorar la fiscalidad de la empresa joven”, respectivamente.

TABLA.6

**LÍNEAS DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS.
VALORACIÓN DEL ESFUERZO PÚBLICO REALIZADO**

	Elevado	Medio	Bajo	NS/NC
Simplificación y adaptación de la regulación	11,7%	39,2%	47,5%	1,6%
Simplificar los trámites administrativos para crear empresas	8,8%	33,1%	57,8%	0,2%
Normativa del mercado de trabajo	25,0%	41,4%	32,1%	1,5%
Evaluar el impacto de la regulación en las empresas	1,4%	43,1%	52,5%	3,1%
Mejorar la fiscalidad de la empresa joven	6,2%	37,6%	53,8%	2,4%
Impulsar las habilidades	20,0%	40,9%	37,0%	2,0%
Mejorar la preparación de los emprendedores potenciales	10,5%	43,9%	42,4%	3,2%
Formación de ocupados	29,5%	38,0%	31,7%	0,9%
Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años	3,3%	27,2%	66,2%	3,3%
Impulsar la innovación empresarial	4,2%	34,9%	58,5%	2,3%
Crear una cultura más emprendedora	6,9%	41,0%	50,3%	1,8%

Fuente: Cámaras de Comercio

Pero en los restantes ámbitos, considerados como relativamente menos útiles, también se constata una elevada insatisfacción con el estado actual de la política de apoyo: cerca del 50% de las empresas jóvenes considera bajo el esfuerzo realizado para “Crear una cultura más emprendedora” y para la “Simplificación y adaptación de la regulación”, porcentaje sensiblemente inferior en el ámbito de “Impulsar las habilidades” (37%). Respecto a este último, habría que añadir que el descontento es relativamente superior en el subámbito “Mejorar la preparación de emprendedores potenciales” (el 42,4% de las empresas opina que el esfuerzo realizado es bajo), cuya utilidad es considerada como elevada por un mayor porcentaje de empresas que el registrado en el subámbito “Formación de ocupados”.

Los datos comentados hasta el momento permiten obtener una primera conclusión: la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial tiene, para las empresas jóvenes, una gran importancia a fin de lograr que se creen y consoliden empresas con éxito, pero **existe un descontento bastante generalizado con el estado actual de esta política y se considera que se podría mejorar y ampliar.**

3.3. Obstáculos

Una primera aproximación a **las dificultades de las empresas jóvenes para beneficiarse del apoyo a la creación y consolidación**, se obtiene preguntándoles que dificultades encuentran, en términos generales, para beneficiarse de este apoyo. Sobre esta cuestión, se obtendrá información adicional posteriormente, mediante el análisis de las dificultades que señalan las empresas para beneficiarse de ciertos instrumentos de apoyo, pues ello puede ayudar a entender los obstáculos que impiden un mayor acercamiento de las empresas a las instituciones canalizadoras del apoyo.

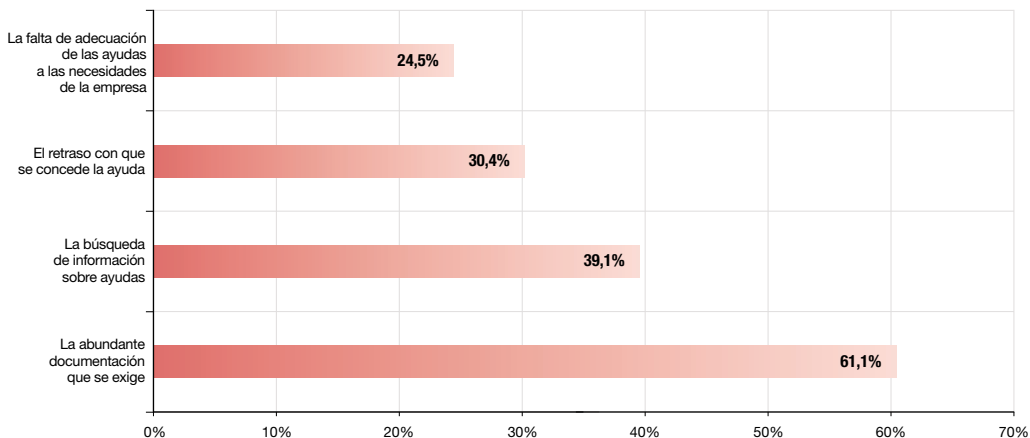
El principal motivo es **la abundante documentación que se exige**, señalado por el 61,1% de las empresas jóvenes (Gráfico 6). Esta dificultad resulta comprensible habida cuenta de los medios limitados de los que disponen las empresas emergentes, que tienen una dimensión reducida. En este contexto, las empresas pueden ver limitadas sus posibilidades de acceder al apoyo público, ante la incapacidad de preparar adecuadamente el conjunto de la documentación requerida.

A cierta distancia de esta dificultad “administrativa”, se encuentra **la búsqueda de información sobre las ayudas**, que un 39,1% de las empresas considera un aspecto obstaculizador para beneficiarse del apoyo público. Ello apunta a que la multiplicidad de entidades de apoyo, con competencias en ocasiones solapadas, genera un mapa de posibilidades (instrumentos de apoyo) complejo para las empresas usuarias.

Por otra parte, el 30,4% de las empresas considera que el **retraso con que se concede la ayuda** dificulta aprovechar las ventajas de los mecanismos de apoyo. El retraso debe referirse fundamentalmente a las ayudas financieras (como las ayudas a fondo perdido) que se conceden para coadyuvar a la financiación de las empresas jóvenes. Dicho retraso en la concesión resulta crítico, pues la financiación es un obstáculo clave para la consolidación de las nuevas empresas¹⁶, y los problemas de financiación se presentan, con especial intensidad, en los primeros meses que siguen a la creación de las empresas. Por tanto, **una ayuda financiera a la creación de empresas que tarde en ser recibida podría dejar de cumplir su función**, bien porque la empresa haya soslayado los obstáculos financieros o porque, a causa de estos y otros obstáculos, haya cesado su actividad.

¹⁶ Véase, por ejemplo, “Factores para consolidar una empresa”, Cámaras de Comercio (2003).

GRÁFICO.6 DIFICULTADES ENCONTRADAS PARA BENEFICIARSE DEL APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN



Fuente: Cámaras de Comercio

Una última dificultad mencionada es la falta de adecuación de las ayudas a las necesidades de la empresa. Para el 24,5% de las empresas jóvenes, la falta de adecuación de las ayudas obstaculiza su aprovechamiento.

En resumen, esta primera aproximación a los obstáculos que limitan el acceso de las empresas jóvenes a la política de apoyo apunta a la existencia de “**costes de uso**” y “**costes de búsqueda**”. Los primeros estarían relacionados con la documentación requerida para obtener ayuda, como aspecto generador de costes para las empresas que les dificulta aprovechar los mecanismos de apoyo existentes. Los costes de búsqueda se refieren a los costes en los que incurre la empresa para buscar información sobre ayudas, aspecto considerado como un obstáculo para beneficiarse de la política de apoyo por un 39,1% de las empresas.

Las empresas también señalan como aspecto crítico el retraso con que se concede la ayuda y la falta de adecuación de éstas a las necesidades de las empresas.

3.4. Instituciones

El apoyo a la creación y consolidación empresarial está liderado por una serie de instituciones, eminentemente públicas, pero también privadas, que inciden en uno o varios de los ámbitos de actuación identificados en la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial. Desde la **Administración Local** (Ayuntamientos), se ofrecen, por ejemplo, servicios de asesoramiento integral, que eventualmente incluyen medidas de fomento de la financiación o acceso al suelo industrial.

Las **Comunidades Autónomas** han adquirido gradualmente competencias que afectan a la política de apoyo a la creación de empresas, y desarrollan programas de financiación, formación, etc. Con el traspaso de las competencias de empleo, el fomento del

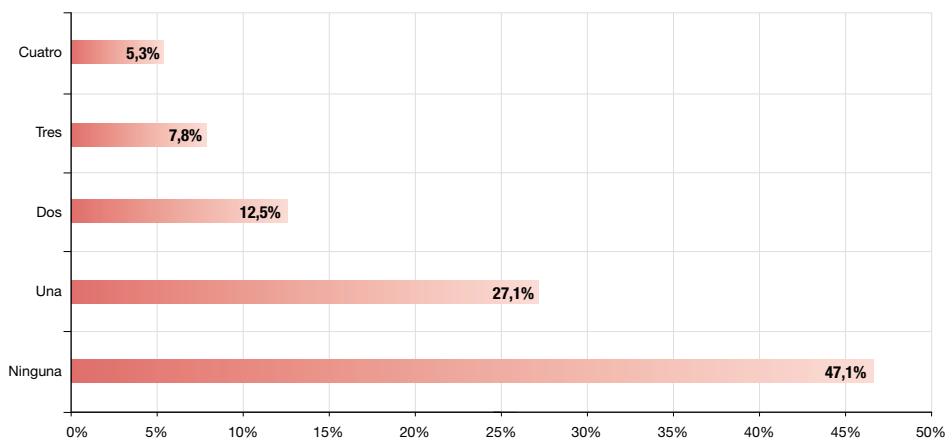
autoempleo, como alternativa para lograr la integración laboral, adquiere un lugar con protagonismo propio en la política regional. Buena parte de los Gobiernos regionales se han dotado de Agencias de Desarrollo Regional (ADR); algunas de estas agencias (como el IFA en Andalucía, el IMPIVA en la Comunidad Valenciana o el IMADE en la Comunidad de Madrid) alcanzan en los años noventa presupuestos abultados, mientras que otras se mantienen en situación más modesta. En todo caso, las ADR constituyen un vehículo fundamental de la política de apoyo regional en España.

A su vez, desde la **Administración Central** se lleva a cabo una serie de medidas a favor de la creación y consolidación empresarial, que pasan por la simplificación administrativa, la mejora de la fiscalidad, la financiación, el impulso a la innovación empresarial, etc.

Otras entidades con un papel activo en el apoyo a la creación y consolidación empresarial son las **Cámaras de Comercio**, definidas en la Ley 3/1993 como Corporaciones de Derecho Público. Las Cámaras de Comercio, representadas por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, son instituciones de representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y la navegación, y promueven la consolidación del tejido económico. Realizan actividades de formación, fomento de la exportación y prestan servicios de información a las empresas. A su vez, el **Instituto Cameral de Creación y Desarrollo de la Empresa** (Fundación INCYDE) tiene como objetivo apoyar la creación y consolidación de empresas, mediante la aplicación de una metodología de formación y asesoramiento.

Con respecto a las entidades de apoyo cabe preguntarse, por una parte, cuántas empresas jóvenes acuden a las mismas y, por otra, cuáles son las instituciones a las que se dirigen preferentemente las empresas. En relación con la primera cuestión, la explotación de la encuesta muestra que aproximadamente la mitad de las empresas jóvenes (el 52,9%) se ha dirigido a alguna de las entidades de apoyo consideradas (Gráfico 7). En total, un 27,1% de las empresas ha acudido, sólo, a una institución, y un 12,5% a dos instituciones. El porcentaje de empresas que se dirigieron a tres (cuatro) instituciones en busca de ayuda para crear o consolidar la empresa es relativamente reducido: un 7,8% (5,3%) del total.

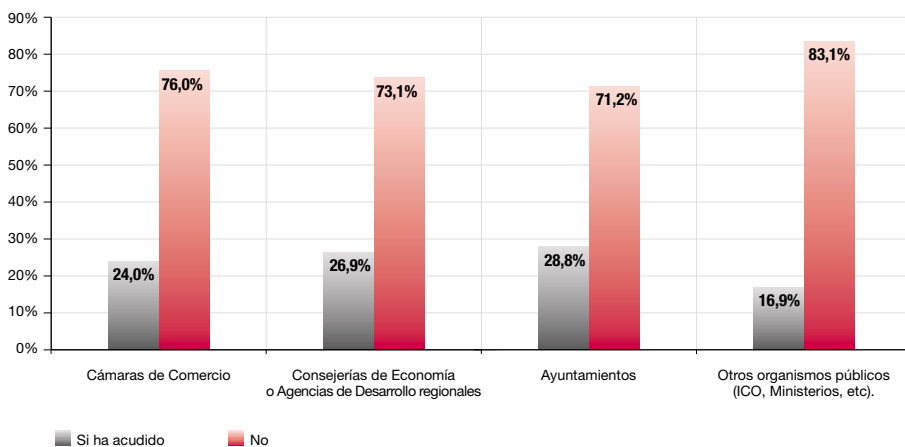
GRÁFICO.7 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL NÚMERO DE INSTITUCIONES A LAS QUE HAN ACUDIDO PARA OBTENER AYUDA PARA LA CREACIÓN O CONSOLIDACIÓN



Fuente: Cámaras de Comercio

¿A cuáles de las entidades canalizadoras del apoyo acuden en la práctica las empresas jóvenes? Para responder a esta cuestión se muestra en el Gráfico 8 el porcentaje de empresas jóvenes que ha acudido a cada una de las instituciones de apoyo consideradas para obtener ayuda en la creación o consolidación empresarial. Se observa que las empresas se dirigen sobre todo a Ayuntamientos (28,8% del total), Consejerías de Economías o Agencias de Desarrollo regionales (26,9%) y Cámaras de Comercio (24%). Por último, un 16,9% de las empresas se ha dirigido a otros organismos públicos.

GRÁFICO.8 ¿HA ACUDIDO A LOS SIGUIENTES ORGANISMOS A FIN DE OBTENER AYUDA PARA CREAR SU EMPRESA O EN LOS AÑOS POSTERIORES?



Fuente: Cámaras de Comercio

En resumen, las empresas jóvenes analizadas se encuentran bastante divididas en cuanto a su predisposición a acudir a instituciones de apoyo canalizadoras del apoyo a las nuevas empresas. **Aproximadamente la mitad de las empresas creadas en 1999 (activas en 2003) ha acudido a alguna institución**, lo que refleja un esfuerzo activo para obtener información sobre los mecanismos de apoyo y tratar de beneficiarse de los mismos. Resta, sin embargo, un 50%, aproximadamente, de las empresas, que no ha acudido a ninguna institución. Por otra parte, los datos anteriores sugieren que **las empresas emergentes se dirigen de forma preferente a instituciones “cercanas al usuario”**, como Ayuntamientos, Cámaras de Comercio y Agencias de Desarrollo Local, frente a otras instituciones propias de la Administración Central a las que se acude en menor medida.

3.5. Instrumentos de apoyo

En apartados previos se ofrece una visión genérica de la valoración de la utilidad de los ámbitos identificados en la política de apoyo a la creación de empresas y su consolidación, así como de la opinión de las empresas jóvenes respecto a la situación actual de esta política (el esfuerzo público realizado). A fin de profundizar en el conocimiento de la posición de las empresas jóvenes respecto a política de apoyo, se identifican a continuación **los instrumentos más empleados por las empresas y la valoración de su utilidad**. Se trata de pasar de lo general a lo específico, de obtener información sobre los mecanismos de apoyo a las empresas jóvenes, el grado de conocimiento de los mismos y, en su caso, de los obstáculos que impiden su aprovechamiento.

Se debe subrayar que las herramientas de la política de apoyo incluyen una amplia gama de servicios y dispositivos de apoyo. Los instrumentos sobre los que se obtiene información en el presente estudio no agotan, desde luego, las posibilidades de actuación de esta política. No obstante, a fin de obtener resultados operativos, resultaba necesario centrar la atención en una selección de los instrumentos que, en su mayoría, se encuentran actualmente disponibles para impulsar la actividad de las empresas jóvenes.

El análisis de los instrumentos se realiza dentro de cada uno de los seis ámbitos de actuación de la política de apoyo, a saber: “Simplificación y adaptación de la regulación”, “Mejorar la fiscalidad empresarial”, “Impulso de habilidades de trabajadores y empresarios”, “Facilitar el acceso a la financiación”, “Favorecer la innovación” y “Fomento de la cultura empresarial”. Los resultados obtenidos se describen a continuación.

3.5.1. Simplificación y adaptación de la regulación

En el ámbito de la “Simplificación y adaptación de la regulación” se incluyen instrumentos que potencien la simplificación de los trámites administrativos, incluyendo los relativos al proceso de creación de empresas, y el establecimiento de un marco regulador favorable a la actividad de las nuevas empresas. Se considerarán en particular las Ventanillas Únicas Empresariales y la simplificación de documentos y formularios administrativos.

Las Ventanillas Únicas Empresariales se configuran como centros conectados telemáticamente con la Administración Central, Autonómica y Local, desde los que se prestan servicios de información, asesoramiento y se realizan trámites administrativos para la creación y desenvolvimiento de las empresas. Es una iniciativa conjunta de las Administraciones Públicas y las Cámaras de Comercio, con el objetivo fundamental de apoyar a los emprendedores en el proceso de creación y consolidación de iniciativas empresariales. En suma, se trata de una herramienta fundamental para simplificar el proceso de creación de empresas.

La primera VUE se abrió en junio de 1999. Desde entonces, se ha producido una expansión geográfica del sistema de VUE y se ha creado un mapa en Internet con todos los trámites para la creación de empresas (Ventanilla Única Empresarial virtual, www.vue.es). A principios de 2004, se habían abierto treinta y una Ventanillas Únicas Empresariales, en Valladolid, Palma de Mallorca, Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas de Gran Canaria, Madrid, Getafe, Burgos, Murcia, Oviedo, Zamora, Navarra, Segovia, Toledo, Sevilla, Valencia, Ávila, Zaragoza, Cartagena, Salamanca, Ciudad Real, Albacete, Miranda de Ebro, Cuenca, León, Santander, Guadalajara, Ceuta, Melilla, Palencia, Logroño y Soria. Por tanto, son trece las Comunidades Autónomas incorporadas al Programa Ventanilla Única Empresarial, además de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla.

Otros datos destacables de la gestión realizada por las Ventanillas hasta primeros de 2004 son los siguientes:

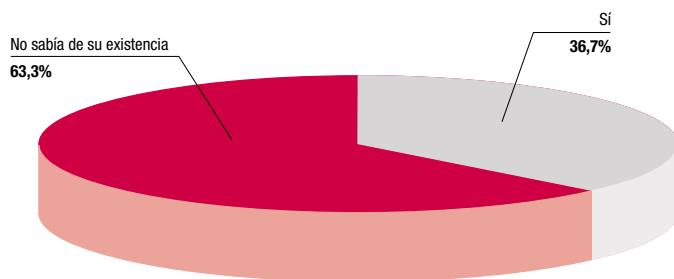
- Se ha contribuido a la creación de 18.150 empresas y a la generación de cerca de 27.300 empleos, por cuenta propia y ajena.
- Han sido atendidos 90.171 emprendedores.
- Se han resuelto 26.575 consultas sobre ayudas y subvenciones.

Por lo que se refiere al tipo de empresas creadas por las Ventanillas Únicas Empresariales, se trata, mayoritariamente, de pequeñas y medianas empresas de forma no societaria (72% de empresas individuales, más un 6% de comunidades de bienes), correspondiendo el resto (22%) a sociedades mercantiles. En cuanto al sector de actividad preferente, el 28,2% de las nuevas empresas se dedica a actividades profesionales, el 23,9%, a actividades comerciales, el 16,5% se decanta por los servicios personales y el 16,4% opta por los servicios prestados a empresas.



GRÁFICO.9

¿CONOCE LAS VENTANILLAS ÚNICAS EMPRESARIALES?



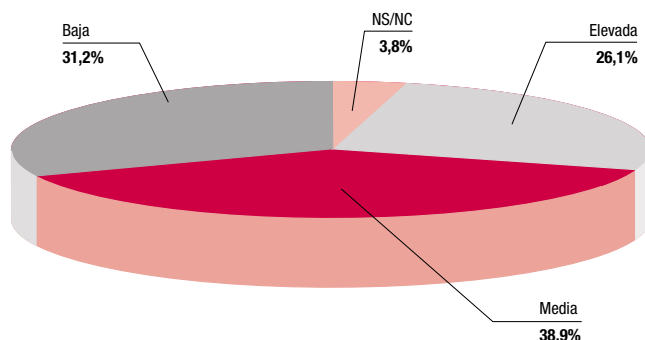
Fuente: Cámaras de Comercio

Puesto que las VUE llevan ya unos años operativas y se ha extendido su cobertura geográfica de forma apreciable, es posible iniciar la valoración de este instrumento. En esta línea, una primera cuestión de interés es el grado de conocimiento de las VUE por parte de las empresas jóvenes. La explotación de la información de la encuesta apunta a que todavía hay una parte importante de estas empresas que no está al corriente de la existencia de las VUE. En concreto, **el 63,3% de las empresas jóvenes señala que no conoce su existencia**. Ello es indicativo de un bajo grado de información de las empresas estudiadas respecto a las posibilidades que ofrecen los servicios de las Ventanillas Únicas Empresariales.

Si se centra la atención en el 36,7% de las empresas jóvenes que sí conocen las VUE, se aprecia que éstas valoran de forma bastante positiva su utilidad. **Un 26,1% de estas empresas considera que las VUE tienen una utilidad elevada**, y a ello se añade un 38,9% que opina que la utilidad es media. En suma el 65,5% tiene una percepción positiva del servicio ofrecido por la Ventanilla Única Empresarial. Para el 31,2% de las empresas jóvenes que conocen las VUE su utilidad es, en cambio, baja, lo que no quiere decir que no tenga utilidad (Gráfico 10).

GRÁFICO.10

UTILIDAD DE LAS VUE (Sólo empresas que las conocen)

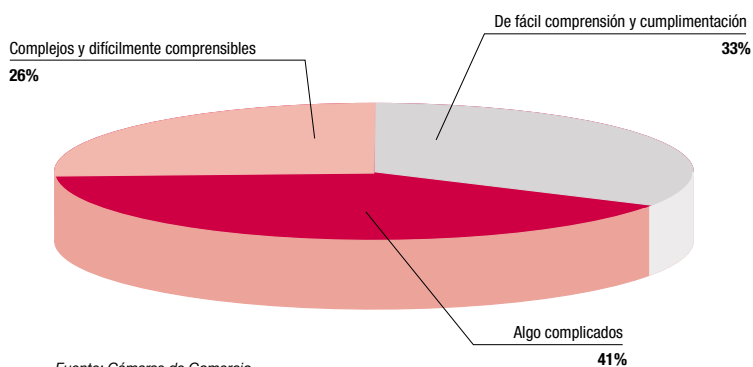


Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a los **documentos y formularios administrativos**, los resultados de la encuesta sugieren que éstos se consideran algo complicados, pero no predomina entre las empresas jóvenes la opinión de que sean excesivamente complicados. En efecto, un 41% de las empresas estudiadas sostiene que los documentos y formularios administrativos son algo complicados, mientras que un 26% considera que son complejos y difícilmente comprensibles (Gráfico 11). En el extremo opuesto, el 33% de las empresas opina que son de fácil comprensión y cumplimentación. Todo sumado, los datos apuntan a que las empresas jóvenes consideran que los documentos y formularios administrativos presentan una complejidad media, pero no acusada.

GRÁFICO.11

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU OPINIÓN SOBRE LOS DOCUMENTOS Y FORMULARIOS ADMINISTRATIVOS

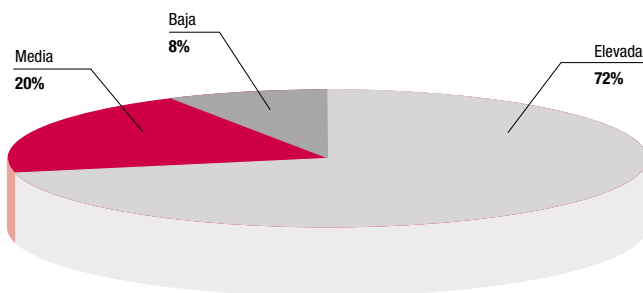


Lo anterior no es óbice para que **las empresas jóvenes consideren de notable utilidad una mayor simplificación de los documentos y formularios administrativos**. La mayoría de estas empresas, el 72% sostiene que les resultaría de elevada utilidad una mayor simplificación de documentos y trámites administrativos (Gráfico 12). Además, un 20% considera que la utilidad sería media. Sólo para el 8% de las empresas, la simplificación tendría una utilidad baja.

En resumen, las empresas jóvenes no consideran de forma mayoritaria que la complejidad de documentos y formularios administrativos sea acusada, pero sostienen que una simplificación de los mismos entrañaría un beneficio apreciable. Puesto que asociada a la simplificación se encuentran ganancias en tiempo y en recursos humanos, se entiende que las empresas jóvenes valoren positivamente la simplificación de formularios administrativos.

GRÁFICO.12

¿QUE UTILIDAD TENDRÍA PARA SU EMPRESA LA SIMPLIFICACIÓN DE DOCUMENTOS Y FORMULARIOS ADMINISTRATIVOS?



Fuente: Cámaras de Comercio

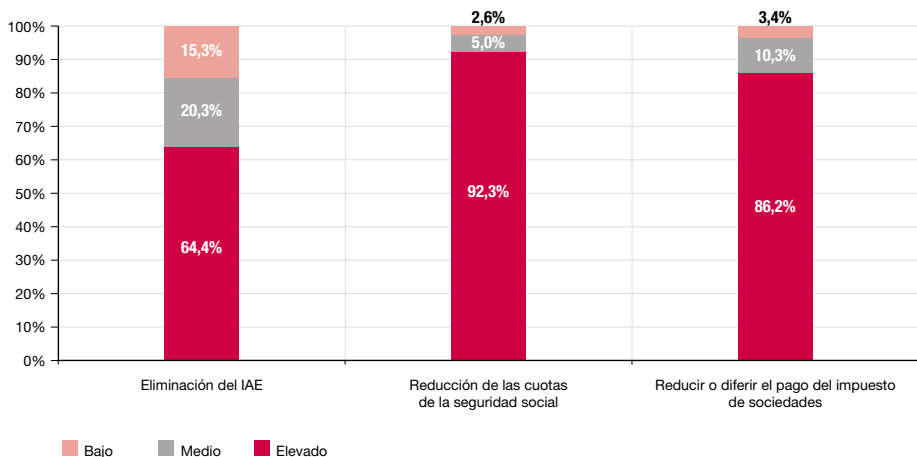
3.5.2. Mejora de la fiscalidad empresarial

Los instrumentos para la “Mejora de la fiscalidad empresarial”, comprenden las medidas diseñadas para establecer un sistema fiscal acorde a las características y dificultades de consolidación de las empresas en sus primeros años de actividad. Desde la perspectiva de la empresa joven, hay tres medidas susceptibles de tener un impacto especialmente favorable sobre la consolidación, a saber, la eliminación del Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), la reducción de las cuotas de la Seguridad Social en los momentos iniciales (o ligar el pago a la obtención de beneficios) y la reducción (o diferir en el tiempo) el pago del impuesto sobre sociedades. Hay que señalar, respecto al IAE, que su reforma y eliminación se produjo a finales de 2002, de forma que las empresas jóvenes analizadas lo han soportado durante, aproximadamente, tres años (entre 1999 y 2002)¹⁷.

A continuación se muestra cómo valoran las empresas jóvenes estudiadas el beneficio que hubiera supuesto contar con estas medidas fiscales a fin de crear y consolidar empresas. **Respecto al IAE, que las empresas han soportado hasta finales de 2002, el 64,4% considera que hubiera resultado muy beneficioso no soportar este impuesto**, y un 20,3% considera que el beneficio hubiera sido medio (Gráfico 13). Un 15,3% de las empresas, sin embargo, sostiene que la eliminación de este impuesto sólo hubiera reportado un beneficio bajo para crear y consolidar las empresas.

¹⁷ La reforma aprobada incluye la exención del Impuesto de Actividades Económicas para un total de 2.118.863 contribuyentes, un 92% de los que pagaban este tributo.

GRÁFICO.13 ¿CÓMO VALORA EL BENEFICIO QUE HUBIERA TENIDO PARA CREAR Y CONSOLIDAR SU EMPRESA LAS SIGUIENTES ACTUACIONES?



Fuente: Cámaras de Comercio

La opinión de las empresas jóvenes sobre el beneficio de la desaparición del IAE apunta a que éste es elevado. Las empresas que estamos analizando han estado sujetas al IAE durante sus primeros años de vida, hasta que se aprobó su reforma y eliminación, pero las nuevas empresas creadas a partir de 2003 no soportan este impuesto (casi sin excepción), de lo que cabe concluir que esta medida fiscal resultará de elevada utilidad para facilitar la creación y consolidación de empresas.

En cuanto a las restantes medidas de mejora de la fiscalidad, **las empresas jóvenes consideran que resultaría muy beneficioso tanto la reducción en las cuotas de la Seguridad Social en los momentos iniciales** (o ligar el pago a la obtención de beneficios) **como la reducción** (o diferir en el tiempo) **del pago del impuesto sobre sociedades**. El 92,3% sostiene que, con miras a impulsar la creación y consolidación, la reducción de las cuotas de la Seguridad Social hubiera tenido un beneficio elevado, porcentaje superior al que se registra respecto a la reducción (o diferir) el pago del impuesto de sociedades (86,2% de las empresas jóvenes).

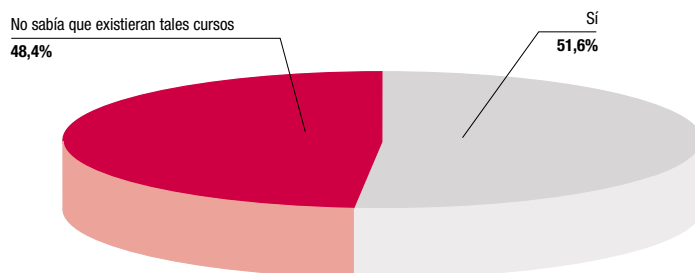
En conclusión, **en el ámbito de la fiscalidad, la medida más valorada por las empresas jóvenes** (tomando como indicador el porcentaje de empresas que considera su beneficio elevado) **es la reducción de las cuotas de la Seguridad Social**. A esta medida le sigue la reducción (o diferir) del pago del impuesto de sociedades. Por último, se encuentra la eliminación del IAE. Esta última medida, ya realizada, es valorada de forma muy positiva por las empresas jóvenes (un 64,4% considera elevado el beneficio de su eliminación), aunque la valoración es relativamente superior en las otras medidas enunciadas.

3.5.3. Impulso de las habilidades (competencias) de empresarios y trabajadores

En el terreno de las habilidades, los instrumentos básicos toman la forma de mecanismos de formación de nuevos emprendedores y de los trabajadores de las empresas. Consideraremos separadamente a cada uno de estos mecanismos.

GRÁFICO.14

¿CONOCE LOS CURSOS DE FORMACIÓN PARA LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESA?



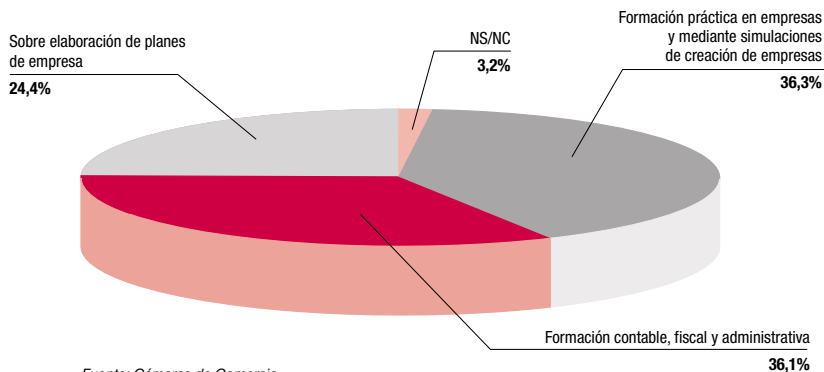
Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a la **formación para la creación y gestión de empresas**, resulta llamativo el escaso conocimiento de este tipo de cursos de formación. Hay un 48,4% de las empresas jóvenes en las que los socios creadores de las mismas señalan que no sabían que existieran tales cursos de formación (Gráfico 14). En suma, **sólo en el 51,6% de las empresas jóvenes los socios están familiarizados con la oferta de formación específica para emprender.**

Centrando la atención en las empresas cuyos socios están familiarizados con la oferta de formación para emprender (esto es, el 51% del total), se comprueba que **la formación práctica es considerada como un aspecto clave** dentro de la formación para crear y consolidar empresas. En efecto, para el 36,3% de estas empresas, la formación más necesaria es de carácter práctico (en empresas reales o simuladas). Pero también se considera muy necesaria la formación fiscal, contable y administrativa (un 36,1% de las empresas sostiene que éste es el tipo de formación más necesaria). A cierta distancia se encuentra la formación sobre planes de empresa, que se considera como la más necesaria por el 24,4% de las empresas (Gráfico 15).

GRÁFICO.15

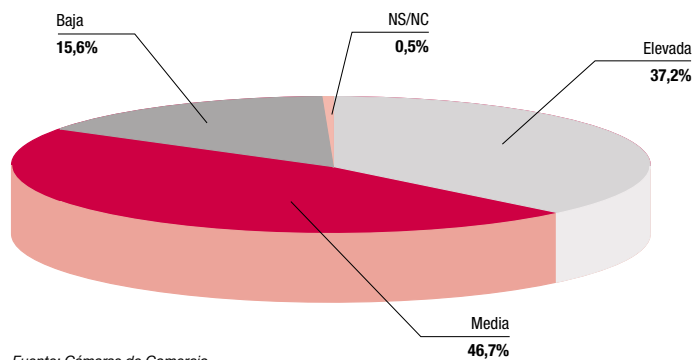
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS QUE CONOCEN LOS CURSOS DE FORMACIÓN PARA EMPRENDER SEGÚN EL TIPO DE FORMACIÓN QUE SE CONSIDERA MÁS NECESARIA



¿Cómo valoran las empresas la utilidad de los cursos de formación para la creación y consolidación de empresas? El Gráfico 16, que muestra la distribución de las empresas jóvenes que conocen los cursos mencionados en función de la valoración de su utilidad, sugiere que la formación para la creación y consolidación de empresas es bastante valorada. Para un 37,2% de estas empresas, la utilidad de los cursos es elevada, y a ello habría que añadir un 46,7% que considera media su utilidad. En conjunto, el 83,8% de estas empresas considera que la utilidad de los cursos es elevada o media.

GRÁFICO.16

UTILIDAD DE LOS CURSOS DE FORMACIÓN SOBRE LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS



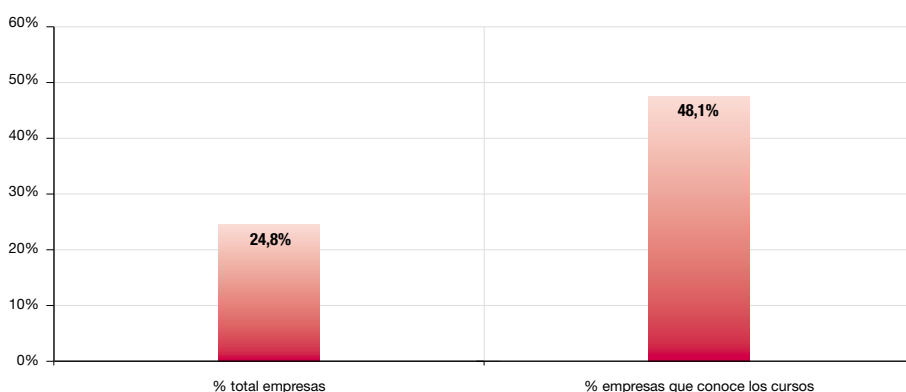


A pesar de que se valore de forma positiva la utilidad de los cursos de formación para crear y consolidar empresas, **son numerosas las empresas en las que ninguno de los socios los ha realizado** (Gráfico 17). Sólo en el 48% de las empresas en las que los socios conocen los cursos de formación para emprender, se ha participado en los mismos (al menos uno de los socios). Esto significa que, respecto al número total de empresas jóvenes, sólo en el 24,8% los socios (al menos uno) ha recibido formación específica para emprender.

GRÁFICO.17

EMPRESAS EN QUE ALGUNO DE LOS SOCIOS HA REALIZADO CURSOS DE FORMACIÓN SOBRE CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS

(Antes o después de crear las empresas)



Fuente: Cámaras de Comercio

Por tanto, se constata una cierta divergencia entre la utilidad que conceden a los cursos de formación los socios de las empresas que los conocen, que es mayoritariamente elevada y media, y la participación efectiva en los mismos (algo inferior al 50%). Esto lleva a preguntarse por **las razones que conducen a estas empresas a no participar en los cursos de formación para emprender**, cuestión que puede analizarse a la luz de la información recogida en la Tabla 7.

El principal motivo aducido es el coste en tiempo que supone realizar actividades de formación, mencionado por el 37,2% de las empresas en las que los socios conocen los cursos de formación pero no los han realizado. El problema de la escasez de tiempo parece verse agravado por la falta de adecuación de los cursos de formación a las necesidades de los emprendedores, pues un 12,5% de las empresas considera que la duración y horario no es adecuada a estas necesidades.

Sin duda, el tiempo es una restricción crítica del empresario una vez que el inicio de la actividad empresarial está próximo y tras la creación de la empresa. En estos momentos, la participación en actividades de formación resulta complicada, especialmente si es de carácter presencial, por la dedicación que exige una actividad empresarial, máxime cuando hablamos de empresas de reducida dimensión y frecuentemente sin asa-

lariados. Pero queda sin resolver la siguiente cuestión: ¿por qué no se realiza la formación para emprender antes de iniciar la actividad empresarial? Una posible explicación es que los emprendedores no conocen la necesidad y utilidad de esta formación hasta que se encuentran inmersos en el proceso de crear y consolidar una empresa. Entonces, se toma conciencia del carácter crítico de esta formación, si bien las restricciones de tiempo impiden participar en la misma.

TABLA.7

MOTIVOS PARA NO REALIZAR CURSOS DE FORMACIÓN SOBRE CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL

(Porcentaje respecto al total de empresas que conoce los cursos y no los ha efectuado ningún socio; respuesta múltiple)

No se ofrecen cursos de formación en la localidad donde se encuentra mi empresa.	13,2%
Por el coste de los cursos de formación.	3,2%
Por el coste en tiempo que supone realizar actividades de formación.	37,2%
Los cursos no se adaptan a las necesidades formación de los emprendedores, por la duración y el horario.	12,5%
Los contenidos no responden a las necesidades de los formación de los emprendedores	5,9%

Fuente: Cámaras de Comercio

Otro motivo mencionado para no realizar cursos de formación sobre creación de empresas y su consolidación es que éstos no se ofrecen en la localidad donde se encuentra la empresa (un 13,2% de las empresas analizadas). Por tanto, la falta de proximidad geográfica de la oferta de formación parece actuar como obstáculo a la formación.

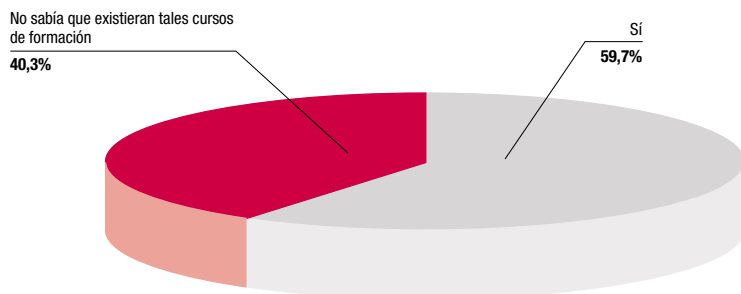
Los motivos señalados por un menor número de empresas son la falta de adecuación de los contenidos a las necesidades de los emprendedores y el coste de los cursos de formación.

En suma, **la restricción de tiempo parece ser el principal motivo por el que los emprendedores no realizan cursos de formación para la creación y consolidación de empresas.** La falta de oferta local de los cursos y la inadecuación de duración y horarios complican la participación en cursos de formación.

En cuanto a **la formación de ocupados**, tal y como sucedía con los cursos de formación dirigidos a emprendedores, **los cursos y programas de formación de ocupados no se conocen en una parte muy significativa de las empresas jóvenes.** Como muestra el Gráfico 18, el 59,7% de estas empresas conoce los cursos que se ofrecen en la actualidad, pero el 40,3% restante no está familiarizado con los programas de formación de ocupados. En suma, la oferta de formación de ocupados disponible para las empresas es relativamente poco conocida por las empresas jóvenes estudiadas.

GRÁFICO.18

¿CONOCE ALGUNO DE LOS CURSOS Y PROGRAMAS DE FORMACIÓN DE OCUPADOS QUE SE OFRECEN ACTUALMENTE?

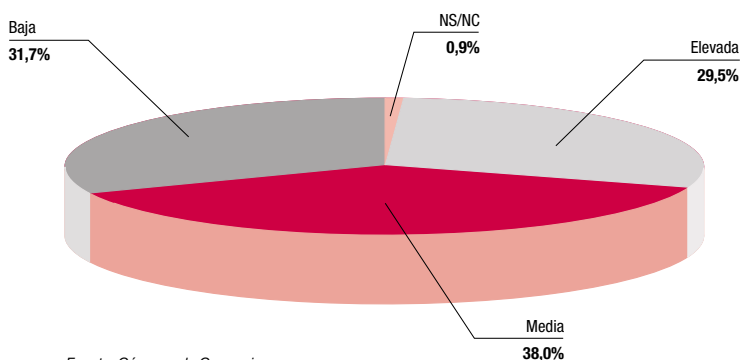


Fuente: Cámaras de Comercio

Las empresas que conocen los cursos de formación de ocupados señalan, mayoritariamente, que su utilidad es media (un 38% de tales empresas) y baja (un 31,7%). **Sólo el 29,5% de las empresas que conoce tales cursos opina que tengan una utilidad elevada** (Gráfico 19).

GRÁFICO.19

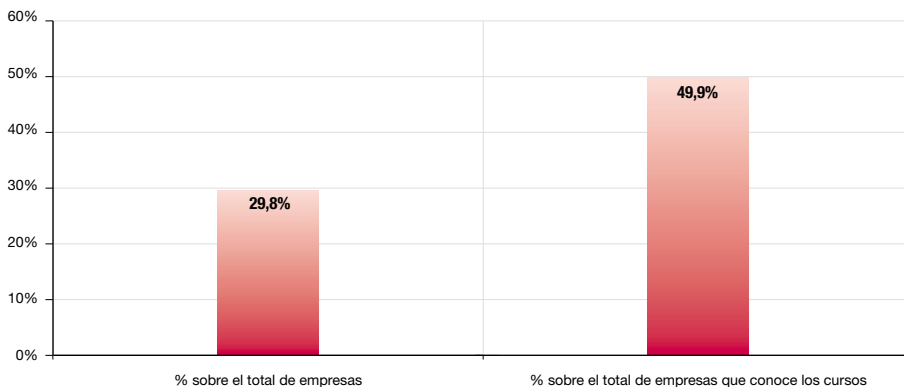
UTILIDAD DE LOS CURSOS DE FORMACIÓN DE OCUPADOS



Fuente: Cámaras de Comercio

A pesar de que la valoración de la utilidad de los cursos de formación no sea muy positiva, en casi la mitad de las empresas que conocen los cursos de formación de ocupados (el 49,9%), los trabajadores han participado en los mismos (Gráfico 20). Respecto al total de empresas jóvenes, esto significa que, en el 29,8% de las empresas, los trabajadores han tomado parte en los programas de formación de ocupados.

GRÁFICO.20 PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HAN PARTICIPADO EN CURSOS DE FORMACIÓN DE OCUPADOS



Fuente: Cámaras de Comercio

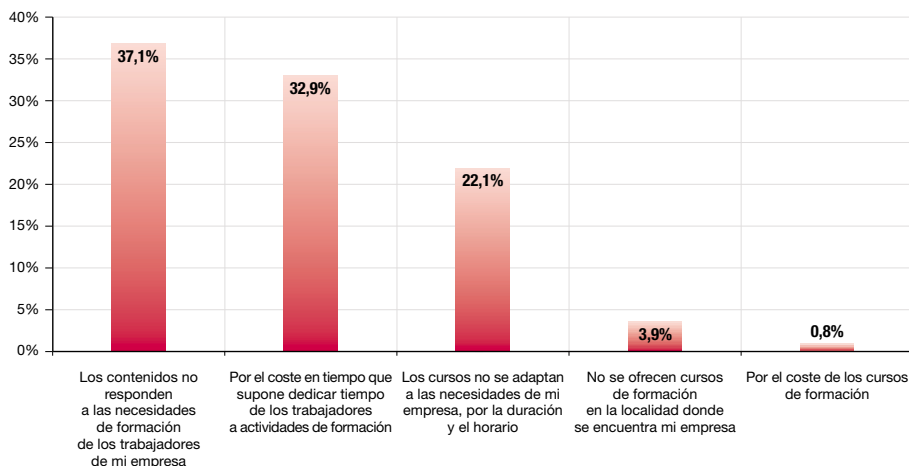
El Gráfico 21 muestra que, tal y como sucedía con la formación para emprendedores, el tiempo y la falta de adecuación a las necesidades de las empresas (tanto por la duración como por el horario) son razones clave por los que las empresas que conocen los programas de formación de ocupados no participan en los mismos. Un 32,9% de las empresas señala que no se participa debido al coste que supone dedicar tiempo de los trabajadores a actividades de formación, mientras que el 22,1% indica que los cursos no se adaptan a las necesidades de la empresa por la su duración y horario en que se imparten.

Pero, además del problema del tiempo (y el coste que supone para una empresa que los trabajadores dediquen su tiempo a la formación), **las empresas consideran que la oferta formativa para ocupados no se adecua bien a sus necesidades**. En efecto, un 37,1% de las empresas que conoce los cursos y no participa en ellos indica que los contenidos no responden a las necesidades de formación de los trabajadores. Por tanto, y a diferencia de lo que sucedía con los programas de formación de emprendedores, existe, en opinión de las empresas, un problema de falta de adaptación de contenidos de los programas de formación de ocupados a las necesidades de las empresas. Ello lleva a que el motivo señalado por un mayor número de empresas para no participar en la formación de ocupados sea, precisamente, esta falta de adaptación de contenidos.

GRÁFICO.21

MOTIVOS POR LOS QUE NO SE PARTICIPA EN LOS CURSOS DE FORMACIÓN DE OCUPADOS

(% respecto a las empresas que conoce los cursos de formación de ocupados, pero sus trabajadores no han participado)



Fuente: Cámaras de Comercio

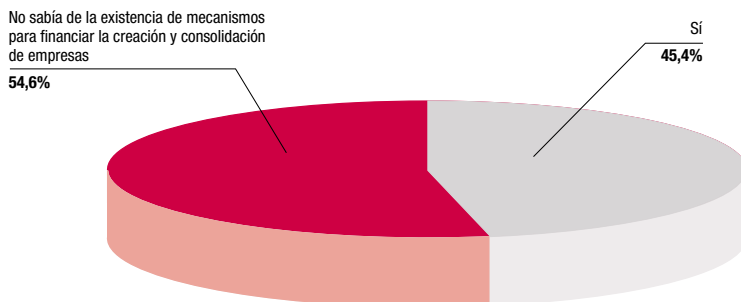
3.5.4. Facilitar el acceso a la financiación

En el terreno de la financiación para la creación y consolidación de empresas, cabe incluir un amplio conjunto de mecanismos que aumentan la disponibilidad de fondos para la creación de empresas y el acceso de los emprendedores a los mismos. Los mecanismos sobre los que se obtendrá información detallada son: los préstamos participativos, las líneas de financiación del Instituto de Crédito Oficial (ICO) para la PYME, los microcréditos, las líneas de financiación de empresas de los Gobiernos regionales, el sistema de garantías recíprocas y el capital riesgo.

Un primer aspecto que debe subrayarse es que las empresas jóvenes no conocen en su mayoría los instrumentos disponibles para financiar las nuevas empresas. El 45,4% de las empresas estudiadas señala que sí conoce alguno de estos mecanismos (Gráfico 22). Pero el 54,6% de las empresas no sabía de la existencia de mecanismos para financiar la creación y consolidación empresarial. En suma, existe un alto grado de desconocimiento de los instrumentos financieros en las empresas jóvenes, tal y como sucede con otros de los instrumentos de apoyo analizados anteriormente.

GRÁFICO.22

¿CONOCE ALGUNO DE LOS MECANISMOS EXISTENTES PARA FINANCIAR LAS NUEVAS EMPRESAS?



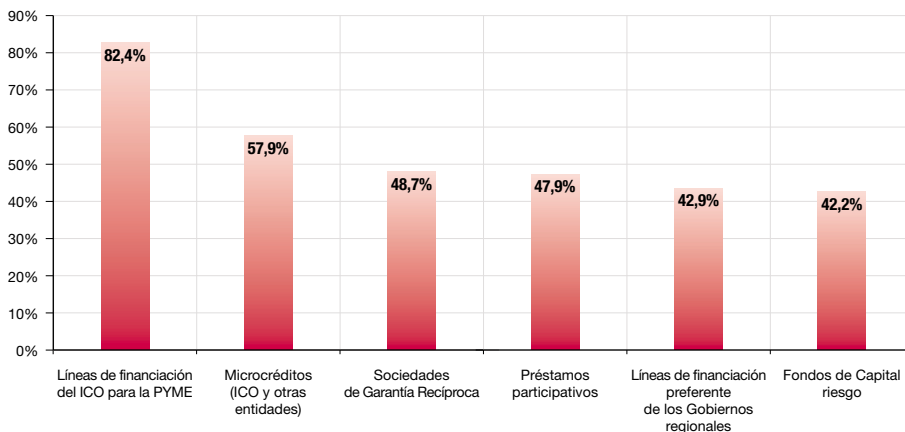
Fuente: Cámaras de Comercio

Si se centra el análisis en el 45,4% de las empresas jóvenes que conoce algún instrumento de apoyo a la financiación, se constata que **las líneas de financiación del ICO para la PYME son el instrumento más conocido**. En total, el 82% de estas empresas conocen esta herramienta. Las restantes son conocidas por un porcentaje muy inferior de empresas: el 57% en el caso de los microcréditos, cerca del 48% en el caso de las Sociedades de Garantía Recíproca y los Préstamos participativos, y el 42% en el caso de las líneas de financiación preferente de los Gobiernos regionales y los fondos de capital riesgo.

GRÁFICO.23

EMPRESAS QUE CONOCEN LOS MECANISMOS FINANCIEROS ENUNCIADOS

(% respecto a las empresas que conoce algún mecanismo de apoyo a la financiación)



Fuente: Cámaras de Comercio

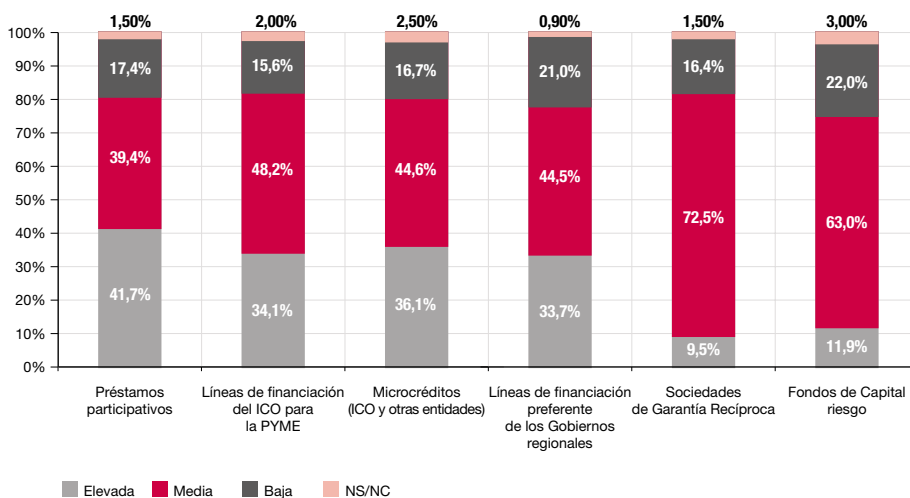


En cuanto a la valoración de la utilidad de los instrumentos de apoyo a la financiación, **en torno al 80% de las empresas que conoce cada uno de éstos considera que su utilidad es media o elevada** (Gráfico 24). Destacan los porcentajes especialmente altos de empresas que consideran elevada la utilidad de los préstamos participativos (41,7% de las empresas que los conocen) y, en el extremo opuesto, el bajo porcentaje de empresas que considera que las Sociedades de Garantía Recíproca y los Fondos de Capital riesgo tienen utilidad elevada.

GRÁFICO.24

VALORACIÓN DE LA UTILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA FINANCIACIÓN

(Distribución porcentual de las empresas que los conocen en función de su valoración)

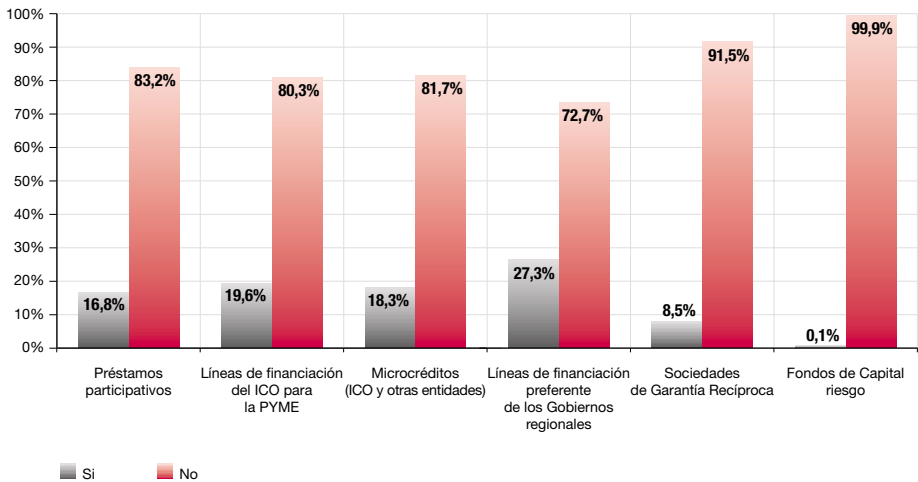


Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a la **utilización de los instrumentos de financiación considerados**, el Gráfico 25 muestra que las líneas de financiación preferente de los Gobiernos regionales es el más utilizado (un 27,3% de las empresas que los conocen los han empleado). Tras éste se encuentran las líneas de financiación del ICO, los microcréditos y los préstamos participativos, utilizados por cerca del 18% de las empresas que los conocen. Los instrumentos menos empleados son las Sociedades de Garantía Recíproca (8,5%) y, sobre todo, el capital riesgo, empleado por una parte insignificante de las empresas que lo conocen (el 0,1%).

GRÁFICO.25 UTILIZACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA FINANCIACIÓN

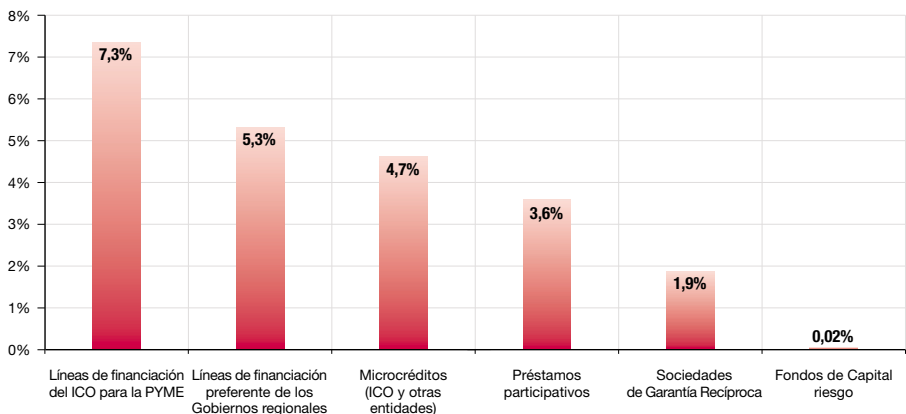
(Distribución porcentual de las empresas que los conocen en función de su uso)



Fuente: Cámaras de Comercio

Para tener una medida del grado de utilización de los instrumentos de financiación en el conjunto de empresas jóvenes, conviene referirse al **porcentaje que representan las empresas que han empleado un cierto instrumento respecto al total de empresas jóvenes**. Esta información se muestra en el Gráfico 26. El porcentaje de uso oscila entre un 7,3% del total de empresas jóvenes, en el caso de las líneas de financiación del ICO para la PYME, hasta el 0,02% en el caso de los fondos de capital riesgo.

GRÁFICO.26 PORCENTAJE DE EMPRESAS JÓVENES QUE HAN UTILIZADO LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA FINANCIACIÓN



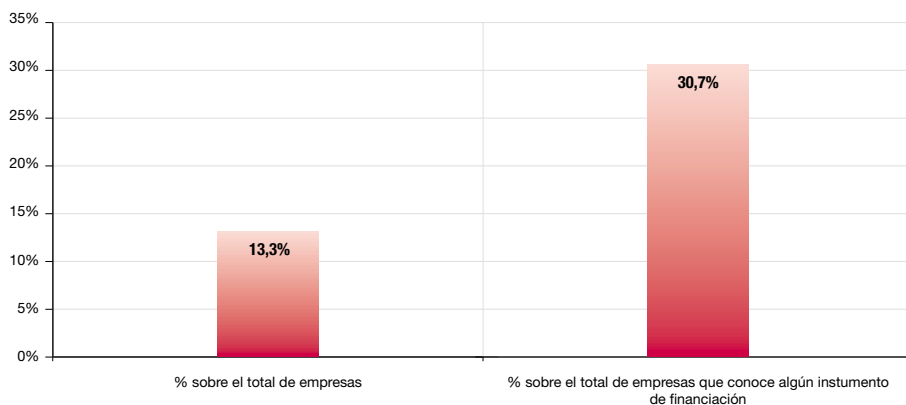
Fuente: Cámaras de Comercio



En conjunto, las empresas que han empleado algún instrumento de apoyo a la financiación representan el 13,3% de las empresas jóvenes que estamos analizando (Gráfico 27). Respecto a las empresas que conocen estos mecanismos, hay un 30,7% que los ha empleado efectivamente (al menos uno).

GRÁFICO.27

EMPRESAS QUE HAN UTILIZADO ALGÚN INSTRUMENTO DE APOYO A LA FINANCIACIÓN

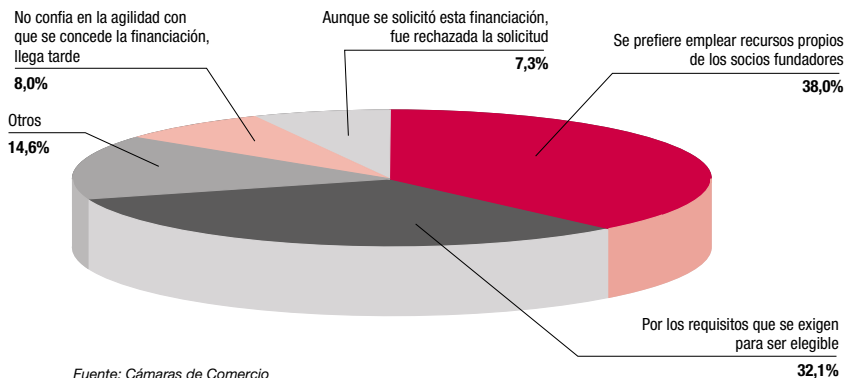


Fuente: Cámaras de Comercio

Para concluir, cabe preguntarse **por qué razones no emplean los instrumentos de financiación aquellas empresas que sí los conocen, visto que en general los consideran de utilidad media y elevada**. Un motivo fundamental es que numerosas empresas prefieren emplear los recursos propios de los socios fundadores, razón señalada por el 38% de las empresas que conoce los instrumentos de financiación y, sin embargo, no los ha utilizado (Gráfico 28). Pero también son importantes **los requisitos de elegibilidad**, señalados por el 32,1% de las empresas como principal motivo para no emplear los instrumentos de financiación. En este caso, nos encontramos ante empresas que no pueden beneficiarse de los instrumentos de financiación por los requisitos establecidos para optar a los mismos. De menor importancia que los anteriores motivos es la falta de confianza en la agilidad con que se concede la financiación (aspecto mencionado por el 8% de las empresas) y el rechazo de la solicitud para beneficiarse de los instrumentos (7,3%).

GRÁFICO.28

PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE LAS EMPRESAS QUE CONOCEN LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA FINANCIACIÓN NO LOS HAN EMPLEADO



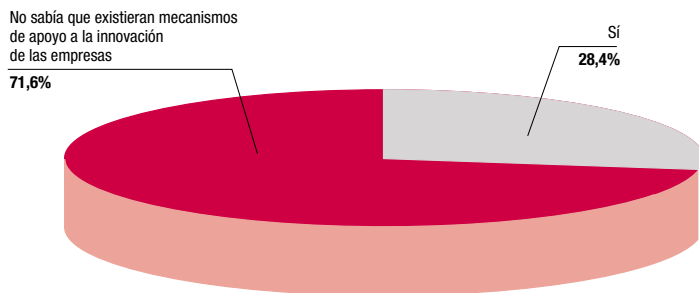
Fuente: Cámaras de Comercio

3.5.5. Favorecer la innovación

En cuanto a los mecanismos de apoyo de la innovación empresarial, se constata un alto grado de desconocimiento entre las empresas jóvenes. En efecto, sólo el 28,4% de las empresas conoce alguno de estos mecanismos. **El 71,6% del total de empresas jóvenes no sabía que existieran mecanismos de apoyo a la innovación de las empresas** (Gráfico 29).

GRÁFICO.29

¿CONOCE ALGUNO DE LOS MECANISMOS EXISTENTES PARA APOYAR LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS?



Fuente: Cámaras de Comercio

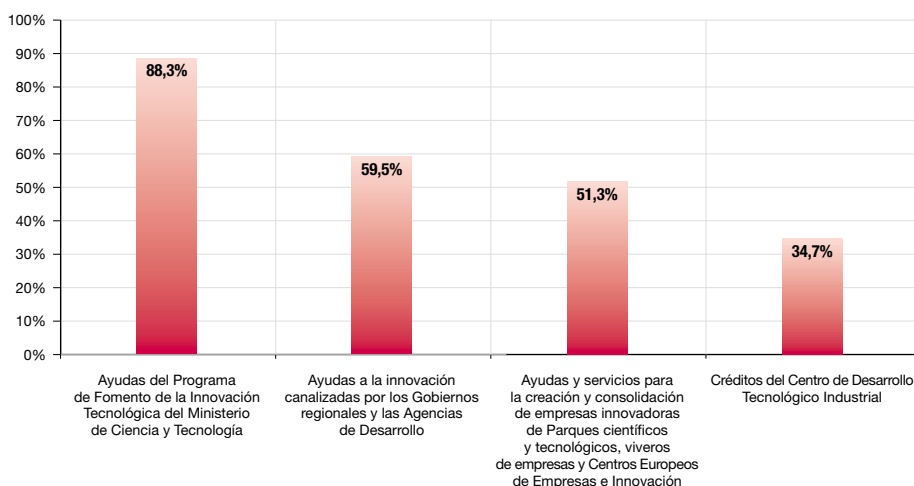


Dentro del grupo de empresas que conoce alguno de los mecanismos de apoyo a la innovación (el 28,4% del total), **las ayudas del programa de fomento de la innovación tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología constituyen el mecanismo conocido por un mayor número de empresas** -el 88,3%. Tras éste, destacan las ayudas a la innovación canalizadas por los Gobiernos regionales así como las ayudas y servicios para la creación de empresas innovadoras en Parques científicos y tecnológico, viveros de empresas y Centros Europeos de Empresas e Innovación (en torno al 50% de las empresas los conocen). Los créditos del Centro de Desarrollo Tecnológico e Industrial son relativamente menos conocidos (34,7% de las empresas).

GRÁFICO.30

EMPRESAS QUE CONOCEN LOS MECANISMOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN

(% respecto a las empresas que conoce algún mecanismo de apoyo a la innovación)

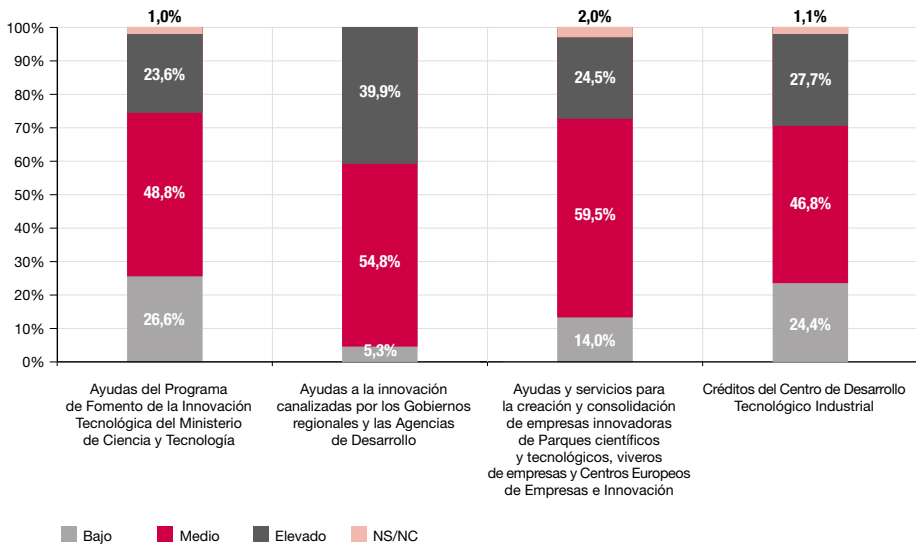


Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a **la utilidad de los instrumentos de apoyo a la innovación**, la valoración realizada por parte de las empresas que los conoce es **predominantemente media**. Como puede observarse en el Gráfico 31, cerca del 50% de estas empresas considera que la utilidad de los instrumentos es media. Las ayudas del programa de fomento de la innovación tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología y los créditos del Centro de Desarrollo Tecnológico e Industrial son algo más valorados (algo más de un 20% de las empresas considera su utilidad elevada). Por el contrario, las ayudas a la innovación canalizadas por los Gobiernos regionales parecen ser algo menos valoradas, pues un 39,9% de las empresas que las conocen consideran baja su utilidad.

GRÁFICO.31 VALORACIÓN DE LA UTILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN

(Distribución porcentual de las empresas que los conocen en función de su valoración)



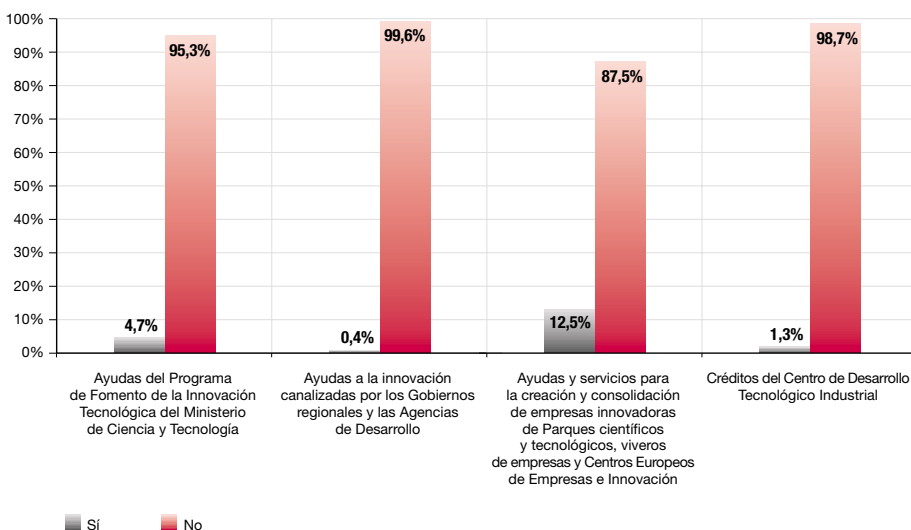
Fuente: Cámaras de Comercio

En consonancia con la valoración modesta de la utilidad que atribuyen las empresas a los mecanismos de apoyo a la innovación empresarial, el empleo de éstos es muy limitado. El Gráfico 32 muestra que el instrumento más utilizado son las ayudas y servicios para la creación de empresas innovadoras en Parques científicos y tecnológico, viveros de empresas y Centros Europeos de Empresas e Innovación (en torno al 12,5% de las empresas los conocen los han empleado). Tras éste, destaca el uso de las ayudas del programa de fomento de la innovación tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología (4,7%). El uso de los créditos del Centro de Desarrollo Tecnológico e Industrial y las ayudas a la innovación canalizadas por los Gobiernos regionales es muy limitado (menos del 2% de las empresas que los conocen).



GRÁFICO.32 UTILIZACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN

(Distribución porcentual de las empresas que los conocen en función de su uso)

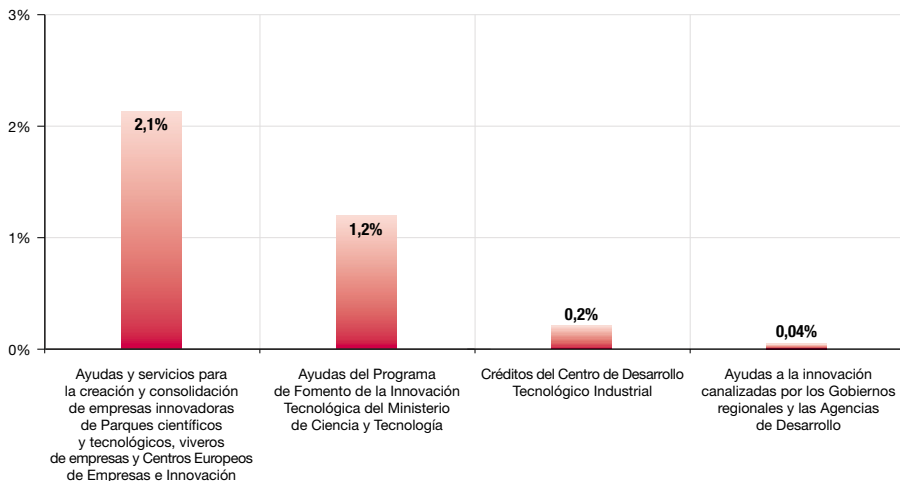


Fuente: Cámaras de Comercio

En suma, **el empleo de mecanismos de apoyo a la innovación es de ámbito reducido**. En relación al conjunto de empresas jóvenes, sólo el 2,1% ha empleado las ayudas y servicios para la creación de empresas innovadoras en Parques científicos y tecnológicos, viveros de empresas y Centros Europeos de Empresas e Innovación. Las ayudas del programa de fomento de la innovación tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología han sido utilizadas por el 1,2% de las empresas. En los restantes mecanismos, el porcentaje de empresas que los ha empleado es próximo a cero (Gráfico 33).

GRÁFICO.33 PORCENTAJE DE EMPRESAS JÓVENES QUE HAN UTILIZADO LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN

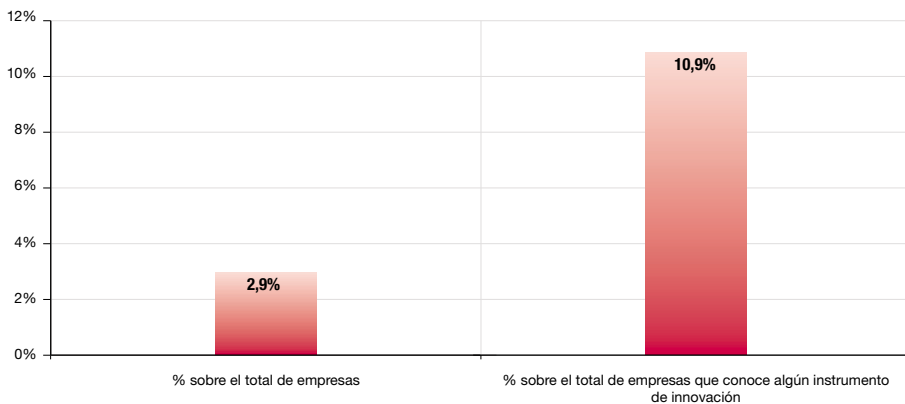
(Respecto al total de empresas jóvenes)



Fuente: Cámaras de Comercio

En total, las empresas que han empleado alguno de los mecanismos considerados de apoyo a la innovación suponen el 2,9% de las empresas jóvenes que estamos analizando (Gráfico 34). Respecto a las empresas que conocen estos mecanismos, hay un 10,9% que los ha empleado efectivamente (al menos uno).

GRÁFICO.34 EMPRESAS QUE HAN UTILIZADO ALGÚN INSTRUMENTO DE APOYO A LA INNOVACIÓN



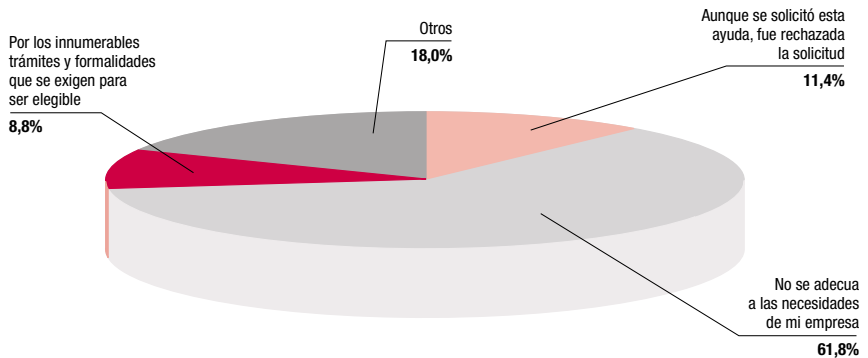
Fuente: Cámaras de Comercio



¿Por qué motivos no emplean los mecanismos de apoyo a la innovación empresarial las empresas que los conocen? La principal razón señalada es que no se adecuan a las necesidades de las empresas (61,8%). Ello parece apuntar a que la falta de conocimiento de los mecanismos (que impide su uso) se ve agravada por una cierta falta de adecuación a las necesidades de las empresas, aspectos que en conjunto explicarían la baja utilización detectada (en las empresas que los conocen y en conjunto). Además, se han señalado los trámites y formalidades que se exigen para ser elegible como motivo para no emplearlos, si bien este motivo es aludido en un número de casos muy inferior al motivo “No se adecua a las necesidades de mi empresa” (Gráfico 35).

GRÁFICO.35

PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE LAS EMPRESAS QUE CONOCEN LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN NO LOS HAN EMPLEADO

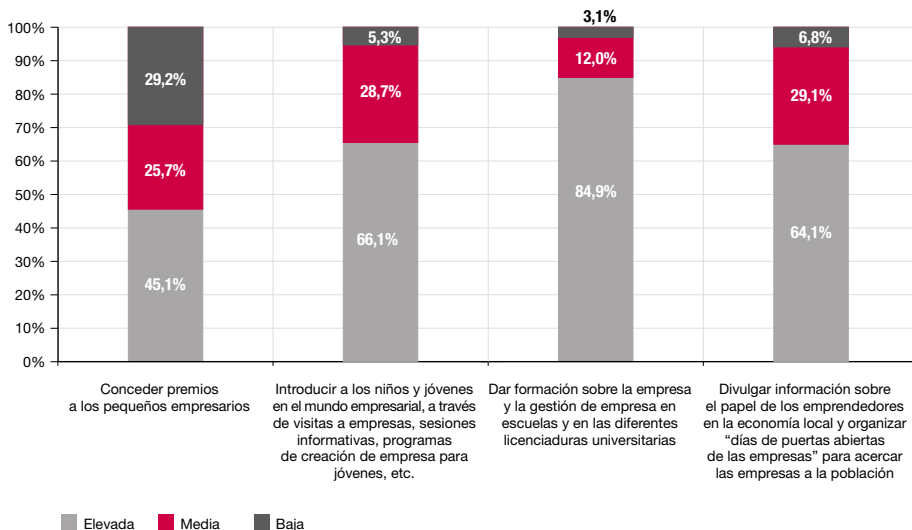


Fuente: Cámaras de Comercio

3.5.6. Fomento de la cultura empresarial

Los mecanismos de fomento de la cultura emprendedora no inciden de forma directa sobre las empresas jóvenes que estamos analizando, pues este tipo de medidas son eminentemente de entorno: tratan de crear un clima favorable a la aparición de nuevos emprendedores, de favorecer una percepción positiva de la actividad empresarial. No obstante, tiene interés conocer la opinión de las empresas sobre los mecanismos susceptibles de impulsar la cultura emprendedora.

GRÁFICO.36 UTILIDAD DE MEDIDAS DE FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA



Fuente: Cámaras de Comercio

En esta línea, cabe señalar que, según los datos recabados mediante la encuesta, **la medida que las empresas consideran más útil es la formación sobre la empresa y su gestión, en las escuelas y licenciaturas universitarias** (Gráfico 36). Un 84,9% de las empresas considera que la formación de niños y jóvenes tiene utilidad elevada, y un 12% opina que la utilidad es media. También se considera bastante útil **introducir a niños y jóvenes en el mundo empresarial** (con visitas a empresas, sesiones informativas, etc) y **divulgar información sobre el papel de los emprendedores en la economía local**. En torno al 65% y al 28% de las empresas jóvenes opina que estas medidas tienen una utilidad elevada y media, respectivamente. La medida menos valorada, según las empresas, es la concesión de premios a pequeños empresarios (un 29,2% considera que su utilidad es baja).

En resumen, las empresas jóvenes valoran de forma muy positiva las medidas de fomento de la cultura emprendedora basadas en la formación de niños y jóvenes en cuestiones empresariales, en su sensibilización y en la divulgación de información en general sobre el papel del empresariado en la economía local.

4. Otros resultados

Instrumentos de Apoyo a

J. Empresas Jóvenes

Uso y Valoración

Otros resultados

La sección precedente presentó de forma exhaustiva la información eminentemente descriptiva que se obtiene de la explotación de la encuesta realizada en el marco de este estudio. Esta sección completa los resultados obtenidos, mediante la consideración de las cuestiones siguientes:

¿Qué cabe inferir sobre los déficit de la política de apoyo a tenor de las valoraciones de las empresas?

¿Qué aspectos explican las decisiones de búsqueda de información y utilización de la política de apoyo?

¿Cuáles son los obstáculos parecen impedir de forma más decisiva un aprovechamiento mayor de la actual política de apoyo?

El resto de la sección desarrolla cada una de las cuestiones planteadas.

4.1. Déficit de la política de apoyo

En la sección 3.1. y 3.2. se recogieron las percepciones de las empresas jóvenes con respecto a la utilidad de la política de apoyo y al esfuerzo público realizado. A partir de estas percepciones, es posible realizar **valoraciones sobre la suficiencia de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial**, en el sentido de determinar si puede considerarse “adecuada” o si, por el contrario, la política desarrollada presenta “déficit” (es insuficiente o mejorable) o, en su caso “superávit” (exceso de apoyo). Todo ello, debe enfatizarse, a partir de las opiniones manifestadas por las empresas encuestadas.

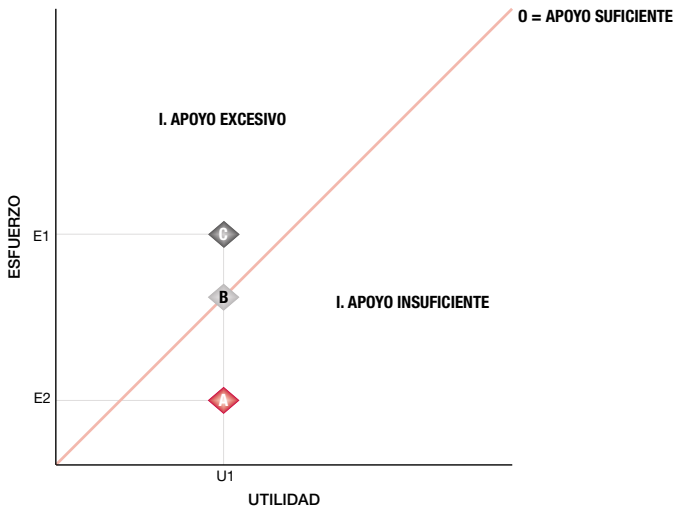
Con esta finalidad, se parte de la idea de que, a fin de valorar la visión de las empresas sobre la suficiencia de la política de apoyo, deben tenerse en consideración, de forma simultánea, dos aspectos. Por una parte, la utilidad que se concede a esta política para lograr que se creen y consoliden empresas con éxito. Por otra parte, la valoración empresarial del esfuerzo público realizado con miras a apoyar la creación y consolidación de empresas, que representaría el grado de satisfacción de las empresas con el “statu quo” o situación actual de la política de empresa.

Cabe sostener que la relación entre la utilidad que se concede a la política de apoyo y el esfuerzo público realizado debe ser positiva. Cuanto más útil sea la política de apoyo para impulsar la creación y consolidación empresarial, sería deseable un mayor esfuer-

zo público en dicho ámbito. Esta idea se visualiza en el Gráfico 37, que representa en el eje de abscisas la utilidad de la política de apoyo y en el eje de ordenadas el esfuerzo público efectuado en ésta. Una valoración de la utilidad de la política de apoyo en línea con la correspondiente al esfuerzo público realizado nos situaría en la línea O de Suficiencia de la política. A lo largo de ésta, se produce un equilibrio entre la utilidad que se otorga a la política de apoyo y (la valoración de) el esfuerzo público realizado. En este sentido, se puede argumentar que el desarrollo de la política es “suficiente”.

GRÁFICO.37

SUFICIENCIA DE LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL



Las desviaciones respecto a la línea O nos situarían en áreas de excesos o insuficiencias de la política de apoyo. Así, por ejemplo, si la utilidad que se concede a la política de apoyo es U_1 y el esfuerzo realizado E_2 , se estaría en una zona de “déficit” de políticas, por valorarse el esfuerzo realizado de forma notablemente más desfavorable que la utilidad. Por el contrario, el punto C del Gráfico 37 reflejaría una situación de “exceso” de apoyo, ya que la valoración del esfuerzo público realizado es claramente superior a la correspondiente a la utilidad.

En la práctica, a fin de aproximar la suficiencia de la política de apoyo, deben adoptarse indicadores de utilidad y de esfuerzo y establecer la relación entre éstos en los distintos escenarios (i.e., suficiencia, superávit y déficit). Una posibilidad consiste en tomar como indicadores los siguientes:

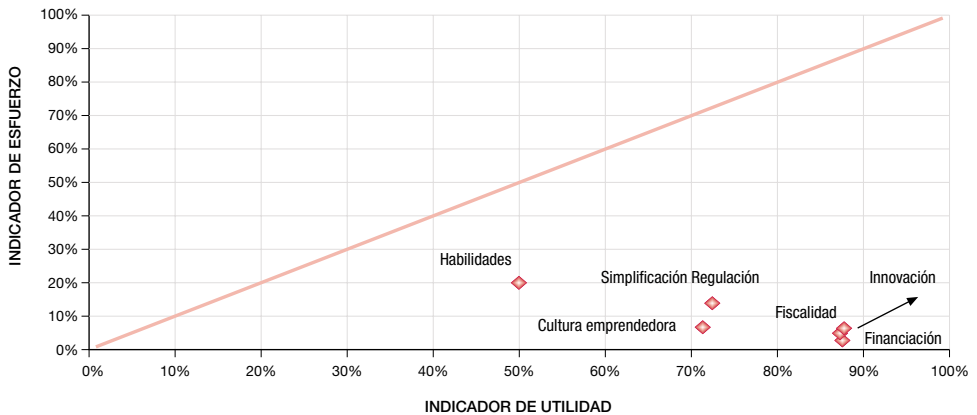
- ❖ Indicador de utilidad: porcentaje de empresas jóvenes que considera elevada la utilidad de cada ámbito de la política de apoyo.
- ❖ Indicador de esfuerzo: porcentaje de empresas jóvenes que considera elevado el esfuerzo público realizado en cada ámbito de la política de apoyo.

Y suponer que:

- ◆ La suficiencia de la política de apoyo se produciría si el indicador de utilidad es similar al indicador de esfuerzo.
- ◆ Los déficit aparecen cuando el indicador de utilidad es superior al indicador de esfuerzo, y son tanto mayores cuanto mayor es la divergencia entre ambos.
- ◆ Los superávits se detectan si el indicador de esfuerzo es superior al indicador de utilidad, y serían mayores a medida que aumenta la disparidad entre éstos.

GRÁFICO.38

**SUFICIENCIA DE LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL.
VALORACIÓN DE LAS EMPRESAS**



Fuente: Cámaras de Comercio

Bajo estos supuestos, la valoración empresarial sobre la suficiencia de la política de apoyo quedaría reflejada en el Gráfico 38, que se obtiene a partir de la información recabada en la encuesta con respecto a la valoración de las empresas sobre la utilidad de los ámbitos de la política de apoyo y del esfuerzo público realizado. Resulta inmediato que, en todos los ámbitos, se producen déficit de políticas, que resultaban predecibles a la luz de los resultados presentados anteriormente. A saber, las empresas jóvenes consideran de forma mayoritaria que la utilidad de la política de apoyo sea elevada, pero se muestran en general muy insatisfecha con el esfuerzo público realizado (sólo una parte minoritaria de las empresas considera que el esfuerzo sea elevado).

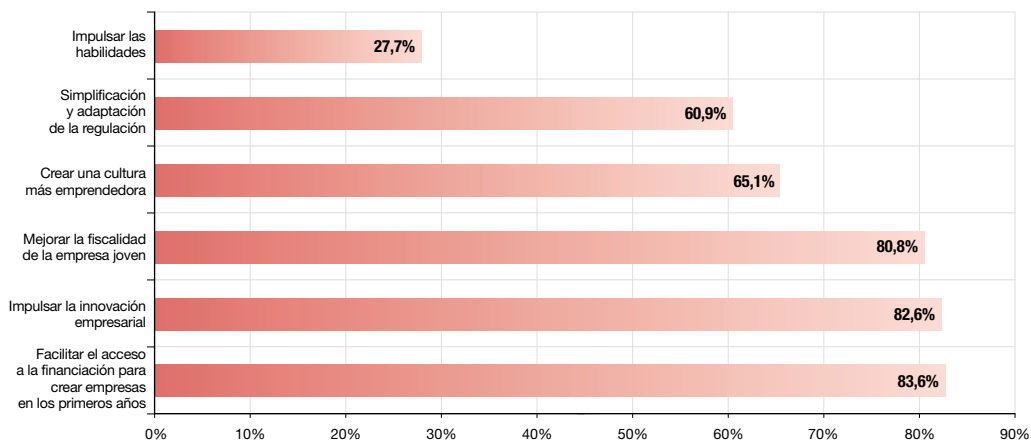
Respecto a la magnitud de los déficit, estos se aproximan por la diferencia entre el indicador de utilidad y de esfuerzo, que tomaría un valor máximo de 100 (todas las empresas consideran elevada la utilidad de un ámbito y ninguna considera elevado el esfuerzo realizado en el mismo) y un mínimo de cero (coincidencia entre el porcentaje de empresas que considera elevada la utilidad de un ámbito de la política de apoyo y el porcentaje de empresas que valora elevado el esfuerzo público realizado en el mismo).



GRÁFICO.39

MAGNITUD DE LOS DÉFICIT DE ACTUACIONES DE POLÍTICA DE APOYO

(Diferencia entre el porcentaje de empresas que considera cada ámbito de utilidad elevada y el porcentaje de empresas que concidera el esfuerzo público elevado)



Fuente: Cámaras de Comercio

Los déficit aproximados de tal forma se muestran en el Gráfico 39, a tenor de las valoraciones efectuadas por las empresas jóvenes puede inferirse que **los mayores déficit en la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial aparecen en los ámbitos de financiación, innovación y fiscalidad**. Más del 80% de las empresas jóvenes considera que estos ámbitos tienen una utilidad elevada a fin de favorecer la creación y consolidación empresarial, y a penas el 5% opina que el esfuerzo público realizado en los mismos sea elevado. En suma, se constata una disparidad extrema entre la importancia que se concede a estas líneas de actuación y la valoración de la situación actual de las actuaciones, ilustrativa de déficit acusados en los mencionados ámbitos de la política de apoyo según las empresas jóvenes.

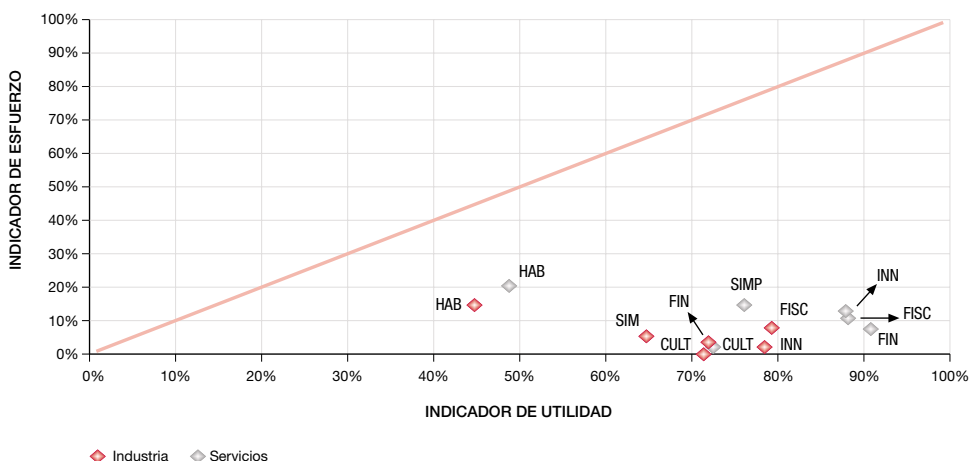
También se aprecia que existen déficit significativos, pero de menor envergadura, en los ámbitos de “Crear una cultura más emprendedora” y “Simplificación y adaptación de la regulación”. En éstos, la diferencia entre el porcentaje de empresas que considera su utilidad elevada y el porcentaje de empresas que considera elevado el esfuerzo público es cercana al 60%. De nuevo, ello apunta a que, en opinión de las empresas, existen posibilidades de reforzar el apoyo público a la creación y consolidación de empresas.

El menor déficit se registra en el ámbito de “impulsar las habilidades”, lo que resulta de la combinación de dos factores: este es el ámbito considerado menos útil por las empresas y, además, las empresas están más satisfechas con los esfuerzos públicos realizados en este ámbito que en los restantes.

DÉFICIT DE ACTUACIONES SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD

El análisis sectorial de los déficit de la política de apoyo permite ilustrar hechos interesantes sobre las diferentes valoraciones de dicha política en la industria y los servicios (Anexo II). En ambos sectores, los indicadores de utilidad registrados en cada ámbito de la política de apoyo son superiores a los indicadores de esfuerzo. Esto es, la valoración empresarial lleva a detectar “déficit” de la política de apoyo en todos los ámbitos considerados. Además, los déficit de las actuaciones de la política de apoyo tienden a ser más acusados en las empresas de servicios que en las industriales

INDICADORES DE UTILIDAD Y ESFUERZO EN LAS EMPRESAS INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS



Fuente: Cámaras de Comercio

**** Simplificación y adaptación de la regulación (SIMP), Mejorar la fiscalidad de la empresa joven (FISC), Impulsar las habilidades (HAB), Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años (FIN), Impulsar la innovación empresarial (INN), Crear una cultura más emprendedora (CULT).**

Esto sucede de forma marcada con los ámbitos de “Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas” y, en menor medida, “Mejorar la fiscalidad de la empresa joven”. La valoración de su utilidad es muy superior en las empresas de servicios y, a pesar de que están más satisfechas con el esfuerzo público realizado que las empresas industriales, se detecta un déficit más intenso. Los déficit detectados a partir de la opinión de las empresas industriales y de servicios prácticamente coinciden en los ámbitos de “Simplificación y adaptación de la regulación”, “Crear una cultura más emprendedora”, “Impulsar la innovación empresarial” e “Impulsar las habilidades”.



La conclusión principal que se extrae del análisis precedente es que, a partir de la opinión de las empresas, cabe inferir que éstas consideran que **existen acusados déficit de la política de apoyo**. Este resultado debe ser interpretado con cierta cautela, debido a que se está valorando la suficiencia de unas actuaciones sobre las que, en la práctica, se tiene un **grado de conocimiento bajo**.

A fin de profundizar sobre esta cuestión, presentamos a continuación algunos datos sintéticos sobre el conocimiento de instrumentos concretos de la política de apoyo, que pueden ser tomados como aproximativos del grado de conocimiento de esta política.

La Tabla 8 resume la situación respecto al grado de conocimiento de distintos instrumentos¹⁸. Se aprecia que el conocimiento de **los instrumentos señalados oscila entre el valor mínimo de los instrumentos de apoyo a la innovación (sólo los conoce el 28,4% de las empresas) y el valor máximo de los programas de formación de ocupados, que conoce el 59,7% de las empresas estudiadas**.

TABLA.8

Instrumento	Conocimiento	
	Sí	No
VUE	36,7%	63,3%
Formación emprendedores	51,6%	48,4%
Formación ocupados	59,7%	40,3%
Financiación	45,4%	54,6%
Innovación	28,4%	71,6%

Fuente: Cámaras de Comercio

En conjunto, **de las 208.386 empresas que constituyen el universo analizado, hay un 14,5% que no conoce ninguno de los instrumentos señalados** (Tabla 9). En torno al 60% de las empresas conoce, como máximo tres instrumentos, mientras que un 13,7% conoce cuatro, porcentaje que se sitúa en un 8,5% en el caso de las empresas que conocen todos los instrumentos analizados.

¹⁸ Debe observarse que la gama de instrumentos de apoyo que se considera en el estudio es más amplia. Además de los recogidos en la tabla, se incluyen medidas de carácter hipotético (beneficios de una mayor simplificación de documentos administrativos y de ventajas fiscales en el momento de crear la empresa) y otros relacionadas con el fomento de la cultura emprendedora. A efectos de valorar el conocimiento de la política de apoyo, sin embargo, se debían considerar únicamente los instrumentos existentes que requieran una participación activa de las empresas a fin de beneficiarse de los mismos.

TABLA.9

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS EN FUNCIÓN DEL NÚMERO DE INSTRUMENTOS CONOCIDOS

Número mínimo de instrumentos conocidos	Número de empresas	Porcentaje
Ninguno	30.246	14,5%
Uno	44.312	21,3%
Dos	47.571	22,8%
Tres	40.023	19,2%
Cuatro	28.471	13,7%
Cinco	17.763	8,5%
Total	208.386	100%

Fuente: Cámaras de Comercio

Las cifras que se han presentado, ilustrativas del bajo grado de conocimiento de los instrumentos de apoyo a la creación de empresas, abogan por una interpretación cautelosa de la valoración empresarial sobre el esfuerzo público realizado y, por tanto, de la magnitud de los déficit detectados. Pues, en definitiva, las empresas están valorando una política que sienten como muy necesaria (a tenor de la utilidad que se le otorga), pero sobre la que parecen tener una información insuficiente. Esto es, **cabe la posibilidad de que, en cierta medida, la gran insatisfacción que sienten las empresas sobre la situación actual de la política de apoyo**, que se infiere de la valoración eminentemente negativa del esfuerzo público, **refleje su falta de conocimiento sobre los mecanismos e instrumentos que existen actualmente** para impulsar su creación y consolidación¹⁹.

Esta posibilidad parece apoyada por la valoración relativamente positiva de las empresas que conocen cada uno de los instrumentos respecto a la utilidad que éstos les reportan. Estas valoraciones reflejan el grado de satisfacción de las empresas con medidas concretas y conocidas de la política de apoyo y, en este sentido, pueden tomarse como indicativas de la satisfacción con el estado actual de la política de apoyo. Pues bien, la información resumida en la Tabla 10 apunta a que las empresas que conocen los instrumentos de apoyo valoran de forma eminentemente positiva la utilidad de los mismos. El porcentaje de empresas que considera su utilidad elevada es, en la gran mayoría de los casos, superior al 20% o incluso al 30% del total. Y también es alto el porcentaje de empresas que conoce los instrumentos y sostiene que la utilidad que éstos reportan a su empresa sea media (entre el 30% y el 60% de las empresas). De esta manera, las empresas que consideran baja la utilidad de los instrumentos en los que se materializa la política de apoyo no suponen, en general, más del 30% del total.

¹⁹Otra cuestión, que se tratará más adelante, es la necesidad de facilitar el conocimiento entre las empresas de los instrumentos y mecanismos existentes para impulsar su creación y consolidación mediante, entre otros aspectos, una mayor simplificación y coordinación de la información sobre tales instrumentos.

TABLA.10

VALORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS

(Sólo empresas que conocen los instrumentos)

	Elevada	Media	Baja	Ns/Nc
VUE	26,1%	38,9%	31,2%	3,8%
Formación emprendedores	37,2%	46,7%	15,6%	0,5%
Formación ocupados	29,5%	38,0%	31,7%	0,9%
Financiación				
Préstamos participativos	41,7%	39,4%	17,4%	1,5%
Líneas de financiación del ICO para la PYME	34,1%	48,2%	15,6%	2,0%
Microcréditos (ICO y otras entidades)	36,1%	44,6%	16,7%	2,5%
Líneas de financiación preferente de los Gobiernos regionales	33,7%	44,5%	21,0%	0,9%
Sociedades de Garantía Recíproca	9,5%	72,5%	16,4%	1,5%
Fondos de Capital riesgo	11,9%	63,0%	22,0%	3,0%
Innovación				
Ayudas del Programa de Fomento de la Innovación Tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología	26,6%	48,8%	23,6%	1,0%
Ayudas a la innovación canalizadas por los Gobiernos regionales y las Agencias de Desarrollo	5,3%	54,8%	39,9%	-
Ayudas y servicios para la creación y consolidación de empresas innovadoras de Parques científicos y tecnológicos, viveros de empresas y Centros Europeos de Empresas e Innovación	14,0%	59,5%	24,5%	2,0%
Créditos del Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial	24,4%	46,8%	27,7%	1,1%

Fuente: Cámaras de Comercio

En resumen, cuando se restringe la atención a las empresas que conocen cada uno de los instrumentos de apoyo, se advierte que estas medidas específicas de la política de apoyo tienden a ser consideradas de utilidad media y elevada. Esto puede ser tomado como indicativo de una mayor satisfacción con los instrumentos de apoyo y, por tanto, con la política de apoyo. Nuevamente, esto conduce a concluir que la elevada insatisfacción con la situación de la política de apoyo que se desprende de las valoraciones del conjunto de empresas jóvenes (conozcan o no los instrumentos de apoyo) puede deberse en alguna medida, aunque no en su totalidad, al alto grado de desconocimiento de las medidas concretas en las que la política de apoyo se materializa

Por tanto, aunque la existencia de déficit en las actuaciones de la política de apoyo se encuentra firmemente apoyada por las valoraciones de las empresas, la “magnitud” de los déficit debería ser interpretada con cautela: en parte, pueden estar reflejando la falta de conocimiento sobre la política de apoyo.

4.2. Búsqueda de información y uso del apoyo a la creación y consolidación

Este apartado presenta los resultados del análisis de los perfiles empresariales en función de la inclinación a buscar información y a emplear la política de apoyo. Como se mencionó en el apartado metodológico, se tomarán como variables explicativas (potenciales) el tamaño de las empresas y el capital humano de los socios. En 4.2.1. se definen las variables empleadas en el análisis, y el resto del apartado resume los resultados obtenidos.

4.2.1. Definición de variables

El análisis requiere, primero de todo, definir variables operativas que reflejen las decisiones de búsqueda de información y uso sobre la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial. Respecto a las **decisiones de búsqueda**, las aproximaremos con las dos variables siguientes:

- a) **Instituciones.** La encuesta incluye la siguiente pregunta: ¿Ha acudido Usted a alguna institución de apoyo para tratar de crear su empresa o con posterioridad?²⁰ El hecho de que una empresa se dirija a las instituciones puede tomarse, por lo tanto, como indicativo de un esfuerzo activo para informarse sobre la política de apoyo, frente a las empresas que no han acudido a ninguna institución.

La variable “Instituciones” se define de forma dicotómica, con valor 0 si la empresa no ha acudido a ninguna institución para obtener ayuda para crear su empresa o en los años posteriores para consolidarla, y valor 1 en caso contrario (Tabla 11).

- b) **Conocimiento.** El conocimiento de los instrumentos de apoyo se tomará como variable que, de forma indirecta, aproxima las decisiones de búsqueda. El conocimiento es el resultado de un esfuerzo activo de búsqueda (acudiendo a instituciones, buscando documentación, obteniendo formación sobre los esquemas de apoyo a las empresas), aunque también puede reflejar actos causales (obtención de información “accidental”) no dirigidos específicamente a obtener información. En cualquier caso, puede sostenerse que un mayor conocimiento de la política de apoyo reflejará un mayor esfuerzo de búsqueda de información.

Bajo esta perspectiva, se utilizará la variable “Conocimiento” como variable proxy de la búsqueda de información. Se define de forma dicotómica. Toma valor 0 si

²⁰ Las instituciones de apoyo consideradas son: Cámaras de Comercio, Consejerías de Economía o Agencias de Desarrollo regionales, Ayuntamientos, Otros organismos públicos (ICO, Ministerios, etc).

una empresa no conoce ningún instrumento de apoyo y valor 1 si conoce al menos 1 (Tabla 11). Los instrumentos considerados son: VUE, cursos de formación para emprendedores, oferta de formación ocupados, financiación, innovación²¹.

TABLA.11

VARIABLES DEPENDIENTES Y EXPLICATIVAS	
Tipo de variable	Descripción
Variable dependiente	
Instituciones	Variable dicotómica: 0 = No ha acudido a ninguna institución; 1 = Acudió al menos a una
Conocimiento	Variable dicotómica: 0 = No conoce ningún instrumento; 1 = Conoce al menos uno
Uso	Variable dicotómica: 0 = No ha empleado ningún instrumento de apoyo; 1 = Ha empleado al menos uno
Variables explicativas	
Tamaño	
Asalariados en 1999	Número de asalariados en el momento de creación de la empresa
Capital humano	
Número de socios	Número de socios creadores de las empresas
Nivel de estudios máximo de los socios	Variable politómica: 1 = primarios; 2 = secundarios; 3 = superiores
Edad media de los socios	Valor medio de la edad de los socios fundadores
Experiencia empresarial	Variable dicotómica: 0 = Ningún socio tiene experiencia empresarial; 1 = Al menos un socio tiene experiencia
Número de socios mujeres	

Fuente: Cámaras de Comercio

En lo que se refiere a las **decisiones de uso**, se trata de diferenciar entre dos grupos de empresas dentro de las que conocen la política de apoyo: las que emplean los instrumentos de apoyo y las que no los emplean. Para ello, se emplea como variable aproximativa la variable "Uso". Esta variable, también dicotómica, toma valor 1 si la empresa conoce y usa al menos un instrumento de apoyo, y valor cero si conoce algún instrumento de apoyo pero no utiliza ninguno (Tabla 11). Los instrumentos considerados son:

²¹A fin de determinar el conocimiento, los instrumentos se encuentran ampliamente definidos. Por ejemplo, se considera que una empresa conoce los mecanismos de apoyo a la financiación si responde afirmativamente a la cuestión: "Con respecto a los mecanismos existentes para apoyar la financiación de las nuevas empresas, ¿conoce usted alguno de estos mecanismos (como, por ejemplo, los microcréditos o las líneas de financiación preferentes y subvenciones canalizadas por las CCAA)?"

cursos de formación para emprendedores, oferta de formación ocupados, financiación, innovación²².

Puesto que las variables potencialmente explicativas de la búsqueda y el uso son el tamaño de las empresas y el capital humano de los socios, se deben establecer variables operativas que aproximen tamaño y capital humano. Éstas, recogidas en la Tabla 11, son las siguientes:

- a) **Tamaño.** Número de asalariados de las empresas en 1999 (año de creación).
- b) **Capital humano de los socios.** Se aproxima por las variables siguientes.

Número de socios. Proporciona una idea de la “masa de capital humano” disponible para crear y consolidar las empresas, en general, y para llevar a cabo procesos de búsqueda e implementación de ayudas, en particular²³.

Nivel de estudios máximo de los socios. Es una variable indicativa de la dotación de capital humano (más nivel de estudios comporta más capital humano)²⁴.

Edad media de los socios. Esta variable incorpora abundante información sobre el capital humano. Por una parte, cuando aumenta la edad, crece la probabilidad de que los socios tengan experiencia empresarial previa. Por otra parte, los socios tienen, generalmente, menor nivel de estudios conforme aumenta su edad media²⁴ (Tabla 12). Ahora bien, estudios previos²⁵ muestran que la edad de los socios es un indicador potente de la motivación (los socios más jóvenes están más motivados en su proceso de creación de empresas), y que este efecto domina sobre la relación entre edad, nivel de formación y experiencia empresarial. En consecuencia, la edad media de los socios se considerará como variable representativa de la motivación y de una combinación especial de capital humano (a mayor edad, se tiene mayor experiencia empresarial previa pero menor nivel de estudios).

Experiencia empresarial. Recoge la importancia de los conocimientos adquiridos mediante la experiencia empresarial (en contraposición con los que se obtienen mediante formación), de forma que guarda una relación positiva con el capital humano.

Número de socios mujeres. El género no es una variable estricta de capital humano. Pero se incluye a fin de prever que exista un comportamiento diferencial en fun-

²² Se considera que se emplean los instrumentos de financiación e innovación si se ha utilizado efectivamente alguno de los mecanismos considerados. Esto es, respecto a financiación, si se ha empleado alguno de los siguientes: préstamos participativos, líneas de financiación del ICO para la PYME, microcréditos (ICO y otras entidades), líneas de financiación preferente de los Gobiernos regionales, sociedades de Garantía Recíproca, fondos de Capital riesgo. Y, respecto a innovación, si se ha utilizado alguno de los siguientes: ayudas del Programa de Fomento de la Innovación Tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología, créditos del Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial, ayudas a la innovación canalizadas por los Gobiernos regionales y las Agencias de Desarrollo, ayudas y servicios para la creación y consolidación de empresas innovadoras de Parques científicos y tecnológicos, viveros de empresas y Centros Europeos de Empresas e Innovación.

²³ El número de socios también puede tomarse como una aproximación del tamaño de las empresas porque, presumiblemente, una participación activa de los socios, como capitalistas y trabajadores, permite alcanzar un mayor nivel de actividad. Sin embargo, desde la perspectiva que nos ocupa, los socios parecen tener un mayor papel como capital humano de la empresa, pues aportan los recursos humanos susceptibles de llevar a cabo procesos de búsqueda de información sobre ayudas.

²⁴ Esto refleja los cambios en el nivel educativo de la población española: la Encuesta de Población Activa muestra que las cohortes de población más jóvenes alcanzan mayores niveles de educación.

²⁵ Factores para Consolidar una Empresa, Cámaras de Comercio, 2002.

ción del género de los socios, en línea con otros estudios de empresa que verifican si, por ejemplo, la presencia de socios de género femenino incide positiva o negativamente sobre las perspectivas de éxito.

TABLA.12

EDAD, NIVEL DE ESTUDIOS Y EXPERIENCIA EMPRESARIAL		
Edad media de los socios de las empresas	Igual o inferior a 40 años	Superior a 40 años
% Empresas con algún socio con estudios superiores	63,5%	48,5%
% Empresas con algún socio con experiencia empresarial	44,4%	63,1%

Fuente: Cámaras de Comercio

La Tabla 13 muestra el impacto que cabe esperar de cada variable explicativa sobre la probabilidad de búsqueda de información y uso de la política de apoyo en función de las dos hipótesis adoptadas. A saber:

Hipótesis 1. Existen costes y beneficios asociados a la búsqueda de información y uso de los mecanismos de apoyo que marcan las decisiones de las empresas.

Hipótesis 2. Las empresas más frágiles con vistas a lograr su consolidación, realizarán mayores esfuerzos de búsqueda de información sobre apoyo público y tratarán de utilizar en mayor medida los instrumentos de apoyo.

Recuérdese que, desde la perspectiva de los costes de búsqueda y uso de las políticas, el tamaño y el capital humano inciden positivamente en la probabilidad de búsqueda de información y uso de la política de apoyo. La razón principal es que las empresas con más dimensión cuentan con más recursos para buscar información y usar la política de apoyo. Asimismo, las empresas con más capital humano se encuentran mejor preparadas para realizar búsquedas de información sobre políticas y resolver, por ejemplo, los trámites asociados a diversas ayudas.

Por el contrario, desde la perspectiva de la “necesidad” de las políticas, el tamaño y capital humano inciden negativamente en la probabilidad de búsqueda de información y uso de la política de apoyo. Puesto que las empresas de dimensión más reducida y cuyos socios tienen menos capital humano presentan peores perspectivas de consolidación, deberían realizar especiales esfuerzos para beneficiarse de la política de apoyo y, de esta manera, impulsar sus perspectivas de consolidación.

TABLA.13

VARIABLES EXPLICATIVAS. IMPACTO PREVISIBLE SOBRE LA PROBABILIDAD DE BÚSQUEDA Y USO DE POLÍTICAS DE APOYO

Impacto sobre búsqueda de información y uso	Hipótesis 1 (costes de búsqueda y uso)	Hipótesis 2 (Consolidación)
Tamaño		
Asalariados en 1999	+	-
Capital humano		
Número de socios	+	-
Nivel de estudios máximo de los socios	+	-
Edad media de los socios	-	-
Experiencia empresarial	+	-
Número de socios mujeres	?	?

Fuente: Cámaras de Comercio

Hay dos variables que requieren consideraciones adicionales: la edad y el número de socios mujeres. Respecto a la edad, se supondrá que incide en todo caso de forma negativa sobre los procesos de búsqueda de información y el uso de políticas (menos edad aumenta las probabilidades de búsqueda de información y uso). Si los emprendedores más jóvenes tienen mayor motivación (y mayor nivel de estudios), deberían tener mayor inclinación a tratar de obtener apoyo para crear y consolidar sus empresas.

En cuanto al impacto del género sobre las decisiones de búsqueda de información y uso, resulta difícil determinar el tipo de influencia previsible. Desde la perspectiva de la consolidación, existe evidencia de que la presencia de las mujeres favorece el éxito empresarial (por tanto, deberían tener menos incentivos a emplear la política de apoyo), pero no es concluyente²⁶. Se considera, pues, relevante incluir la variable en el análisis, a fin de determinar si la presencia de mujeres incide de alguna manera en los procesos de búsqueda de información y uso del apoyo a la creación de empresas.

4.2.2. Instituciones

A continuación, se trata de identificar si hay rasgos de las empresas y los emprendedores que explican las decisiones de acudir a alguna institución de apoyo para obtener ayuda en la creación y consolidación empresarial. Para ello, se utiliza la variable dependiente "Instituciones" como aproximativa del proceso de búsqueda de información sobre el apoyo público a la creación y consolidación empresarial. Las variables explicativas son las representativas del tamaño de la empresa y el capital humano de los socios de las empresas.

²⁶Por ejemplo, Harada (2001) muestra un impacto negativo de la presencia de mujeres sobre las perspectivas de éxito y Cámaras de Comercio un impacto positivo (2002).

Puede obtenerse una primera visión a partir de la información de la Tabla 14. Esta tabla muestra los valores medios de las variables potencialmente explicativas de las decisiones de acudir a instituciones de apoyo para cada grupo de empresas considerado (las que no acudieron a ninguna institución y las que acudieron al menos a una).

TABLA.14

VALORES MEDIOS DE LAS VARIABLES EXPLICATIVAS EN FUNCIÓN DEL NÚMERO DE INSTITUCIONES A LAS QUE SE DIRIGEN LAS EMPRESAS

Variable	No acudió a ninguna institución	Acudió al menos a una
Asalariados en 1999	1,79	1,78
Número de socios	2,1	2,8
Nivel de estudios máximo de los socios	Superiores	Superiores
Edad media de los socios	42	39
Experiencia empresarial	Sí	Sí
Número de socios mujeres	0,5	0,7

* Para las variables dictonómicas, se muestra la categoría correspondiente a la respuesta más frecuente

Fuente: Cámaras de Comercio

Con respecto al tamaño de las empresas, el número de asalariados es prácticamente idéntico en ambos grupos de empresas. Ahora bien, **en términos de capital humano sí se aprecian ciertas disparidades** entre los dos grupos de empresas. En primer lugar, debe subrayarse que el número de socios es bastante más elevado, en promedio, en las empresas que acudieron al menos a una institución de apoyo durante la creación de empresas o con posterioridad (2,8 socios frente a un valor medio de 2,1 en las empresas que no acudieron a ninguna institución). También se aprecia que la edad media de los socios de las empresas que no han acudido a ninguna institución de apoyo es igual a 42 años, cifra sensiblemente superior a la correspondiente a las empresas que sí han acudido (39 años). Por último, la presencia de mujeres como socios de las empresas es ligeramente superior en las empresas que acuden a instituciones de apoyo (0,7 socios son mujeres en promedio) que en el grupo de empresas que no se ha dirigido a ninguna institución (0,5 socios mujeres).

En las restantes variables de capital humano no parecen existir diferencias entre las empresas que acuden y no acuden a las instituciones de apoyo. La Tabla 14 muestra que, respecto al nivel de estudios y experiencia empresarial, no hay diferencias apreciables entre los dos grupos de empresas. Tanto en las empresas que acuden a instituciones de apoyo como en las que no lo hacen, hay más de un 50% de las empresas en las que algún socio tiene experiencia empresarial previa. Además, en ambos casos, el valor más frecuente de la variable “Nivel de estudios máximo de los socios” es el correspondiente a los estudios superiores.

TABLA.15

ACCESO A LAS INSTITUCIONES. TESTS DE IGUALDAD DE MEDIAS

Variable	Test-t
Asalariados en 1999	-0,954
Número de socios	-2,425
Nivel de estudios máximo de los socios	-1,225
Edad media de los socios	3,105
Experiencia empresarial	0,282
Número de socios mujeres	-1,333

Fuente: Cámaras de Comercio

Resumiendo, el análisis de medias apunta a que existen diferencias en términos del número de socios y su edad entre las empresas que acuden y no acuden a las instituciones en busca de ayuda para crear y consolidar las empresas. Estas diferencias presentan significatividad estadística, de acuerdo con los tests-t de igualdad de medias realizados (Tabla 15).

La propensión a acudir a instituciones de apoyo parece estar relacionada, de acuerdo con los resultados comentados, con el número de socios que crean las empresas (positivamente) y con la edad media de éstos (negativamente). Los resultados de la regresión logística de la variable “Instituciones”, tomando como variables explicativas el número de socios y su edad media, confirman estas influencias²⁷. El coeficiente β de las dos variables resulta estadísticamente significativo, lo que indica que **tanto el número de socios como su edad media afectan a la probabilidad de que las nuevas empresas acudan a instituciones de apoyo**. El signo positivo del coeficiente de la variable “Número de socios” indica que la influencia de este factor sobre la probabilidad de acudir a instituciones es positiva, mientras que el signo negativo de “Edad media de los socios” apunta a un impacto negativo de la edad sobre la probabilidad de acudir a instituciones en búsqueda de apoyo.

El “odds ratio” [exp (β)] asociado a cada variable explicativa nos aporta interesante información adicional sobre la magnitud del impacto de estas variables sobre la probabilidad de acudir a las instituciones de apoyo. El valor correspondiente a la variable “Número de socios” (Tabla 16) es igual a 1,202, lo que significa que **un aumento unitario del número de socios que constituyen una empresa hace aumentar la probabilidad de que ésta acuda a las instituciones de apoyo en un 20%**. Esto es, el número de socios actúa como factor potenciador de la aparición del suceso “Acude al menos a una institución”.

²⁷En el Anexo IV se describen las características técnicas de la regresión logística.

TABLA.16

REGRESIÓN LOGÍSTICA. VARIABLE DEPENDIENTE: "INSTITUCIONES"

VARIABLES INDEPENDIENTES	B	S.E.	WALD*	SIG.	EXP(B)
Número de socios	0,184	0,078	5,624	0,018	1,202
Edad media de los socios	-0,033	0,012	7,242	0,007	0,968
Constante	0,892	0,521	2,93	0,087	2,439

* Valores del Test de Wald superiores a 4 conducen a rechazar la hipótesis nula $\beta = 0$

Fuente: Cámaras de Comercio

La edad media de los socios actúa en sentido contrario. El valor de exp (β) correspondiente a la variable "Edad media de los socios" es igual a 0,968. Esto implica que al aumentar en un año la edad media de los socios de las empresas, la probabilidad de que acudan a las instituciones de apoyo disminuye en un 4%. Este impacto es bastante potente. De hecho, si se definiera la variable edad de forma dicotómica:

Edad = 0; si la edad media de los socios es igual o inferior a 40 años.

Edad = 1; si la edad media de los socios es superior a 40 años.

se encuentra que las empresas que tienen socios con edad media inferior a 40 años tienen el doble de probabilidad de acudir a las instituciones de apoyo que las empresas cuyos socios tienen una edad media superior a 40 años.

A modo de conclusión, realizaremos una síntesis e interpretación de los resultados presentados. De las variables potencialmente explicativas de la propensión a acudir a las instituciones de apoyo, sólo el número de socios y su edad media tienen un impacto estadísticamente significativo. Respecto a la primera, el aumento del número de socios potencia la probabilidad de que las empresas jóvenes acudan a las instituciones en busca de ayuda. Una posible explicación es que, **al haber más socios creadores, la empresa se encuentra en mejor posición para emprender el proceso de búsqueda de ayudas para crear y consolidar la empresa.** Desde luego, si se compara la carga de trabajo y responsabilidad que supone crear una empresa en solitario, con las economías de escala (reparto de responsabilidades) susceptibles de alcanzarse si la empresa es lanzada por un grupo de socios, resulta comprensible que las empresas con más socios sean más propensas a acudir a instituciones de apoyo.

En cuanto a la fuerte influencia de la edad de los socios sobre la probabilidad de acudir a instituciones de apoyo, los resultados parecen indicar que **en las empresas constituidas por socios más jóvenes, su mayor motivación lleva a plantearse con más frecuencia la posibilidad de acudir a instituciones de apoyo** que puedan potenciar sus perspectivas de consolidación. Y a ello, además, coadyuva el hecho de que los socios más jóvenes tienen mayor nivel de estudios, lo que es susceptible de facilitar el proceso de búsqueda.

Estos resultados apuntarían a que **los costes de búsqueda son relativamente más importantes como determinantes de la búsqueda de información sobre ayudas que las perspectivas de consolidación de las empresas.** Las empresas con más socios presentan mejores perspectivas de consolidación, de forma que deberían acudir

en menor medida a buscar apoyo (en caso de que éste sea solicitado por las empresas más frágiles). En la práctica, parecen ser las empresas con más capital humano las que más acuden a buscar información, lo que indicaría la existencia de costes de búsqueda más fácilmente soslayables por las empresas que tienen más capital humano. Esta conclusión se refuerza al tener en cuenta el fuerte impacto de la edad sobre la probabilidad de acudir a las instituciones. En la medida que la edad está negativamente asociada a la motivación, era predecible que las empresas lideradas por socios más jóvenes (más motivados) fueran más propensas a acudir a las instituciones en busca de apoyo. Pero, además, los socios más jóvenes tienen mayores niveles de estudios, y ello es susceptible de facilitar la búsqueda (reducir sus costes).

4.2.3. Conocimiento

Trataremos de obtener información adicional sobre los determinantes de las decisiones de búsqueda de información a través del análisis de la variable “Conocimiento” (instrumentos de apoyo conocidos por las empresas). Como se mencionó anteriormente, esta variable es indicativa del resultado del proceso de búsqueda de información, sea activa (acudiendo a instituciones, buscando fuentes documentales, acudiendo a encuentros informativos, mediante actividades de formación), o “accidental” (obtención de información sin llevar a cabo un esfuerzo activo).

A fin de detectar si existen rasgos diferenciadores de las empresas en función de su conocimiento de los instrumentos de apoyo, se consideran inicialmente los **valores medios de las variables potencialmente explicativas** (Tabla 17), obtenidos para cada uno de los grupos en los que se han dividido las empresas (no conocen ningún instrumento o conocen al menos uno).

En cuanto al **tamaño empresarial**, el número de asalariados en el momento de su creación es sensiblemente más elevado en las empresas que conocen al menos un instrumento (tienen 1,9 asalariados, frente a 1,1 en las empresas que no conocen ningún instrumento).

TABLA.17

VALORES MEDIOS DE LAS VARIABLES DE TAMAÑO Y CAPITAL HUMANO EN FUNCIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LOS INSTRUMENTOS

Variable*	No conoce ninguno	Conoce al menos uno
Asalariados en 1999	1,1	1,9
Número de socios	2,1	2,5
Nivel de estudios máximo de los socios	Secundarios	Superiores
Edad media de los socios	41	40
Experiencia empresarial	No	Sí
Número de mujeres	0,5	0,6

* Para las variables dicotómicas, se muestra la categoría correspondiente a la respuesta más frecuente
Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a las variables representativas **del capital humano**, se aprecia que las empresas que conocen al menos uno de los instrumentos, están formadas por equipos de socios algo más numerosos que las empresas que no conocen los instrumentos. Además, los socios son algo más jóvenes y las mujeres tienen una presencia ligeramente superior que la registrada en las empresas que no conocen los instrumentos. El nivel de estudios de los socios y la experiencia empresarial previa también es más favorable en las empresas que conocen algún instrumento. En este grupo, el nivel de estudios más frecuente (del socio con mayor nivel de estudios) es el superior (secundario en las empresas que no conocen algún instrumento); y la mayoría de las empresas cuentan con algún socio con experiencia empresarial previa (resultado contrario al que se da en las empresas que no conocen algún instrumento).

TABLA.18

CONOCIMIENTO DE LOS INSTRUMENTOS. TESTS DE IGUALDAD DE MEDIAS

Variable	Test-t
Asalariados en 1999	-2,88
Número de socios	-2,346
Nivel de estudios máximo de los socios	-3,146
Edad media de los socios	0,543
Experiencia empresarial	-1,558
Número de mujeres	-0,558

Fuente: Cámaras de Comercio

En suma, el análisis de los valores medios apunta a que las variables de tamaño y capital humano tienen valores medios algo diferenciados en los dos grupos de empresas analizados. Ahora bien, los tests de igualdad de medias sugieren que tales diferencias son estadísticamente significativas únicamente para tres variables, a saber, el número de asalariados, el número de socios y el nivel de estudios (Tabla 18).

Los estadísticos presentados indicarían que, de las variables consideradas, las que tienen un impacto a la hora de explicar el grado de conocimiento de los instrumentos de apoyo son el número de asalariados de las empresas, el número de socios y su nivel de estudios. La regresión logística de la variable independiente “Conocimiento”, tomando como variables explicativas las tres mencionadas, ilustra la significatividad estadística de estas variables (el coeficiente β es estadísticamente significativo) y permite cuantificar el impacto que ejercen sobre la probabilidad de que las empresas conozcan la política de apoyo.

Con respecto a esta última cuestión, deben considerarse los valores obtenidos para el “odds ratio” [$\exp(\beta)$] asociado a cada una de las variables. Este ratio es igual a 1,073 para la variable “Asalariados en 1999”, lo que supone que aumentos unitarios en el número de asalariados conducen a incrementos de probabilidad de conocer al menos un instrumento igual al 7%. La influencia del número de socios también es relevante: una empresa creada, por ejemplo, por tres socios tiene una probabilidad de conocer al

menos alguno de los instrumentos de apoyo superior en un 4,3% a la correspondiente a una empresa creada por dos socios. Por último, cabe destacar el elevado efecto potenciador del nivel de estudios sobre la probabilidad de que se conozca la política de apoyo: en las empresas en las que alguno de los socios tiene estudios superiores, la probabilidad de conocer al menos un instrumento se multiplica por un factor igual a 1,7 respecto a la probabilidad de una empresa cuyos socios tienen como máximo nivel de estudios secundarios.

TABLA.19

REGRESIÓN LOGÍSTICA. VARIABLE DEPENDIENTE: CONOCIMIENTO

Variables independientes	β	S.E.	Wald*	Sig.	Exp(β)
Asalariados en 1999	0,071	0,037	3,665	0,056	1,073
Número de socios	0,042	0,017	5,947	0,015	1,043
Nivel de estudios máximo de los socios	0,537	0,228	5,55	0,018	1,711
Constante	0,627	0,629	0,994	0,319	1,873

* Valores del Test de Wald superiores a 4 conducen a rechazar la hipótesis nula $\beta = 0$

Fuente: Cámaras de Comercio

En resumen, el análisis estadístico efectuado revela que **el capital humano de los socios juega un papel de gran relevancia para explicar el grado de conocimiento de la política de apoyo**. Las empresas con más capital humano (más socios y más nivel de estudios de éstos) son las más proclives a conocer los instrumentos de la política de apoyo. Ciertamente, más que la “masa” de capital humano (socios fundadores), destaca el carácter potenciador del nivel de estudios de los socios sobre la probabilidad de conocer al menos un instrumento. Ello sugeriría que una mejora del nivel de cualificación de los socios facilita el acceso a la información sobre la política de apoyo, lo cual se podría producir por dos vías:

- ❖ Una, directa, si los estudios efectuados incluyen materias relativas a la política pública en general y los mecanismos de apoyo a las empresas.
- ❖ Otra, indirecta, si los socios con mayor nivel de estudios tienen más tendencia a documentarse e informarse por diversas vías sobre las posibilidades del apoyo a la creación de empresas y más facilidad para realizar esta búsqueda de información.

También resulta destacable el efecto favorable del número de asalariados sobre la probabilidad de conocer al menos algún instrumento. Esto puede interpretarse como una evidencia de la existencia de “costes fijos” en el proceso de búsqueda de información sobre los instrumentos de apoyo, que serían más fácilmente asumibles por empresas de mayor dimensión.

En suma, el capital humano de los socios y el tamaño de las empresas actúan como factores potenciadores de la probabilidad de conocer los instrumentos de apoyo. Esto



apoyaría la existencia de **costes de búsqueda de información**, que serían más fácilmente soportados por las empresas que disponen de más capital humano (socios), con mayor calidad del mismo (nivel de estudios) y más dimensión para absorber los costes (con mayor tamaño empresarial). En todo caso, **no se encuentra evidencia de que las empresas con peores perspectivas de consolidación** (menor dimensión inicial y capital humano), que podrían estar más interesadas en la política de apoyo a fin de impulsar sus perspectivas de éxito, **tengan mayores probabilidades de conocer esta política**. Un mayor conocimiento por parte de estas empresas parece verse impedido, precisamente, por su dimensión y capital humano, que son inferiores a las empresas más conocedoras de la política de apoyo.

4.2.4. Uso de instrumentos de apoyo

Por último, se tratará de realizar inferencias sobre los aspectos que inciden en la probabilidad de que las empresas (conocedoras de los instrumentos de apoyo) los utilicen efectivamente.

El análisis del perfil de empresa usuaria de los instrumentos de apoyo se realiza mediante la consideración de una parte de las empresas encuestadas: las que conocen al menos uno de los instrumentos de apoyo. Intuitivamente, la idea del análisis consiste en dividir a este grupo de empresas (que conoce los instrumentos) en dos subgrupos:

- a) Las empresas que conocen los instrumentos y los emplean.
- b) Las empresas que conocen los instrumentos pero no los utilizan.

A partir de esta clasificación, se trata de identificar si existen ciertas características de tamaño y capital humano explicativas de la probabilidad de utilizar los instrumentos de apoyo.

TABLA.20

VALORES MEDIOS DE LAS VARIABLES EXPLICATIVAS EN FUNCIÓN DEL USO DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO

Variable*	No usa ninguno	Usa al menos uno
Asalariados en 1999	1,42	2,15
Número de socios	2,3	2,6
Nivel de estudios máximo de los socios	Secundarios	Superiores
Edad media de los socios	41	39
Experiencia empresarial	No	Sí
Número de mujeres	0,5	0,8

* Para las variables dicotómicas, se muestra la categoría correspondiente a la respuesta más frecuente

Fuente: Cámaras de Comercio

Como se hizo anteriormente, el primer paso consiste en calcular los valores medios de las variables potencialmente explicativas del uso de los instrumentos de apoyo en los dos grupos de empresa. Los resultados, que se recogen en la Tabla 20, sugieren que las empresas que utilizan al menos uno de los instrumentos en comparación con las que no usan ninguno, tienen un mayor tamaño (asalariados) y un número de socios algo superior. Además, los socios tienen con más frecuencia experiencia empresarial y nivel de estudios superiores, son más jóvenes y las mujeres están algo más presentes en las empresas usuarias de algún instrumento.

TABLA.21

USO DE LOS INSTRUMENTOS. TESTS DE IGUALDAD DE MEDIAS

Variable	Test-t
Asalariados en 1999	-2,676
Número de socios	-1,995
Nivel de estudios máximo de los socios-	2,967
Edad media de los socios	1,442
Experiencia empresarial	-1,932
Número de mujeres	-1,012

Fuente: Cámaras de Comercio

De acuerdo con los resultados del test-t de igualdad de medias (Tabla 21), la diferencia en los valores medios de las variables “Asalariados en 1999” y “Nivel de estudios máximo de los socios” resulta estadísticamente significativa. Las variables “Número de socios” y “Experiencia empresarial” se encuentran próximas al umbral de aceptación de la hipótesis de no diferencia en los valores medios. En otras variables (edad de los socios y género), que parecían presentar valores medios diferentes, se acepta, sin embargo, la hipótesis de igualdad de medias.

En conjunto, los resultados presentados hasta el momento apuntan a un impacto marcado del tamaño de la empresa y el nivel de estudios de los socios sobre la probabilidad de utilizar algún instrumento de apoyo, mientras que el impacto del número de socios y su experiencia empresarial se detecta pero de forma más débil.

TABLA.22

REGRESIÓN LOGÍSTICA. VARIABLE DEPENDIENTE: USO

VARIABLES INDEPENDIENTES	B	S.E.	Wald*	Sig.	Exp(β)
Asalariados en 1999	0,034	0,014	5,518	0,019	1,034
Nivel de estudios máximo de los socios	0,508	0,17	8,935	0,003	1,661
Constante	-1,566	0,444	12,427	0	0,209

* Valores del Test de Wald superiores a 4 conducen a rechazar la hipótesis nula $\beta = 0$

Fuente: Cámaras de Comercio

Un análisis econométrico de la probabilidad de utilizar algún instrumento de apoyo, mediante un ajuste logístico de la variable “Uso”, sugiere que las variables que afectan de forma significativa a esta probabilidad son el número de asalariados de la empresa en 1999 y el nivel de estudios máximo de los socios. Los resultados obtenidos en dicho modelo (una vez eliminadas las variables cuyos coeficientes no pasaban el test de significatividad de Wald) se muestran en la Tabla 22

Con respecto al número de asalariados, el valor del “odds ratio” [exp (β)] es igual a 1,034. Esto significa que la probabilidad de utilizar al menos un instrumento es 1,034 veces la que existiría si la empresa tuviera un trabajador asalariado menos. Conforme crece el número de asalariados, por lo tanto, va aumentando de forma progresiva la probabilidad de que las empresas utilicen los instrumentos de apoyo.

A su vez, respecto a la variable de nivel de estudios de los socios, el valor que registra el “odds ratio” indica que las empresas que tienen algún socio con estudios superiores tienen una probabilidad superior de utilizar algún instrumento en un 66% a la de las empresas cuyos socios tienen, como máximo, estudios secundarios.

En suma, variables de tamaño (asalariados) y de capital humano (nivel de estudios) condicionan no sólo la probabilidad de que las empresas conozcan instrumentos de apoyo, sino también la probabilidad de que, una vez conocidos, los empleen efectivamente. ¿Cómo podemos interpretar estos resultados?

Nuevamente, **ello parece indicar que el efecto consolidación (que llevaría a que las empresas más frágiles traten de apoyarse para impulsar sus perspectivas de consolidación) se ve impedido por la presencia de costes de uso.** A continuación argumenta esta posibilidad.

Téngase presente, en primer lugar, la evidencia empírica que indica que el tamaño inicial de las nuevas empresas y el nivel de estudios²⁸ de sus socios impulsa las perspectivas de consolidación. De ahí cabría inferir que las empresas con menor dimensión inicial y cuyos socios tienen menor nivel de estudios, fueran más proclives a emplear apoyo público (a fin de incrementar sus perspectivas de éxito). Sin embargo, la probabilidad de uso de los instrumentos de apoyo es mayor en empresas con mayor dimensión inicial y más nivel de estudios de sus socios. Parte de la explicación de la aparente contradicción puede encontrarse en la existencia de “costes de uso” de la política de apoyo, que se reducen al aumentar la dimensión de las empresas y su capital humano. Y ello, por el menor coste asociado a la tramitación de las ayudas en empresas con mayor capital humano, así como por la capacidad de absorber éstos y otros costes²⁹ en empresas de mayor dimensión. Por tanto, un mayor uso de los instrumentos de apoyo por parte de las empresas que, normalmente, tienen una mayor fragilidad (menor tamaño y capital humano), parece verse dificultado por estas características. Apunta en esta dirección el hecho de que las empresas de mayor dimensión y capital humano encuentran mayores facilidades para utilizar la política de apoyo.

²⁸ Entre nivel de estudios y consolidación, Hay y Ross (1989) y Cooper et al (1989), por ejemplo, han encontrado una relación positiva.

²⁹ Recuérdese el aspecto mencionado anteriormente sobre las actividades de formación de ocupados y el tamaño empresarial. Una empresa de pequeña dimensión puede sentir la misma necesidad de actividades de formación que una de mayor dimensión, pero no disponer de recursos mínimos que permitan dedicar parte del tiempo de los trabajadores a actividades de formación.

4.3. Obstáculos

A partir del conjunto de información generado en el estudio, es posible realizar una identificación de los aspectos que obstaculizan el aprovechamiento de la política de apoyo por parte de las empresas beneficiarias.

En primer lugar, habría que mencionar que, con independencia de la adecuación de la política actual a las necesidades y características de las empresas, **el bajo conocimiento de las empresas beneficiarias potenciales** (las empresas jóvenes) **impide un mayor aprovechamiento de la política de apoyo**. La cuestión que esto lleva a plantearse es, lógicamente, **¿qué impide a las empresas tener más información sobre la política de apoyo?**

Una parte importante de la respuesta a este interrogante parece encontrarse en las **dificultades de búsqueda de información sobre la política de apoyo y su coste**. En efecto, para un 39% de las empresas jóvenes analizadas, la búsqueda de información sobre las ayudas es un aspecto que les dificulta poder beneficiarse de las mismas. También se aprecia un efecto del tamaño de las empresas y el capital humano de los empresarios sobre la probabilidad de acudir a instituciones de apoyo y, en general, de conocer los instrumentos de la política de apoyo. Y ello es así porque, presumiblemente, las empresas con más dimensión están mejor preparadas para asumir el esfuerzo de búsqueda de información, y para las empresas con más capital humano dicha búsqueda debería resultar más sencilla.

Un segundo obstáculo que parece interferir en el aprovechamiento de la política de apoyo es **la existencia de un coste de uso** asociado a la misma. Téngase presente que para un 61% de todas las empresas jóvenes, la abundante documentación que se exige es un obstáculo que les dificulta beneficiarse de las ayudas. Y este obstáculo parece ser mayor en empresas de menor dimensión y, también, en empresas con menor capital humano de los socios (menor nivel de estudios), puesto que tienen una probabilidad de emplear ciertos instrumentos de apoyo inferior a la de las empresas con mayor dimensión y capital humano.


Otro coste de uso está relacionado con el tiempo que debe dedicar la empresa para beneficiarse de ciertas ayudas, en particular, las relacionadas con la formación. El hecho de que las empresas de menor tamaño sean menos propensas a emplear los instrumentos de apoyo puede tomarse como indicativo de una restricción de recursos, que en el caso de las actividades formativas frenarían la participación de las empresas más pequeñas. De hecho, entre los principales motivos para no participar en cursos de formación para emprender y en formación de ocupados, las empresas mencionan el coste en tiempo que supone dedicarse a estas actividades.

Junto con los obstáculos anteriores, pueden mencionarse **otros obstáculos** que han sido mencionados por las empresas:

- ❖ Falta de adaptación de la formación para emprender, por su duración y horario.
- ❖ Falta de adecuación de los contenidos de la formación para ocupados a las necesidades de las empresas.



- ❖ Los estrictos criterios de elegibilidad para acceder a los instrumentos de apoyo a la financiación.
- ❖ La no adecuación de los mecanismos de apoyo a la innovación a las necesidades de las empresas.



5. Resumen y conclusiones

Instrumentos de Apoyo a

J. Empresas Jóvenes

Uso y Valoración

Resumen y conclusiones

¿Qué opinan las empresas jóvenes sobre la política de apoyo? ¿A qué instituciones acuden y qué instrumentos utilizan? ¿Y qué obstáculos encuentran para beneficiarse del apoyo público? Estas cuestiones han sido examinadas en el presente estudio, a partir de la explotación de los datos obtenidos mediante una encuesta realizada a una muestra significativa de empresas españolas creadas en el año 1999 y activas al inicio de 2003. A continuación se sintetizan los principales resultados obtenidos y se presentan a modo de conclusión las sugerencias que se derivan del estudio para el diseño de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial.

La mayoría de las empresas jóvenes españolas (el 54%) considera que el apoyo público tiene una importancia elevada para la creación y consolidación de empresas de éxito. Los ámbitos de la política de apoyo que consideran más útiles son los relacionados con la fiscalidad, financiación, simplificación de trámites administrativos para crear empresas e innovación empresarial. Los aspectos fiscales y de financiación son críticos para las empresas jóvenes, susceptibles de obstaculizar el nacimiento de las empresas y su expansión. Por lo tanto, se esperaba que las empresas debutantes considerasen de elevada utilidad las políticas que inciden en tales ámbitos. En cuanto a la innovación, resulta llamativo, dado el déficit de España en términos de innovación y la escasa cultura innovadora de las empresas, que cerca del 86% de las empresas considere elevada su utilidad. Es posible que tal valoración sea indicativa de que las nuevas empresas españolas comienzan a valorar de forma más relevante la innovación como estrategia empresarial y factor de éxito.

Otros ámbitos de la política (la evaluación del impacto de la regulación sobre las empresas, la adaptación de la normativa de trabajo, la creación de una cultura emprendedora y el impulso a las habilidades-competencias) son considerados relativamente menos útiles. Posiblemente, las empresas vean como algo lejano e indirecto los beneficios de la evaluación del impacto de la regulación o del fomento de la cultura emprendedora y, por tanto, consideren algo menos útiles estas líneas de actuación. La escasa utilidad que se concede a estas las actuaciones de adaptación de la normativa laboral (en comparación con las restantes) podría explicarse, en parte, por el hecho de que las empresas jóvenes tienen reducida dimensión y, en su mayoría, no tienen asalariados. Por último, la baja valoración de la utilidad de las actuaciones de mejora de habilidades de emprendedores y trabajadores parece ser indicativa de que las empresas debutantes no consideran que disponer de capital humano sea crítico para el éxito empresarial.

La valoración del esfuerzo público realizado para impulsar la creación y consolidación empresarial por parte de las empresas jóvenes es apreciablemente crítica.

Según un 62% de estas empresas, la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial no se encuentra suficientemente desarrollada en España, y consideran que debería mejorarse y ampliarse. Por ámbitos de actuación, la valoración del esfuerzo público realizado es particularmente negativa en lo referente a la financiación y, en alguna menor medida, en innovación, simplificación de trámites administrativos para crear empresas y fiscalidad. Nótese que estos son también los ámbitos de actuación que las empresas consideran más útiles.

A partir de la valoración de utilidad y esfuerzo, cabe inferir que, según las empresas, **existen déficit apreciables de la política de apoyo**. Estos tendrían especial magnitud en los ámbitos de financiación, fiscalidad e innovación. No obstante, la “magnitud” de los déficit debe ser interpretada con cautela, pues se ha constatado un bajo grado de conocimiento de la política de apoyo. Por lo tanto, al menos en parte, las críticas valoraciones del esfuerzo público pueden estar reflejando la falta de conocimiento sobre la política de apoyo.

Dada la utilidad que las empresas jóvenes conceden a la política de apoyo con vistas a lograr crear y consolidar con éxito las empresas, cabría esperar que se acudiera a las instituciones de apoyo de forma generalizada. Sin embargo, el estudio muestra que **cerca del 50% de las empresas jóvenes no ha acudido a ninguna institución** para tratar de obtener ayuda para crear o consolidar su empresa. Las que acuden, se dirigen preferentemente a instituciones “**cercanas al usuario**”, como Ayuntamientos, Cámaras de Comercio y Agencias de Desarrollo Local.

El análisis por instrumentos, aporta interesante información sobre la posición de las empresas ante la política de apoyo. En primer lugar, no deja dudas del **alto grado de desconocimiento de los mecanismos de apoyo**, que alcanza su máximo en los mecanismos de apoyo a la innovación (sólo el 28% de las empresas conocen alguno). Las empresas que los conocen, consideran que la utilidad que reportan es elevada-media (esto es, se obtiene una valoración más positiva que cuando el conjunto de las empresas valoran las líneas de actuación de la política de apoyo).

Cabría esperar que las empresas más frágiles (con menor dimensión inicial y menor capital humano) fueran más proclives a buscar información sobre la política de apoyo y a usar instrumentos de apoyo, con miras a aumentar sus perspectivas de consolidación. En la práctica, el análisis empírico realizado muestra precisamente el resultado contrario: la probabilidad de acudir a instituciones de apoyo para buscar ayuda y de conocer los instrumentos de apoyo, así como la probabilidad de emplearlos, es mayor en las empresas que, en principio, tienen mejores perspectivas de consolidación (mayor dimensión y capital humano).

Ello sugiere la existencia de **costes de búsqueda de información** (que de hecho han sido señalados por las empresas como obstáculo para beneficiarse de la política de apoyo) y **costes de uso**. Los últimos están relacionados en algunos casos con la documentación exigida y, en otros (como la formación), con el tiempo que debe dedicar la empresa para hacer uso de los instrumentos de apoyo. Ambos aspectos han

sido subrayados por las empresas como obstáculos para beneficiarse de la política de apoyo a la creación de empresas y su consolidación. Además, el análisis econométrico realizado apunta a que **las empresas con mayores costes de búsqueda y uso de políticas, y mayores dificultades para asumirlos, son las empresas de menor dimensión y con menor capital humano.**

Por lo tanto, un mayor acceso de las empresas más frágiles a la política de apoyo se ve impedido por los costes asociados a la búsqueda de información y al uso de la política, que soportan con especial intensidad las empresas que presentan peores perspectivas de consolidación.

El bajo conocimiento de las empresas beneficiarias potenciales (las empresas jóvenes) impide un mayor aprovechamiento de la política de apoyo. Ello afecta en mayor medida a las empresas de menor tamaño y menor capital humano de sus socios, que acuden menos a las instituciones de apoyo y presentan un menor conocimiento de los instrumentos de apoyo.

Otro obstáculo que interfiere en el aprovechamiento de la actual política de apoyo es la existencia de un **coste asociado su uso.** La documentación que se exige en ciertos casos es un factor generador de coste, que afecta especialmente a empresas de pequeña dimensión y con menor capital humano. En otros casos, el coste de uso aparece por la propia naturaleza de la ayuda (por ejemplo, la formación, el asesoramiento).

Otros obstáculos para el aprovechamiento de la política de apoyo, mencionados por las empresas, son los que derivan de la **falta de adaptación de los mecanismos de apoyo a las necesidades de la empresa.** Así sucede con la formación para emprender (duración y horario), la formación de ocupados (falta de adecuación de los contenidos) y el apoyo a la innovación.

La política de apoyo a la creación de empresas y su consolidación es poco conocida por las empresas jóvenes. Esto sugiere que hay margen para lograr un mayor aprovechamiento de la política de apoyo, mediante acciones que conduzcan a un aumento del grado de conocimiento entre las nuevas empresas. Por tanto, **una primera recomendación se encuentra en la adopción de estrategias de información y difusión sobre la actual política de apoyo.**

Si, además, se desea que **el acceso de las empresas a la política de apoyo sea potencialmente igualitario,** esto es, que las empresas puedan tratar de beneficiarse de la misma con independencia de sus características (tamaño, capital humano), las estrategias de información y difusión requieren de ciertas adaptaciones. En concreto, se deberían realizar acciones de difusión diseñadas desde el reconocimiento de las peculiaridades de empresas jóvenes que, por tener menos recursos y capital humano, tienen mayores dificultades de acceso a la política de apoyo.

Por otra parte, con miras a lograr una mayor eficacia y aprovechamiento de las actuales medidas de apoyo a la creación y consolidación empresarial, **es necesario mitigar los obstáculos que dificultan su aprovechamiento.** Esto aboga por una reconsideración y simplificación de los trámites administrativos asociados al uso de ciertas medidas. También, en otros casos, se deben adecuar las características de las ayudas a las necesidades de las empresas.

Los obstáculos mencionados afectan especialmente a las empresas jóvenes con menos recursos (incluyendo en éstos el capital humano de los socios fundadores). Por lo tanto, la reducción de los obstáculos al uso de las medidas de apoyo favorecerá no sólo un mayor aprovechamiento de las mismas, sino además **un aprovechamiento potencialmente más igualitario** (esto es, abierto a todas las empresas, con independencia de los recursos de los que dispongan).

Junto a estas recomendaciones, horizontales, cabe realizar sugerencias respecto a distintas líneas de actuación de la política de apoyo, en las cuales sería posible avanzar en al menos una de las dos líneas siguientes: adecuar los mecanismos de apoyo y/o extenderlos y ampliarlos. En este sentido, se propone:

- **Difundir información sobre la existencia de Ventanillas Únicas Empresariales y los servicios que se ofrecen**

Dada la utilidad que comporta para las empresas la simplificación de trámites para la creación de empresas, debería potenciarse el empleo de servicios que faciliten el proceso de creación. En este sentido, convendría impulsar el uso de las VUE y para ello, además de valorar la suficiencia de las existentes, debe informarse a las empresas nacientes y jóvenes sobre la existencia de estos centros de servicios.

- **Continuar con la simplificación de los documentos y formularios administrativos**

Una parte no despreciable de las empresas jóvenes (el 67%) considera que los documentos y formularios administrativos son complejos y difícilmente comprensibles o algo complicados. También consideran (el 72% de las empresas), que resultaría de utilidad elevada una mayor simplificación de éstos. Todo lo anterior aboga por la realización de esfuerzos adicionales a fin de que las empresas puedan beneficiarse de documentos administrativos más simplificados y, por tanto, de reducciones en el tiempo necesario para cumplimentar formalidades administrativas.

- **Avanzar en la revisión del régimen fiscal de las nuevas empresas**

Las empresas jóvenes se han visto notablemente beneficiadas por la eliminación del Impuesto sobre Actividades Económicas. Para avanzar en la línea del establecimiento de un régimen favorable al nacimiento y consolidación empresarial, se sugiere realizar un análisis crítico de la cuotas de la seguridad social que, en su situación actual, son susceptible de obstaculizar el inicio de actividad de unidades económicas de muy pequeña dimensión (autónomos) sin certeza sobre su capacidad inicial de generación de actividad.

- **Fomentar el acceso a la formación para emprender y adecuarla a las necesidades de los nuevos empresarios**

Las recomendaciones respecto a la formación para emprender apuntan en dos direcciones. Por una parte, se debe concienciar a los emprendedores sobre el carácter crítico de esta formación para crear y consolidar empresas con éxito. El hecho de que sólo en el 24,8% de las empresas creadas en 1999 (activas en 2003) algún

socio haya realizado cursos de formación empresarial indica que existe un amplio margen para mejorar la preparación específica de los emprendedores, pero ello pasa por una mayor concienciación de los emprendedores respecto a los beneficios de esta formación, que impulse la participación. Por otra parte, cabe mejorar la calidad de la formación, impulsando su carácter práctico, y mitigando los obstáculos que dificultan la participación (la falta de adecuación de la duración y el horario, así como el coste en tiempo). Cuando la empresa se encuentra activa, la formación del emprendedor se complica enormemente, por la falta de tiempo. En este marco, los esquemas de formación a medida en el puesto de trabajo pueden tener especial interés.

- **Mejorar los contenidos y organización de la formación de ocupados**

Los programas de formación de ocupados podrían tener un mayor impacto, gracias a una reconsideración tanto de sus contenidos como a su organización. Las empresas jóvenes señalan como principal motivo de no participar en la formación de ocupados que los contenidos no responden a sus necesidades y, también que la duración y horario resultan inadecuados. Por tanto, se debería estudiar en profundidad la situación actual de esta oferta formativa identificando, en su caso, las carencias y debilidades de los programas y adecuándolos a la realidad y necesidades de las empresas.

- **Impulsar y facilitar el uso de los instrumentos de financiación**

Un mayor aprovechamiento de los mecanismos actualmente existentes para apoyar la financiación de las empresas en proceso de creación y consolidación parece posible, pues las empresas jóvenes conocen de forma muy insuficiente estos mecanismos. Por tanto, se debe facilitar el acceso de los emprendedores a la información sobre los instrumentos de financiación.


Además, se debería estudiar la adecuación de los mecanismos de apoyo financiero dadas las características y necesidades de las nuevas empresas que están siendo creadas. Téngase presente que uno de los principales motivos por los que las empresas que conocen estos mecanismos no los han empleado es que no cumplían los requisitos para ser elegibles. Esto puede tomarse como indicación de que los mecanismos financieros tienden a apoyar a perfiles muy concretos de empresas. Sin duda, desde la perspectiva pública tiene sentido centrar los esfuerzos en el apoyo a empresas que presenten ciertas características (por ejemplo, sector de actividad, presencia de mujeres o intensidad tecnológica), que les dota de particular valor social, económico o estratégico. Pero el proceso de creación de empresas es más global, se abren más de 300.000 nuevas unidades al año, y estas empresas debutantes identifican de forma generalizada acusados obstáculos financieros. Cabría por tanto sugerir que, por una parte, se reconsidere la suficiencia de los mecanismos de apoyo público desde la perspectiva de la “empresa media” creada en España y, por otra parte, que se fomentara en mayor medida la participación privada en la inversión de nuevas empresas (mediante incentivos fiscales).



- **Impulsar y facilitar el uso de los instrumentos de apoyo a la innovación empresarial, enfatizando su adecuación a las necesidades de las empresas**

El desconocimiento prácticamente generalizado de los mecanismos y programas existentes para facilitar la innovación empresarial aboga por actuaciones urgentes destinadas a sensibilizar e informar a las empresas emergentes.

Otro aspecto que debería ser objeto de cuidadoso análisis es la adecuación de los instrumentos existentes para dar respuesta a las necesidades de las empresas en su actividad innovadora. El obstáculo fundamental que encuentran las empresas (concedoras de los mecanismos de apoyo) para emplearlos es que, en realidad, no se adecuan a sus necesidades. Esto sugiere la oportunidad de mejorar la adecuación de los actuales mecanismos de apoyo a la innovación empresarial.



Anexo. I Cuestionario de la encuesta

Instrumentos de Apoyo a

Jóvenes Empresas

Uso y Valoración

Questionario de la Encuesta

Datos de identificación

- a) Fecha de creación de la empresa 1999
- b) Sector de actividad en que opera la empresa
Industria/Construcción/Comercio u otros servicios
- c) ¿Cuántos socios crearon la empresa?
- d) ¿Podría señalarme su edad? ¿Y la de sus socios (si hay más de uno)? ¿Y el sexo de sus socios?
- e) ¿Podría indicarme cuál es su nivel de estudios? ¿Y el de sus socios?
- f) ¿Tenía Usted experiencia empresarial (creando o gestionado empresas) antes de crear esta empresa? ¿Y sus restantes socios?
- g) ¿Cuántos asalariados tenía su empresa en 1999?.
- h) ¿Y en la actualidad (principios de 2003)

1. Diría Usted que, para crear y consolidar empresas con éxito, la importancia del apoyo público es:

- Elevada Media Baja

1.a. ¿Y cree que la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas se encuentra suficientemente desarrollada en España?

- Sí, la política es adecuada y suficiente.
 Sí, pero podría mejorarse y ampliarse.
 No, debería mejorarse y ampliarse la política pública de apoyo a la creación y consolidación de empresas.

2. Me gustaría que me diera su opinión sobre la utilidad de estas líneas de actuación (para crear y consolidar empresas con éxito), y sobre el esfuerzo realizado por la política de apoyo a las empresa.

2.1. En primer lugar, las actuaciones dirigidas a "Simplificar los trámites administrativos para la creación de empresas". ¿Cómo valora su utilidad con vistas a favorecer la creación y consolidación de empresas?

- Elevada Media Baja

2.1.a. Considera que el esfuerzo realizado desde el sector público para "Simplificar los trámites administrativos para la creación de empresas" es:

- Elevado Medio Bajo



2.2. En cuanto a las actuaciones dirigidas a “Mejorar la fiscalidad de la empresa joven”. ¿Cómo valora su utilidad con vistas a favorecer la creación y consolidación de empresas?

Elevada Media Baja

2.2.a. Considera que el esfuerzo realizado desde el sector público para “Mejorar la fiscalidad de la empresa joven” es:

Elevado Medio Bajo

2.3. Las actuaciones dirigidas a “Facilitar la contratación de personal”. ¿Cómo valora su utilidad con vistas a favorecer la creación y consolidación de empresas?

Elevada Media Baja

2.3.a. Considera que el esfuerzo realizado desde el sector público para “Facilitar la contratación de personal” es

Elevado Medio Bajo

2.4. En cuanto a las actuaciones dirigidas a “Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años de las empresas”. ¿Cómo valora su utilidad con vistas a impulsar la creación y consolidación de empresas?

Elevada Media Baja

2.4.a. Considera que el esfuerzo realizado desde el sector público para “Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años de las empresas” es:

Elevado Medio Bajo

2.5. Las actuaciones dirigidas a “Impulsar la innovación en las empresas”. ¿Cómo valora su utilidad con vistas a favorecer la creación y consolidación de empresas?

Elevada Media Baja

2.5.a. Considera que el esfuerzo realizado desde el sector público para “Impulsar la innovación en las empresas” es:

Elevado Medio Bajo

2.6. Las actuaciones dirigidas a “Crear una cultura más emprendedora, que premie los esfuerzos empresariales y reconozca la labor del empresario”. ¿Cómo valora su utilidad con vistas a fomentar la creación y consolidación de empresas?

Elevada Media Baja

2.6.a. Considera que el esfuerzo realizado desde el sector público para “Crear una cultura más emprendedora” es:

Elevado Medio Bajo

2.7. En cuanto a las actuaciones dirigidas a “Mejorar la preparación de los emprendedores potenciales”. ¿Cómo valora su utilidad con vistas a favorecer la creación y consolidación de empresas?

Elevada Media Baja

2.7.a. Considera que el esfuerzo realizado desde el sector público para “Mejorar la preparación de los emprendedores potenciales” es:

Elevado Medio Bajo

2.8. Las actuaciones dirigidas a “Evaluar el impacto de la regulación sobre las empresas, para evitar los efectos adversos de esta regulación”. ¿Cómo valora su utilidad con vistas a favorecer la creación y consolidación de empresas?

Elevada Media Baja

2.8.a. Y considera que el esfuerzo realizado desde el sector público para "Evaluar el impacto de la regulación sobre las empresas" es:

Elevado Medio Bajo

3. Con respecto a las instituciones y organismos que prestan apoyo a la creación y consolidación de empresas, ¿Podría decirme si ha acudido a alguno de los siguientes para obtener ayuda para crear su empresa o en los años posteriores para consolidarla?

SI

NO

Cámaras de Comercio

Consejerías de Economía o Agencias de Desarrollo regionales

Ayuntamientos

Otros organismos públicos (ICO, Ministerios, etc).

3.a. ¿Por qué razón?

- a) No sabía que ofrecían apoyo para crear y consolidar empresas.
 b) No considera que puedan ayudarle.
 c) Por la lentitud y rigidez y falta de eficacia de la ayuda.
 d) No considera necesaria la ayuda.

4. Por lo que se refiere a los instrumentos con los que se apoya la creación y consolidación de empresas, ¿cuáles son las principales dificultades para beneficiarse de los mismos? (respuesta múltiple)

- a) La búsqueda de información sobre las ayudas (organismos, plazos de presentación de solicitudes, etc).
 b) La abundante documentación que se exige.
 c) El retraso con el que se concede la ayuda.
 d) La falta de adecuación de las ayudas a las necesidades de las empresas.

5. ¿Conoce Usted las Ventanillas Únicas Empresariales, que se han establecido para facilitar los trámites administrativos necesarios para crear empresas?

- SI
 No sabía que existieran estas organizaciones (Pasa a P.7).

5.a. ¿Cómo valora la utilidad que tienen para su empresa las Ventanillas Únicas Empresariales?

Elevada Media Baja

6. En cuanto a los documentos y formularios administrativos, considera que para su empresa éstos son: (una sola respuesta).

- De fácil comprensión y cumplimentación.
- Algo complicados.
- Difícilmente comprensibles y complejos a la hora de cumplimentarlos.

6.a. ¿Cómo valoraría la utilidad que tiene para su empresa la simplificación de documentos y formularios administrativos?

Elevada Media Baja

6.b. ¿Cómo valoraría la simplificación de los documentos administrativos alcanzada en la actualidad?

Elevada Media Baja



7. **¿Cómo valora el beneficio que hubiera tenido para crear y consolidar su empresa las siguientes actuaciones:**

	Elevado	Medio	Bajo
Eliminación del IAE			
Reducción de las cuotas de la Seguridad Social			
Reducir o diferir el pago del impuesto sobre sociedades			

8. **¿Conoce Usted alguno de los cursos y programas de formación de ocupados que se ofrecen actualmente, por ejemplo, los que se ofrecen a través de los Servicios de Empleo de su Comunidad Autónoma o del Instituto Nacional de Empleo, de las Cámaras de Comercio o de FORCEM-Asociaciones empresariales?**

- Sí.
 No sabía que existieran tales cursos de formación (pasa a P.10).

8.a. Diría que, para su empresa, la utilidad de los cursos y programas de formación de ocupados es:

- Elevada Media Baja

8.b. Considera que la actual oferta de cursos y programas de formación de ocupados es:

- Elevada Media Baja

8.c. ¿Y han participado trabajadores de su empresa en tales cursos de formación?

- SI (Pasa a P.10).
 NO (Pasa a 9.d).

8.d. ¿Por qué razón? (Respuesta múltiple)

- No se ofrecen cursos de formación en la localidad donde se encuentra mi empresa.
 Por el coste de los cursos de formación.
 Por el coste en tiempo que supone dedicar tiempo de los trabajadores a actividades de formación.
 Los cursos no se adaptan a las necesidades de mi empresa, por la duración y el horario.
 Los contenidos no responden a las necesidades de formación de los trabajadores de mi empresa.
 Otros.

9. **En cuanto a las condiciones para la contratación de personal asalariado, ¿Cómo valora la utilidad de la adaptación de las condiciones de contratación a las necesidades de las empresas jóvenes?**

- Elevada Media Baja

9.a. ¿Cómo valoraría el grado de adaptación actual de la normativa del mercado de trabajo a la realidad y a las necesidades de las empresas jóvenes?

- Elevada Media Baja

10. **Con respecto a los mecanismos existentes para apoyar la financiación de las nuevas empresas, conoce usted alguno de estos mecanismos (como, por ejemplo, los microcréditos o las líneas de financiación preferentes y subvenciones canalizadas por las CCAA)?**

- SI
 No sabía de la existencia de mecanismos para financiar la creación y consolidación de empresas (pasa a p.12)

10.a-c. ¿Podría decirme si conoce los siguientes instrumentos:

	a) Los conoce? (SI/NO)	b) Valoración de su utilidad Elevada, Media, Baja	c) ¿Lo ha empleado?
Préstamos participativos	Si responde NO pasa a siguiente ítem		a) SI (a siguiente ítem) b) No (a p. 11 d)
Líneas de financiación del ICO para la PYME	Si responde NO pasa a siguiente ítem		
Microcréditos (ICO y otras entidades)	Si responde NO pasa a siguiente ítem		
Líneas de financiación preferente de los Gobiernos regionales	Si responde NO pasa a siguiente ítem		
Sociedades de Garantía Recíproca	Si responde NO pasa a siguiente ítem		
Fondos de Capital riesgo	Si responde NO pasa a siguiente ítem		

10.d. ¿Por qué razón?

- Aunque se solicitó esta financiación, fue rechazada la solicitud.
 No confía en la agilidad con que se concede la financiación, llega tarde.
 Por los requisitos que se exigen para ser elegible.
 Se prefiere emplear recursos propios de los socios fundadores.
 Otros.

11. Con respecto a los mecanismos existentes para apoyar la innovación de las empresas, conoce usted alguno de estos mecanismos (como, por ejemplo, las subvenciones del Programa de Fomento de la Innovación Tecnológica u otras subvenciones concedidas por los gobiernos regionales, o los servicios que ofrecen los Parques Científicos y Tecnológicos, etc.)?

- SI
 No sabía que existieran mecanismos de apoyo a la innovación de las empresas (a p.13).

11.a-c. ¿Podría decirme si conoce los siguientes instrumentos:

	a) Los conoce? (SI/NO)	b) Valoración de su utilidad Elevada, Media, Baja	c) ¿Lo ha empleado?
Ayudas del Programa de Fomento de la Innovación Tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología	Si responde NO pasa a siguiente ítem		a) SI (a siguiente ítem) b) NO (a p.12.d)
Créditos del Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial	Si responde NO pasa a siguiente ítem		
Ayudas a la innovación canalizadas por los Gobiernos regionales y las Agencias de Desarrollo	Si responde NO pasa a siguiente ítem		
Ayudas y servicios para la creación y consolidación de empresas innovadoras de Parques científicos y tecnológicos, viveros de empresas y Centros Europeos de Empresas e Innovación	Si responde NO pasa a siguiente ítem		



11.d. ¿Por qué razón?

- Aunque se solicitó esta ayuda, fue rechazada la solicitud.
- No se adecua a las necesidades de mi empresa
- Por los innumerables trámites y formalidades que se exigen para ser elegible.
- Otros.

12. ¿Conoce Usted los cursos de formación para la creación y gestión de empresas (por ejemplo, los organizados por escuelas de negocios y por las Cámaras de Comercio).

- SI
- No sabía que existieran tales cursos (a P.14).

12.a. ¿Qué tipo de formación resulta más necesaria? (Una sola respuesta)

- a) Sobre elaboración de planes de empresa.
- b) Formación contable, fiscal y administrativa.
- c) Formación práctica en empresas y mediante simulaciones de creación de empresas.

12.b. La utilidad que tienen para su empresa los cursos de formación dirigidos a obtener información/asesoramiento sobre la creación y consolidación de empresas es:

- Elevada Media Baja

12.c. ¿Y ha realizado Usted o alguno de sus socios tales cursos antes de crear la empresa o con posterioridad?

- SI (Pasa a P.14).
- NO (Pasa a 13.d).

12.d. ¿Por qué razón? (Respuesta múltiple)

- No se ofrecen cursos de formación en la localidad donde se encuentra mi empresa.
- Por el coste de los cursos de formación.
- Por el coste en tiempo que supone dedicar tiempo a actividades de formación.
- Los cursos no se adaptan a las necesidades formación de los emprendedores, por la duración y el horario.
- Los contenidos no responden a las necesidades de los formación de los emprendedores.
- Otros.

P.14. Por favor, valore la utilidad de las siguientes medidas para crear una cultura más emprendedora.

	Elevado	Medio	Bajo
Conceder premios a los pequeños empresarios			
Introducir a los niños y jóvenes en el mundo empresarial a través de visitas a empresas, sesiones informativas, programas de creación de empresas para jóvenes, etc.			
Dar formación sobre la empresa y la gestión de empresa en escuelas y en las diferentes licenciaturas universitarias			
Divulgar información sobre el papel de los emprendedores en la economía local y organizar "días de puertas abiertas de las empresas" para acercar a la población las empresas			



Anexo. II

Resultados de la encuesta: datos básicos

Instrumentos de Apoyo a

Jóvenes Empresas

Uso y Valoración

Resultados de la encuesta: Datos básicos

Se presentan a continuación un conjunto de datos básicos sobre las empresas jóvenes, obtenidos a partir de la encuesta. En primer lugar, se recoge información sobre el perfil de los socios fundadores de las empresas nacidas en 1999 y activas en 2003. Las variables que se analizan son: el número de socios creadores de las empresas, el género de los socios, la edad, el nivel de formación y la experiencia empresarial previa. También se muestran los datos obtenidos en el estudio de Cámaras de Comercio (2002), referidos a las empresas españolas nacidas en 1998 y activas en 2003. Ello permite contrastar si existe una cierta estabilidad en el perfil de los socios fundadores de empresas creadas en distintos años.

En segundo lugar, se muestran las valoraciones obtenidas sobre la política de apoyo, así como la información relativa al acceso a las instituciones y el uso de instrumentos de apoyo, en las empresas de servicios y las de la industria.

A.II.1. Características de los empresarios

El número medio de socios de las empresas creadas en 1998 y 1999 (activas cuatro años más tarde) es igual a 2,4, cifra prácticamente idéntica en las empresas de industria y servicios. El número de socios más frecuente en las empresas consideradas es igual a 2 (Tabla 23).

TABLA.23

NÚMERO DE SOCIOS CREADORES DE LAS EMPRESAS

Año de creación	Número de socios (media)	Distribución de las empresas en función del número de socios fundadores			
		Un socio	Dos socios	De tres a cinco	Seis o más
1998	2,47	16,8%	46,0%	35,5%	1,8%
1999	2,43	20,0%	42,1%	33,9%	4,0%

Fuente: Cámaras de Comercio

El 28% de los socios creadores de empresas en 1999 (activas cuatro años más tarde) son mujeres. Esto significa que, en comparación con las empresas creadas en 1998, ha caído la presencia de mujeres emprendedoras. Como resultado, las empresas sin presencia de mujeres entre sus socios se eleva desde el 45,9% que se registra en las empresas nacidas en 1998 al 54,4% en las empresas creadas en 1999 (Tabla 24).

TABLA.24

GÉNERO DE LOS SOCIOS DE LAS EMPRESAS		
Año de creación	1998	1999
Género de los socios		
% Hombres	66,0%	71,7%
% Mujeres	34,0%	28,3%
Distribución porcentual de las empresas según el género de los socios fundadores		
Solo hombres	45,9%	54,4%
Mayoría hombres	14,2%	12,4%
Igual número de hombres y mujeres	24,8%	19,8%
Mayoría mujeres	6,3%	3,6%
Solo mujeres	8,9%	9,8%

Fuente: Cámaras de Comercio

Cerca del 50% de los socios de las empresas creadas en 1999 (activas en 2003) han realizado estudios superiores, como sucede cuando se considera a los socios de las empresas creadas en 1998 (activas en 2002). Por el contrario, los socios de las empresas creadas en 1999 con estudios primarios son poco abundantes, en comparación con los socios de las empresas de 1998 (Tabla 25).

TABLA.25

NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS SOCIOS DE LAS EMPRESAS		
Año de creación	1998	1999
% socios con estudios primarios	20,4%	6,8%
% socios con estudios secundarios	33,3%	46,7%
% socios con estudios superiores	46,3%	46,5%

Fuente: Cámaras de Comercio

TABLA.26

EXPERIENCIA EMPRESARIAL PREVIA DE LOS SOCIOS

Año de creación % sobre total de empresas	1998	1999
Al menos un socio tenía experiencia empresarial	59,6%	52,6%
Ningún socio tenía experiencia empresarial	40,4%	47,4%

Fuente: Cámaras de Comercio

En el conjunto de empresas creadas en 1999, el 52% se creó sin que ningún socio tuviera experiencia empresarial previa, porcentaje algo inferior al que registran las empresas nacidas en 1998 (59%, según Tabla 26).

Por último, cabe mencionar que la edad media de los socios creadores de las empresas se encuentra próxima a los 40 años de edad, tanto en las empresas creadas en 1998 como en las de 1999 (Tabla 27).

TABLA.27

EDAD MEDIA DE LOS SOCIOS DE LAS EMPRESAS

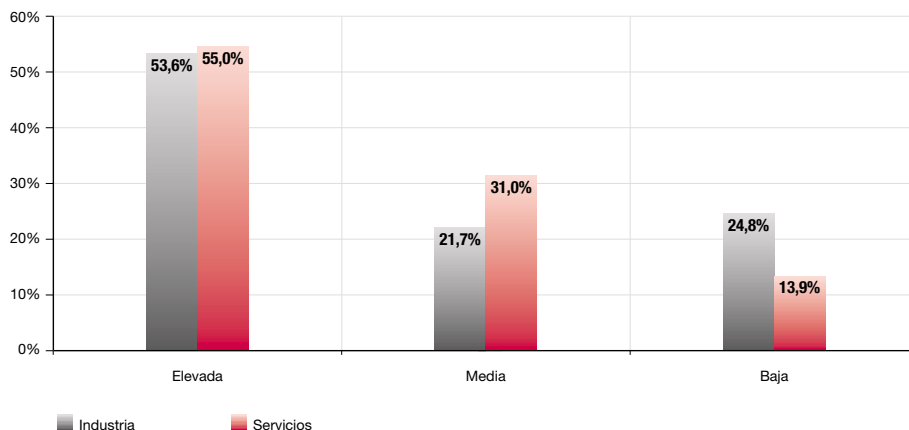
Año de creación	Edad
1998	40,0
1999	39,1

Fuente: Cámaras de Comercio

A.II.2. Resultados sectoriales

Valoración de la utilidad de al política de apoyo

En conjunto, las empresas jóvenes del sector industrial parecen conceder mayor importancia a la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial. Como puede observarse en el Gráfico 40, el 55% de las empresas de servicios considera que la política de apoyo tiene una importancia elevada para crear y consolidar empresas con éxito, porcentaje similar al registrado en la industria (53%). Sin embargo, el porcentaje de empresas que otorga una importancia media a la política de apoyo en los servicios es superior en cerca de 10 puntos porcentuales al correspondiente a la industria. Y, así, mientras que el 24,8% de las empresas industriales considera que la importancia de la política de apoyo es baja, este porcentaje se sitúa en un 13,9% en los servicios.

GRÁFICO.40 IMPORTANCIA DE LA POLÍTICA DE APOYO PÚBLICO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN

Fuente: Cámaras de Comercio

Los resultados anteriores sobre la importancia de la política de apoyo por sectores de actividad deben matizarse, teniendo en cuenta el detalle de los ámbitos de actuación de la política de apoyo y la utilidad que las empresas de industria y servicios otorgan a los mismos. Como indicador de la utilidad de los ámbitos de apoyo, se muestra el porcentaje de empresas que la considera elevada (Tabla 28). Resulta inmediato comprobar que las empresas de servicios consideran más útiles los distintos ámbitos de la política de apoyo que las empresas de la industria. La disparidad más extrema se presenta en “Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años”. Un 91,2% de las empresas de servicios considera elevada la utilidad de estas actuaciones, porcentaje superior en cerca de 20 puntos porcentuales al registrado en la industria. También se aprecia una valoración muy superior de la utilidad concedida a los ámbitos de fiscalidad, simplificación administrativa e innovación empresarial en las empresas de servicios.

TABLA.28

PORCENTAJE DE EMPRESAS DE INDUSTRIA Y SERVICIOS QUE CONSIDERA “ELEVADA” LA UTILIDAD DE LOS ÁMBITOS DE LA POLÍTICA DE APOYO

	Industria	Servicios
Simplificación y adaptación de la regulación	64,7%	74,9%
Simplificar los trámites administrativos para crear empresas	89,2%	84,1%
Normativa del mercado de trabajo	41,7%	63,8%
Evaluar el impacto de la regulación en las empresas	63,3%	76,9%
Mejorar la fiscalidad de la empresa joven	78,8%	89,3%
Impulsar las habilidades	43,7%	48,7%
Mejorar la preparación de los emprendedores potenciales	64,9%	66,3%
Formación de ocupados	22,4%	31,1%
Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años	71,8%	91,2%
Impulsar la innovación empresarial	78,4%	89,2%
Crear una cultura más emprendedora	71,3%	72,3%

Fuente: Cámaras de Comercio

La única excepción a la mayor valoración de la utilidad de los ámbitos de la política de apoyo en las empresas de servicios se encuentra en el subámbito “Simplificar los trámites administrativos para crear empresas”, donde el porcentaje de empresas que lo considera muy útil es algo mayor en las empresas industriales que en las de servicios (89,2% versus 84,1%).

Por tanto, una visión global de los datos anteriores permite concluir que las empresas del sector servicios tienden a considerar más útil la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial que las empresas industriales.

CUADRO.3

RANKING DE LA UTILIDAD DE LOS ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LA POLÍTICA DE APOYO

(por el porcentaje de empresas que considera su utilidad elevada)

Industria	Servicios
1 Mejorar la fiscalidad de la empresa joven	1 Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años
2 Impulsar la innovación empresarial	2 Mejorar la fiscalidad de la empresa joven
3 Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años	3 Impulsar la innovación empresarial
4 Crear una cultura emprendedora	4 Simplificación y adaptación de la regulación
5 Simplificación y adaptación de la regulación	5 Crear una cultura emprendedora
6 Impulsar habilidades	6 Impulsar habilidades



Partiendo de este resultado, cabe preguntarse si existen además disparidades apreciables en los ámbitos de actuación más valorados por las empresas jóvenes de cada sector. Esto es, **¿difiere el ranking de los ámbitos de la política de apoyo?** El Cuadro 3, que muestra el ranking obtenido en función del porcentaje de empresas que considera elevada la utilidad de cada ámbito, sugiere que, efectivamente, existen ciertas disparidades. Fiscalidad, financiación e innovación encabezan, en ambos sectores, los ámbitos considerados como más útiles, pero en el sector servicios se valora relativamente más el ámbito de financiación, mientras que en la industria se da más peso a los ámbitos de fiscalidad e innovación empresarial.

Valoración de la situación actual de la política de apoyo

La valoración global del desarrollo de la política de apoyo resulta más positiva en las empresas del sector servicios que en las de la industria. El porcentaje de empresas que considera adecuada y suficiente esta política es muy bajo en ambos sectores, y resulta algo inferior en los servicios (Tabla 29). No obstante, destaca el hecho de que las empresas que consideran que la política de apoyo no se encuentra suficientemente desarrollada en España representan el 62,7% del total de empresas jóvenes de la industria, porcentaje superior en más de 10 puntos porcentuales al registrado en los servicios. De esta forma, las empresas que dan una valoración media al desarrollo de la política de apoyo (la consideran suficientemente desarrollada, pero con posibilidades de mejora y ampliación) son relativamente más numerosas en los servicios (representan un 47,3% del total) que en la industria (34,5%).

TABLA.29

¿CREE QUE LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS SE ENCUENTRA SUFICIENTEMENTE DESARROLLADA EN ESPAÑA?		
	Servicios	Industria
Sí, es adecuada y suficiente.	1,1%	2,8%
Sí, pero podría mejorarse y ampliarse	47,3%	34,5%
No, debería mejorarse y ampliarse	51,6%	62,7%
Total	100%	100%

Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a la valoración de las empresas jóvenes de la industria y los servicios respecto al esfuerzo realizado desde el sector público en la política de apoyo, se tomará como indicador de dicha valoración el porcentaje de empresas que considera el esfuerzo público elevado. Este indicador se presenta en la Tabla 30.

Resulta inmediato que **las empresas jóvenes del sector servicios están más satisfechas que las de la industria con la política de apoyo.** La Tabla 30 muestra que, sin excepción, el porcentaje de empresas de servicios que considera elevado el esfuerzo realizado en cada ámbito es mayor que el correspondiente a la industria. Los casos más

extremos se presentan en “Impulsar la innovación empresarial” y “Simplificación y adaptación de la regulación”. El 12,8% de las empresas de servicios considera elevado el esfuerzo público efectuado para “Impulsar la innovación empresarial”, frente al 2,4% de las empresas industriales. A su vez, el porcentaje de empresas que considera elevado el esfuerzo público para simplificar y adaptar la regulación es del 15,4% en las empresas de servicios, porcentaje superior en unos nueve puntos porcentuales al correspondiente a la industria.

TABLA.30

PORCENTAJE DE EMPRESAS DE INDUSTRIA Y SERVICIOS QUE CONSIDERA “ELEVADO” EL ESFUERZO PÚBLICO REALIZADO EN LOS ÁMBITOS DE LA POLÍTICA DE APOYO

	Industria	Servicios
Simplificación y adaptación de la regulación	6,0%	15,4%
Simplificar los trámites administrativos para crear empresas	7,6%	9,2%
Normativa del mercado de trabajo	9,9%	29,3%
Evaluar el impacto de la regulación en las empresas	0,6%	7,8%
Mejorar la fiscalidad de la empresa joven	8,4%	11,6%
Impulsar las habilidades	16,1%	21,0%
Mejorar la preparación de los emprendedores potenciales	3,5%	4,4%
Formación de ocupados	28,6%	37,5%
Facilitar el acceso a la financiación para crear empresas y en los primeros años	2,6%	8,1%
Impulsar la innovación empresarial	2,4%	12,8%
Crear una cultura más emprendedora	0,2%	1,7%

Fuente: Cámaras de Comercio

Por tanto, **no se aprecia que las empresas que más valoran la utilidad de la política de apoyo (las del sector servicios), estén más descontentas con el estado actual de esta política.** Muy al contrario, las empresas de servicios simultáneamente consideran más útiles estas actuaciones (a fin de crear y consolidar empresas con éxito) y valoran mejor los esfuerzos públicos realizados.



Obstáculos

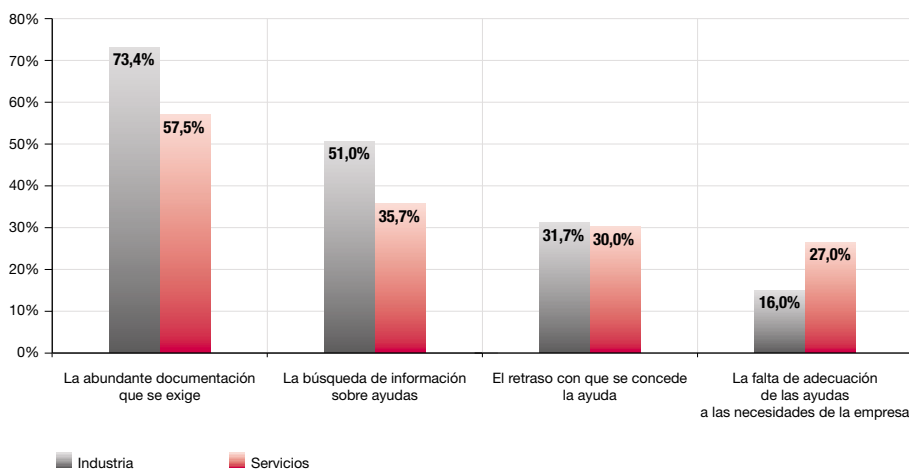
Las empresas industriales, que acuden menos que las de servicios a las instituciones de apoyo, presentan mayores dificultades. En efecto, el porcentaje de empresas que encuentra dificultades por la abundante documentación que se exige, la búsqueda de información sobre las ayudas y el retraso con que se concede la ayuda es superior en la industria que en los servicios (Gráfico 41).

La única dificultad que es sentida por un mayor porcentaje de empresas de servicios es la falta de adecuación de las ayudas a las necesidades de la empresa. Un 27% de las empresas jóvenes de servicios señala que la falta de adecuación de las ayudas genera dificultades para beneficiarse del apoyo público, porcentaje superior en casi 10 puntos porcentuales al registrado en la industria. Este fenómeno, que se había constatado en los instrumentos de apoyo a la financiación y la innovación, apunta a una posible falta de adecuación de la política de apoyo a las características y necesidades de las empresas de servicios, superior a la que se presentaría en la industria.

GRAFICO.41

DIFICULTADES ENCONTRADAS PARA BENEFICIARSE DEL APOYO PÚBLICO

(Repuesta múltiple)



Fuente: Cámaras de Comercio

En resumen, las empresas de servicios acuden en mayor medida que las industriales a instituciones que canalizan el apoyo a la creación y consolidación empresarial. Las empresas industriales suelen sentir con mayor frecuencia dificultades para beneficiarse del apoyo público, lo que explicaría, al menos en parte, que acudan en un porcentaje menor que las de servicios a instituciones de apoyo. No obstante, las empresas del sector servicios sienten especiales dificultades para beneficiarse del apoyo a causa de la falta de adecuación de las ayudas a las necesidades de las empresas, dato indicativo

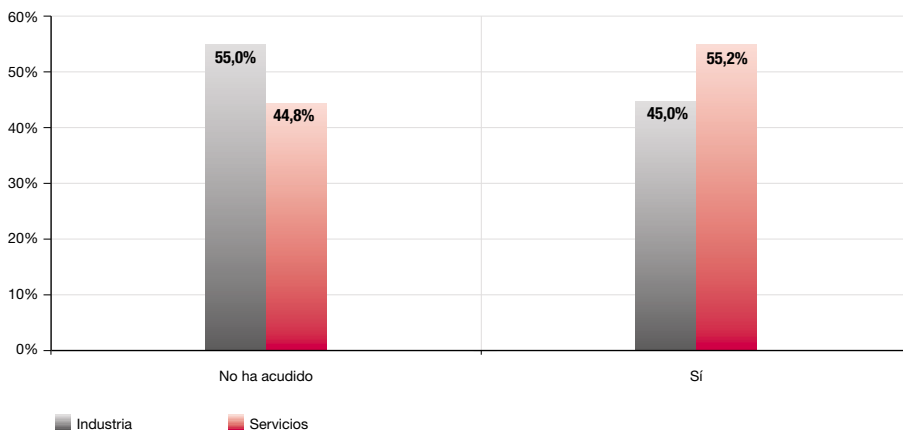
de que el apoyo público se encuentra insuficientemente adaptado a las características de estas empresas.

Instituciones

En cuanto a las instituciones que canalizan el apoyo a la creación y consolidación empresarial, en el conjunto de empresas jóvenes se constató que aproximadamente la mitad había acudido a algún organismo para obtener ayuda en la creación de la empresa o consolidación. **El análisis sectorial apunta a que las empresas jóvenes de servicios acuden en mayor medida a estas instituciones que las industriales.** Como se muestra en el Gráfico 42, el 55% de las empresas jóvenes de servicios ha acudido a algún organismo de ayuda, porcentaje superior en 10 puntos porcentuales al registrado en la industria.

GRAFICO.42

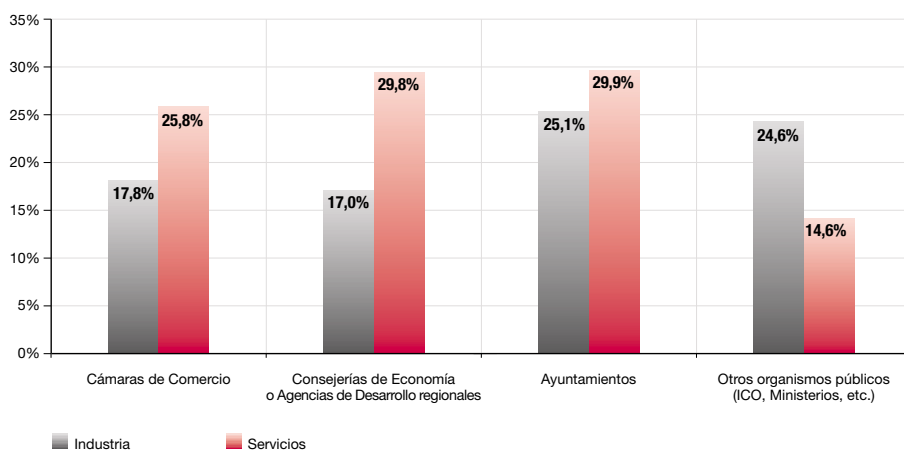
EMPRESAS QUE HAN ACUDIDO A ALGÚN ORGANISMO PARA OBTENER AYUDA PARA LA CREACIÓN O CONSOLIDACIÓN



Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a las instituciones a las que se dirigen con más frecuencia las empresas, **las del sector industrial acuden sobre todo a los Ayuntamientos y a otros organismos públicos como el ICO y Ministerios del Gobierno Central** (cerca del 25% de las empresas industriales ha acudido a estos organismos). También destacan las Cámaras de Comercio y las Consejerías de Economía, a las que se ha dirigido el 17% de las empresas industriales (Gráfico 43). **Las empresas de servicios han acudido preferentemente a Ayuntamientos y Consejerías de Economía** (un 29% del total), **así como a las Cámaras de Comercio** (25,8% del total). Estas empresas se han dirigido en menor medida que las industriales a otros organismos públicos (un 14,6% frente al 24,6% registrado en la industria).

GRAFICO.43 PORCENTAJE DE EMPRESAS DE INDUSTRIA Y SERVICIOS QUE HA ACUDIDO A LOS SIGUIENTES ORGANISMOS A FIN DE OBTENER AYUDA PARA LA CREACIÓN O CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL



Fuente: Cámaras de Comercio

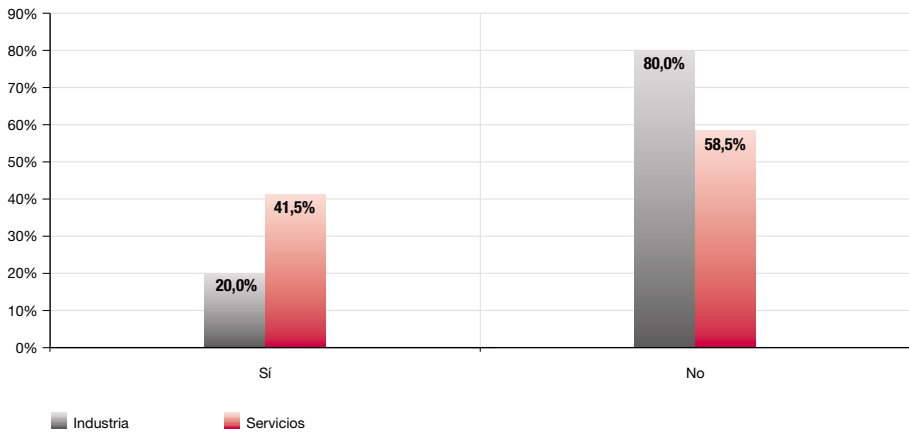
Instrumentos de apoyo

En apartados anteriores se puso de manifiesto que existen diferentes percepciones en la industria y los servicios respecto a la valoración de la utilidad de la política de apoyo y del esfuerzo público realizado. De ahí cabe inferir que puedan existir distintas visiones sobre la utilidad de los instrumentos de apoyo, e incluso respecto a su uso, según el sector de actividad de la empresa. A continuación se analiza esta posibilidad en detalle, considerando cada uno de los instrumentos de apoyo.

- **Simplificación y adaptación de la regulación**

Dentro de los instrumentos de “Simplificación y adaptación de la regulación”, **las Ventanillas Únicas Empresariales son más conocidas por las empresas de servicios** que las industriales. En efecto, como puede observarse en el Gráfico 44, **un 41,5% de las empresas jóvenes del sector servicios conoce las VUE**, porcentaje superior en más de 20 puntos porcentuales al que se registra en la industria.

GRAFICO.44 EMPRESAS QUE CONOCEN LAS VENTANILLAS ÚNICAS EMPRESARIALES



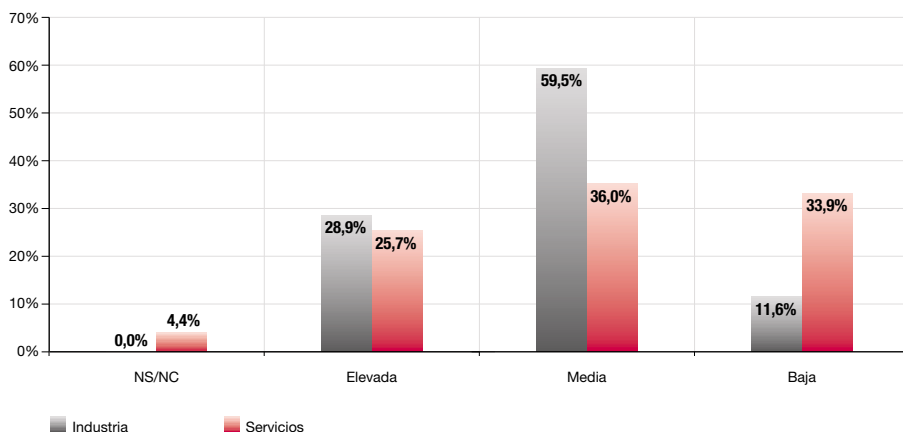
Fuente: Cámaras de Comercio

Respecto a la valoración de la utilidad de las Ventanillas Únicas Empresariales, los datos recabados mediante la encuesta sugieren que **las empresas del sector industrial tienden a considerarlas más útiles que las empresas de servicios**. Para ver este particular, se muestra en el Gráfico 45 la distribución porcentual de las empresas que conocen las VUE en función de la utilidad que conceden a estos centros de servicios. Se constata que el porcentaje de estas empresas que considera su utilidad elevada no difiere de forma acusada entre la industria y los servicios. Sin embargo, el porcentaje de empresas industriales que valora su utilidad de forma media es superior en más de veinte puntos porcentuales al registrado en los servicios. En consecuencia, las empresas jóvenes que conocen las VUE y consideran su utilidad alta son relativamente más numerosas en la industria que en el sector servicios.



GRAFICO.45 UTILIDAD DE LAS VUE

(Sólo empresas que las conocen)

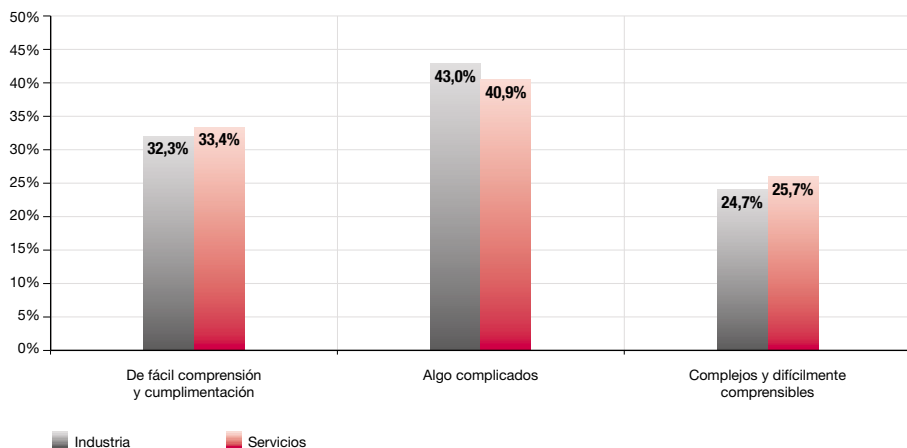


Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a los documentos y formularios administrativos, no se aprecian diferencias sustantivas en la valoración de su complejidad (Gráfico 46). El porcentaje de empresas de industria y de servicios que los considera de fácil comprensión y cumplimentación se encuentra en torno al 32-33%. Para el 43% de las empresas industriales y el 40,9% de las empresas de servicios, estos documentos resultan algo complicados. Y cerca del 25% de las empresas de ambos sectores opina que son complejos y difícilmente comprensibles.

GRAFICO.46

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU OPINIÓN SOBRE LOS DOCUMENTOS Y FORMULARIOS ADMINISTRATIVOS

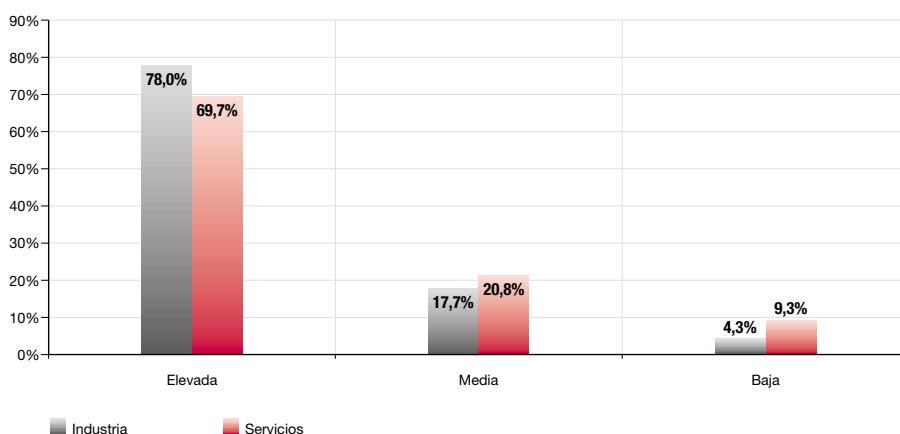


Fuente: Cámaras de Comercio

A pesar de que la valoración de la complejidad de los documentos y formularios administrativos sea similar en la industria y los servicios, **las empresas industriales conceden más utilidad a su simplificación**. El Gráfico 47 muestra que para el 78% de las empresas industriales la utilidad de la simplificación de documentos y formularios administrativos sería elevada, frente al 69,7% correspondiente a las empresas de servicios. En el extremo opuesto se encuentran las empresas que dan una valoración baja a esta simplificación: un 9,3% de las empresas de servicios frente a un 4,3% de las empresas industriales. Por tanto, aunque no exista una disparidad muy acusada en cuanto a la valoración de la utilidad de los documentos y formularios administrativos, lo cierto es que la información obtenida a través de la encuesta apunta a que en el sector industrial se valora más la utilidad de esta simplificación.

GRAFICO.47

¿QUE UTILIDAD TENDRÍA PARA SU EMPRESA LA SIMPLIFICACIÓN DE DOCUMENTOS Y FORMULARIOS ADMINISTRATIVOS?



Fuente: Cámaras de Comercio

En resumen, el análisis de los instrumentos de simplificación y adaptación de la regulación indica que las empresas industriales conocen las VUE en menor medida que las de servicios. Pero las empresas industriales que conocen estos servicios valoran su utilidad más que las del sector servicios, al igual que sucede con la simplificación de los documentos administrativos. Tras estas disparidades en la valoración de la utilidad podrían encontrarse las mayores cargas administrativas y de regulación a las que se enfrentan al menos parte de las empresas industriales, por su impacto ambiental y sanitario. Ello explicaría que los servicios de las VUE resultaran especialmente interesantes para las empresas del sector industrial, y que se vieran beneficiadas en mayor medida por la simplificación de documentos administrativos.

- **Mejora de la fiscalidad empresarial**

En el ámbito de la fiscalidad empresarial, existen notables diferencias de valoración entre industria y servicios en cuanto al beneficio de la eliminación del Impuesto de Actividades Económicas, la reducción de las cuotas de la Seguridad Social y la reducción (o diferir el pago) del impuesto sobre sociedades. Estas particularidades sectoriales se aprecian en los datos recogidos en la Tabla 31.

TABLA.31

¿CÓMO VALORA EL BENEFICIO QUE HUBIERA TENIDO PARA CREAR Y CONSOLIDAR SU EMPRESA LAS SIGUIENTES ACTUACIONES?		
	Industria	Servicios
Eliminación del IAE		
Elevado	35,9%	72,7%
Medio	34,6%	16,1%
Bajo	29,5%	11,2%
Total empresas	100%	100%
Reducción de las cuotas de la seguridad social		
Elevado	88,2%	93,5%
Medio	7,3%	4,4%
Bajo	4,4%	2,1%
Total empresas	100%	100%
Reducir o diferir el pago del impuesto de sociedades		
NS/NC	0,4%	
Elevado	81,5%	87,5%
Medio	12,9%	9,6%
Bajo	5,2%	2,9%
Total empresas	100%	100%

Fuente: Cámaras de Comercio

Respecto al beneficio que hubiera comportado, para crear y consolidar las empresas, la supresión del IAE³⁰, el porcentaje de empresas de servicios que lo considera elevado es el 72,7%, cifra que duplica a la registrada en la industria (el 35,9%). La reducción de las cuotas de la Seguridad Social hubiera resultado muy beneficiosa según el 93,5% de las empresas de servicios, porcentaje algo mayor que el correspondiente a la industria. En fin, el 81,5% de las empresas industriales sostiene que la reducción (o diferir el pago) del impuesto de sociedades hubiera tenido un beneficio elevado para consolidar las empresas, mientras que en los servicios el 87,5% de las empresas realiza tal valoración.

³⁰ Nótese que las empresas estudiadas fueron creadas en 1999, de manera que estuvieron sujetas a dicho impuesto hasta el año 2002.

En conjunto, la información recabada sobre las medidas de tipo fiscal confirma la utilidad que conceden las empresas jóvenes, de todos los sectores de actividad, al establecimiento de una fiscalidad favorable a la empresa joven. La valoración relativamente mayor de la utilidad que realizan las empresas de servicios, especialmente en el caso del IAE, podría estar relacionada con las características de estas empresas en su momento de creación. A saber, las empresas nuevas del sector servicios tienen una dimensión (en términos de número de empleados o inversión inicial) sensiblemente más reducida que las empresas del sector industrial³¹. Asociada a la menor dimensión se encuentra una menor disponibilidad de recursos financieros para consolidar la empresa, esto es, una mayor vulnerabilidad. En este contexto, los impuestos que gravan la realización de la actividad, como el IAE, deben tener un efecto más adverso sobre las empresas, pues deben satisfacerse con independencia de los resultados obtenidos en la cuenta de explotación.

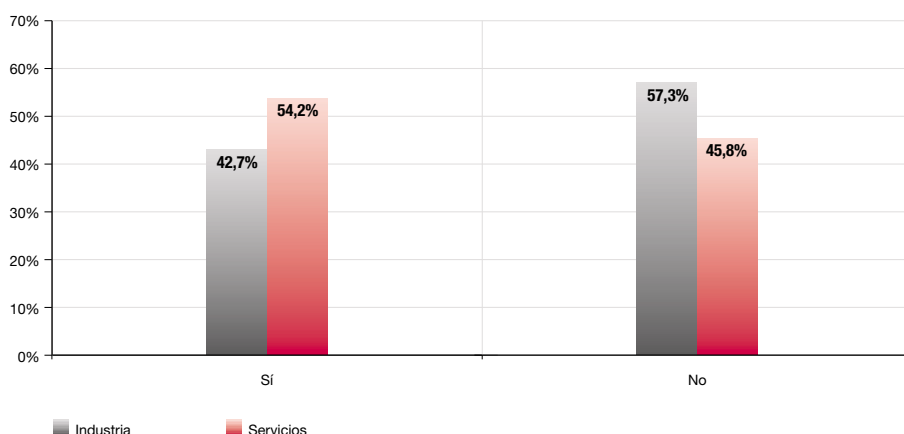
• Impulso de las habilidades (competencias) de trabajadores y empresarios

En el ámbito de las habilidades, consideraremos de forma separada la opinión de las empresas jóvenes de la industria y los servicios sobre la formación para crear y consolidar empresas, por una parte, y la formación de ocupados, por otra.

Por lo que se refiere a **la formación para crear y consolidar empresas, la existencia de este tipo de formación es relativamente menos conocida por las empresas de la industria**. Un 57,3% de las mismas no sabía que existieran cursos de formación para la creación y consolidación empresarial, porcentaje que supera en más de 10 puntos porcentuales al registrado en las empresas de servicios (Gráfico 48).

GRÁFICO.48

¿CONOCE LOS CURSOS DE FORMACIÓN PARA LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS?



Fuente: Cámaras de Comercio

³¹ Véase, por ejemplo, la distribución de las nuevas empresas españolas, creadas entre 1996 y 2000, según el número de asalariados, recogida en el estudio "Demografía empresarial en España" (Cámaras de Comercio 2001).

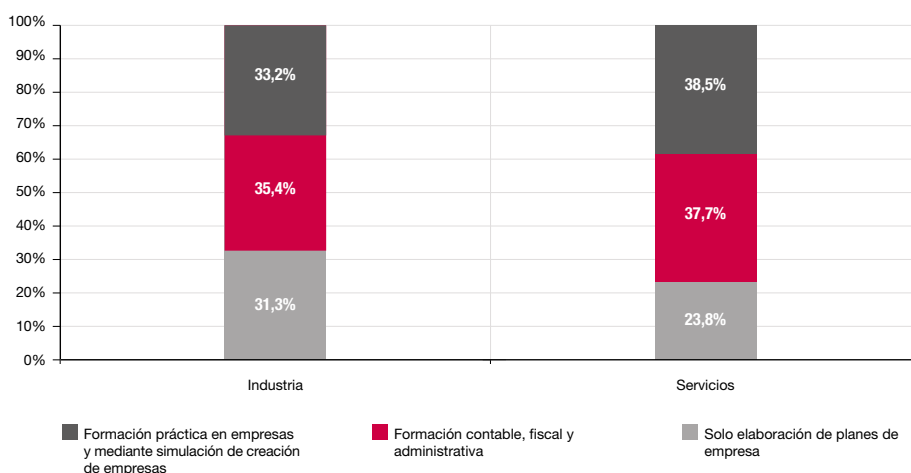


Respecto al tipo de formación que resulta más necesaria, si bien no se observan fuertes diferencias en las opiniones de las empresas de industria y servicios, si cabe señalar que, **en la industria, se tiende a dar más importancia que en los servicios a la formación sobre la elaboración de planes de empresa.** Un 31% de las empresas industriales que conoce la oferta de formación para emprender considera que la formación sobre elaboración de planes de empresa es la más necesaria, frente al 23,8% correspondiente a las empresas de servicios. Ello puede deberse al mayor tamaño con el que nacen habitualmente las empresas industriales, que hace especialmente necesario disponer de un plan de empresa de calidad que avale el proyecto empresarial ante terceros (por ejemplo, en la búsqueda de financiación) y apoye el proceso de consolidación. Por otra parte, en los servicios, se tiende a considerar más necesaria la formación práctica en empresas que en la industria.

GRÁFICO.49

TIPO DE FORMACIÓN MÁS NECESARIA PARA LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

(Sólo empresas que conocen los cursos de formación)

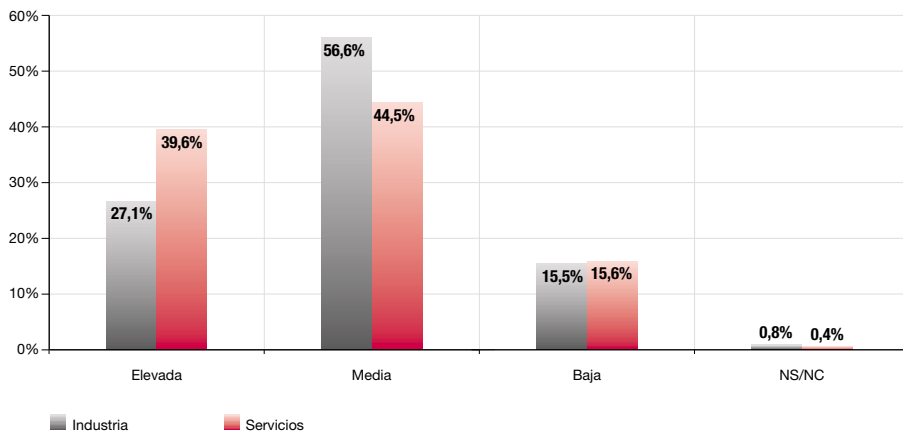


Fuente: Cámaras de Comercio

Los cursos de formación para crear y consolidar empresas se consideran más útiles por las empresas de servicios que las industriales. Ello se infiere a partir de la información recogida en el Gráfico 50, que muestra la distribución porcentual de las empresas que conocen los cursos en función de la valoración de su utilidad. El porcentaje de empresas que considera su utilidad baja es prácticamente idéntico en ambos sectores (cerca del 15,5%). Un 39,6% y un 44,5% de las empresas de servicios considera que los cursos tienen utilidad alta y media, respectivamente. En la industria, estos porcentajes son del 27,1% y 56,6%. Por lo tanto, la valoración "Elevada" predomina en mayor medida en las empresas de servicios que las industriales.

GRÁFICO.50 UTILIDAD DE LOS CURSOS DE FORMACIÓN DIRIGIDOS A OBTENER INFORMACIÓN / ASESORAMIENTO SOBRE LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS

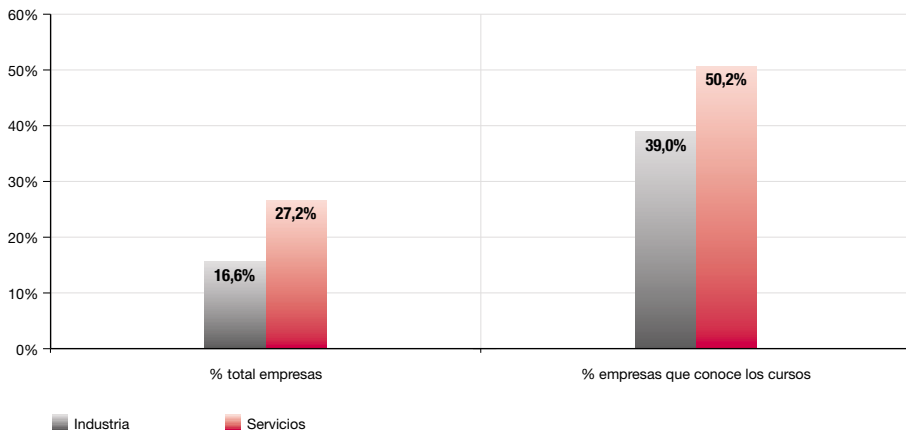
(Distribución porcentual de las empresas que conocen los cursos en función de la valoración de su utilidad)



Fuente: Cámaras de Comercio

Vistas estas disparidades en la valoración de la utilidad de los cursos, no resulta sorprendente que haya relativamente más empresas de servicios en donde al menos uno de los socios haya realizado cursos de formación sobre creación y consolidación de empresas. Las empresas de servicios en las que al menos uno de los socios ha realizado cursos de formación empresarial suponen el 27,2% del total de empresas jóvenes de servicios y el 50,2% de las que conocen los cursos (Gráfico 51). En la industria, estos porcentajes se reducen hasta el 16,6% y el 39%, respectivamente.

GRÁFICO.51 EMPRESAS EN QUE ALGUNO DE LOS SOCIOS HA REALIZADO CURSOS DE FORMACIÓN SOBRE LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS



Fuente: Cámaras de Comercio

Para concluir con el capítulo de la formación para emprender, resta considerar si existen disparidades en los motivos aludidos por las empresas de industria y servicios que conocen esta formación pero en las que ninguno de los socios la ha realizado. La Tabla 32, que muestra los motivos señalados por estas empresas para no participar en los cursos de formación para emprender, sugiere que no se presentan diferencias notables en función del sector de actividad. El coste en tiempo, la falta de adecuación de duración y horario y la no disponibilidad local de formación son los aspectos mencionados por un mayor número de empresas de la industria y los servicios.

TABLA.32

MOTIVOS PARA NO REALIZAR CURSOS DE FORMACIÓN SOBRE CREACIÓN/CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL

Porcentaje respecto al total de empresas que conoce los cursos y no los ha efectuado ningún socio; respuesta múltiple

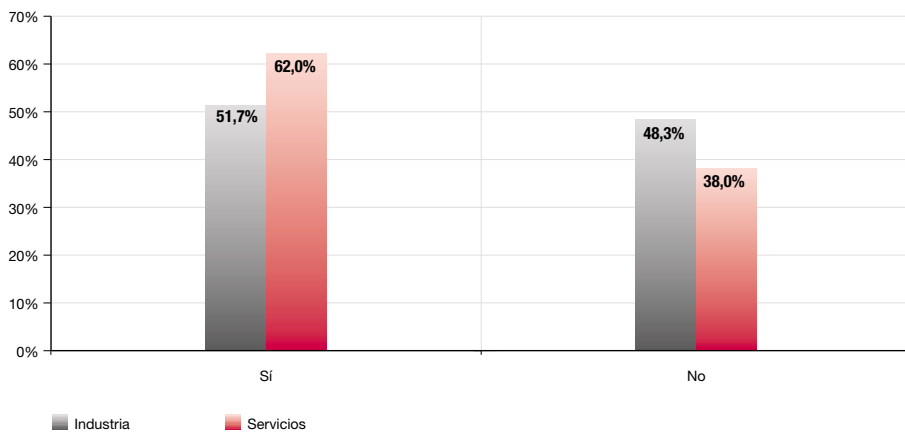
	Industria	Servicios
No se ofrecen cursos de formación en la localidad donde se encuentra mi empresa.	8,0%	14,6%
Por el coste de los cursos de formación.	2,1%	0,8%
Por el coste en tiempo que supone realizar actividades de formación.	36,0%	37,5%
Los cursos no se adaptan a las necesidades formación de los emprendedores, por la duración y el horario.	9,0%	13,4%
Los contenidos no responden a las necesidades de los formación de los emprendedores	2,8%	6,7%

Fuente: Cámaras de Comercio

En el terreno de la formación de ocupados, se repite la situación detectada en los cursos de formación para emprender, a saber, **el grado de conocimiento de los cursos y programas de formación de ocupados es sensiblemente menor en las empresas jóvenes industriales que en las de servicios**. En efecto, como puede observarse en el Gráfico 52, el 48,3% de las empresas industriales no sabía que existieran tales cursos de formación, porcentaje superior en diez puntos porcentuales al que se registra en las empresas de servicios.

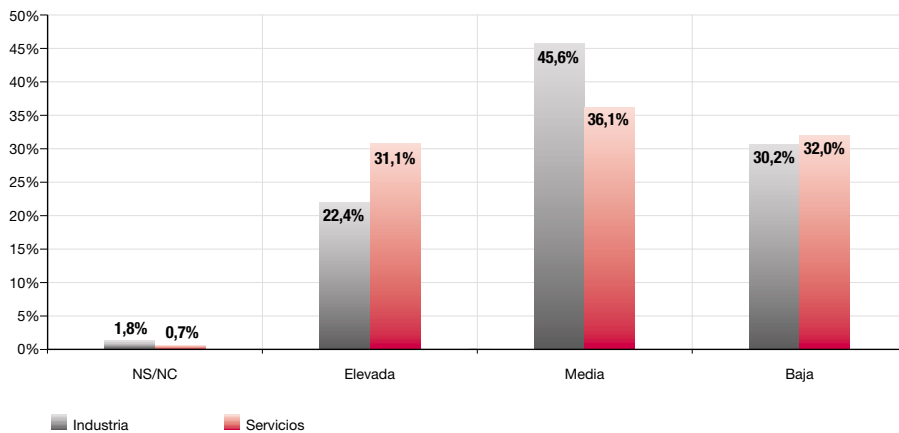
Si se centra la atención en las empresas que conocen los cursos de formación de ocupados, se constata que **las empresas de servicios tienden a participar más en éstos que las empresas industriales, aunque la diferencia es reducida**. El 50,4% de las empresas de servicios que conoce los cursos de formación de ocupados ha participado en los mismos, porcentaje superior al correspondiente a la industria en cerca de tres puntos porcentuales (Gráfico 54).

GRÁFICO.52 ¿CONOCE ALGUNO DE LOS CURSOS Y PROGRAMAS DE FORMACIÓN DE OCUPADOS QUE SE OFRECEN ACTUALMENTE?



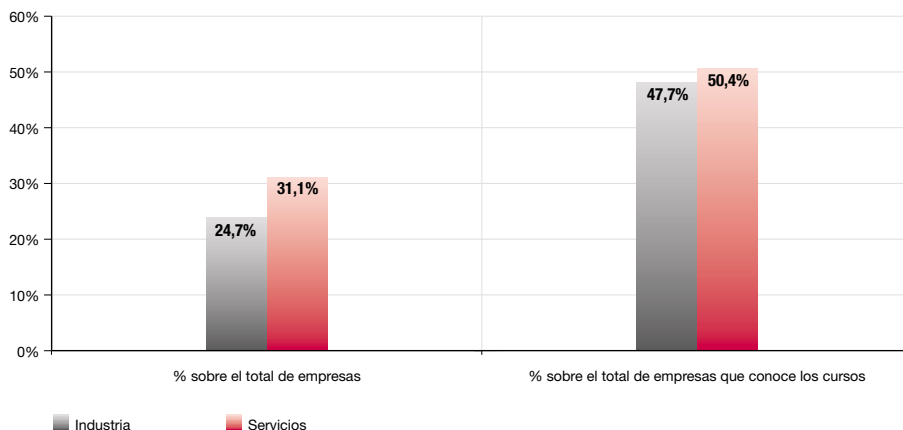
Fuente: Cámaras de Comercio

GRÁFICO.53 UTILIDAD DE LA FORMACIÓN DE OCUPADOS
(Distribución porcentual de las empresas que conocen los cursos en función de la valoración de su utilidad)



Fuente: Cámaras de Comercio

GRÁFICO.54 PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HAN PARTICIPADO EN CURSOS DE FORMACIÓN DE OCUPADOS



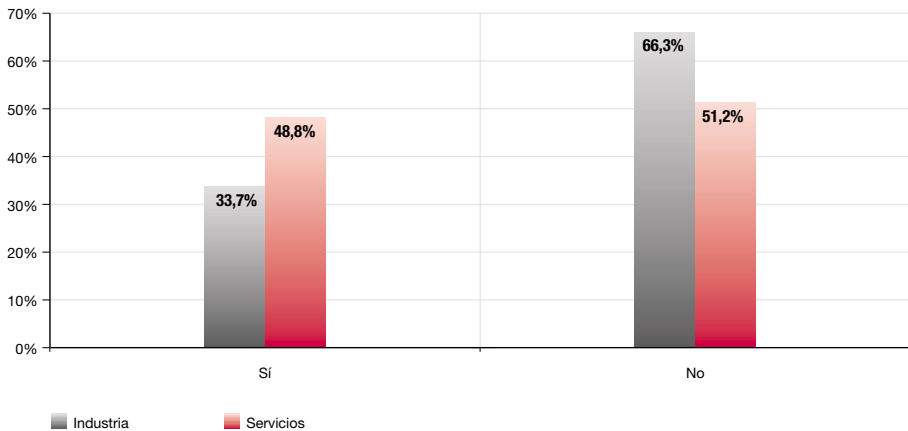
Fuente: Cámaras de Comercio

En resumen, el análisis de la valoración y uso de la formación para emprender y ocupados revela que, en el sector servicios, se tiende a conocer más esta formación que en la industria. Las empresas de servicios que conocen esta oferta formativa valoran su utilidad en mayor medida que las industriales y tienden a participar en actividades de formación (para emprendedores y ocupados) más que las correspondientes empresas industriales.

- **Facilitar el acceso a la financiación**

En el ámbito de la financiación de las nuevas empresas, **el conocimiento de los mecanismos existentes es muy inferior en las empresas jóvenes de la industria que en las del sector servicios**. Del total de empresas jóvenes industriales, sólo el 33,7% conoce alguno de los mecanismos. En los servicios, aunque también son mayoritarias las empresas que no los conocen, hay un 48,8% del total de empresas que sí conoce alguno de los mecanismos existentes (Gráfico 55).

GRÁFICO.55 ¿CONOCE ALGUNO DE LOS MECANISMOS EXISTENTES PARA FINANCIAR LAS NUEVAS EMPRESAS?



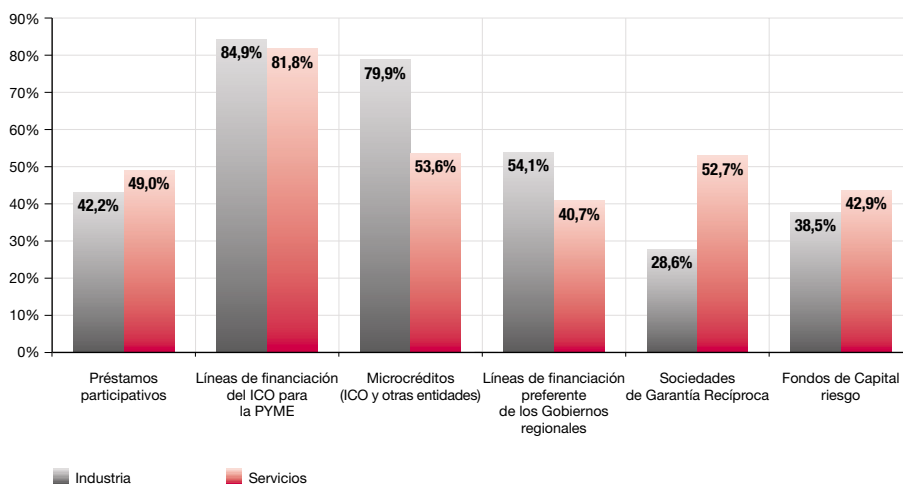
Fuente: Cámaras de Comercio

Dentro del grupo de empresas que conocen alguno de los instrumentos considerados (el 33,7% de las industriales y el 48,8% de las empresas de servicios), cabe destacar que **las líneas de financiación del ICO para la PYME y los microcréditos son los instrumentos con los que se encuentra familiarizado un mayor número de empresas**, si bien estos últimos son conocidos por un porcentaje de empresas notablemente inferior en los servicios que en la industria (Gráfico 56). También se debe subrayar que dentro de grupo de empresas industriales analizadas (las que conocen algún mecanismo de apoyo a la financiación), el porcentaje de empresas que conoce las líneas de financiación preferente de los Gobiernos regionales es superior al correspondiente a los servicios (en cerca de 14 puntos porcentuales). Lo contrario sucede con las Sociedades de Garantía Recíproca, que conoce el 52% de las empresas de servicios consideradas, frente al 28,6% de las industriales.



GRÁFICO.56 EMPRESAS QUE CONOCEN LOS MECANISMOS DE APOYO A LA FINANCIACIÓN

(% respecto a las empresas que conoce algún mecanismo de apoyo a la financiación)



Fuente: Cámaras de Comercio

Respecto a la valoración de la utilidad de los instrumentos de apoyo a la financiación, la distribución porcentual de las empresas que los conocen en función de su valoración, que se muestra en la Tabla 33, apunta a que **estos mecanismos son más valorados por las empresas de servicios**. En efecto, para todos los mecanismos de financiación, hay un mayor porcentaje de empresas de servicios que considera su utilidad elevada que el correspondiente a las empresas industriales. Además, el porcentaje de empresas que considera su utilidad baja es inferior, en todos los casos, en el sector servicios que en la industria.

TABLA.33

VALORACIÓN DE LA UTILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA FINANCIACIÓN

(distribución porcentual de las empresas que los conocen en función de su valoración)

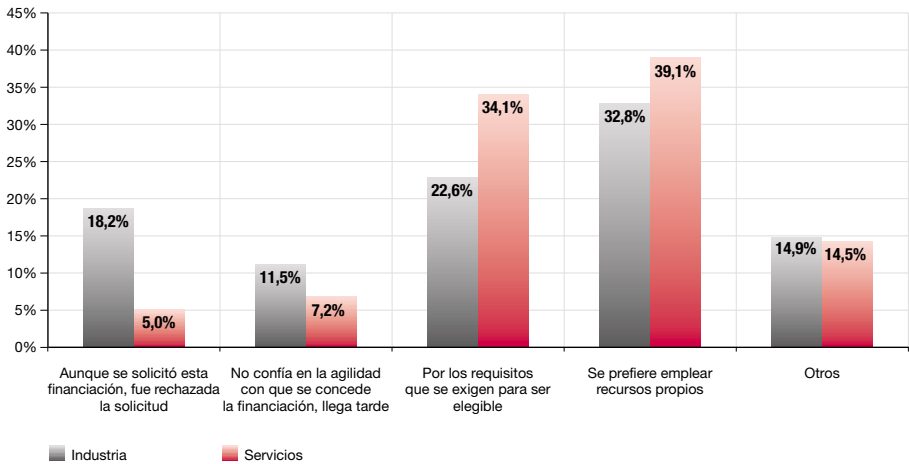
	Industria	Servicios
Préstamos participativos		
NS/NC	-	1,80%
Elevada	3,9%	48,2%
Media	39,9%	39,3%
Baja	56,2%	10,7%
Total	100%	100%
Líneas de financiación del ICO para la PYME		
NS/NC	-	2,4%
Elevada	18,2%	37,4%
Media	38,3%	50,3%
Baja	43,5%	9,9%
Total	100%	100%
Microcréditos (ICO y otras entidades)		
NS/NC	-	3,3%
Elevada	19,0%	41,2%
Media	35,3%	47,4%
Baja	45,7%	8,2%
Total	100%	100%
Líneas de financiación preferente de los Gobiernos regionales		
NS/NC	-	1,1%
Elevada	14,7%	38,7%
Media	41,8%	45,2%
Baja	43,5%	15,1%
Total	100%	100%
Sociedades de Garantía Recíproca		
NS/NC	-	1,7%
Elevada	9,3%	9,5%
Media	25,7%	77,6%
Baja	65,0%	11,2%
Total	100%	100%
Fondos de Capital riesgo		
NS/NC	-	3,6%
Elevada	1,5%	13,8%
Media	41,7%	66,8%
Baja	57%	16%
Total	100%	100%

Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a los motivos por los que las empresas que conocen los instrumentos de apoyo a la financiación no los han empleado, la información recogida en el Gráfico 57 permite destacar algunos datos interesantes. Por una parte, el rechazo de la solicitud de ayuda como motivo para no emplear la misma es más frecuente en las empresas industriales que en las de servicios (un 18,2% de las empresas de la industria señala como principal motivo para no emplear la ayuda el rechazo de la solicitud, frente al 5% de las empresas de servicios). Esto parece ser indicativo de una mayor propensión de las empresas industriales a tratar de beneficiarse de los mecanismos existentes de apoyo a la financiación. A su vez, ello podría estar relacionado con los requisitos que se exigen para ser elegibles. Téngase presente que el porcentaje de empresas que conoce los mecanismos de apoyo a la financiación y no los ha empleado por los requisitos que se exigen para ser elegible es muy superior en los servicios que en la industria. Ello podría sugerir que existe un cierto sesgo sectorial en los mecanismos de apoyo a la financiación, que tienden a dar más cobertura a empresas industriales que a las de servicios.

GRÁFICO.57

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS QUE CONOCEN LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA FINANCIACIÓN Y NO LOS HAN EMPLEADO SEGÚN EL PRINCIPAL MOTIVO PARA NO UTILIZARLOS



Fuente: Cámaras de Comercio

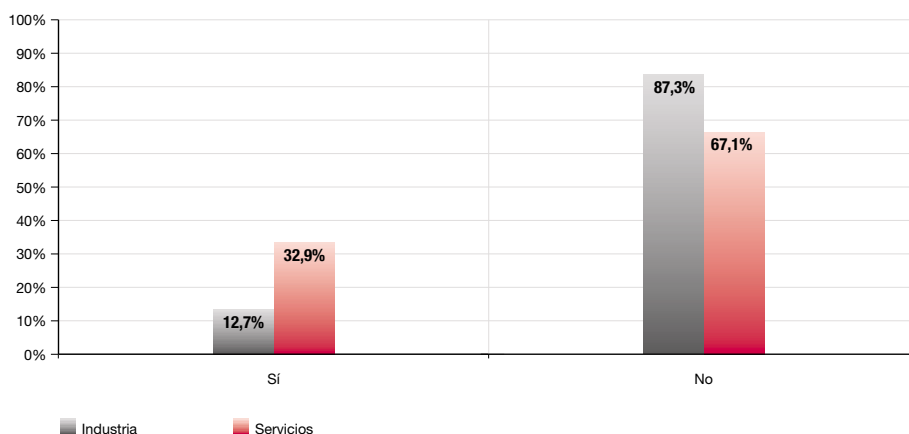
En resumen, el análisis de los mecanismos de apoyo a la financiación en las empresas jóvenes de la industria y los servicios muestra que se conocen menos en la industria que en los servicios y que las empresas del sector servicios que conocen los mecanismos valoran más su utilidad que las del sector industrial. No obstante, las empresas de servicios tienen más dificultades para acceder a los mecanismos de financiación por los requisitos exigidos para la elegibilidad, lo que parece apuntar a una cierta escasez de mecanismos de apoyo a la financiación de empresas de este sector en comparación con la industria.

- **Favorecer la innovación**

Los instrumentos de apoyo a la innovación empresarial son poco conocidos en las empresas jóvenes, y ello se acusa de forma especialmente marcada en las empresas industriales. Sólo el 12,7% de éstas conoce alguno de los mecanismos existentes para apoyar la innovación de las empresas (Gráfico 58). En el sector servicios este porcentaje es del 32,9%, considerablemente superior al registrado en la industria.

GRÁFICO.58

¿CONOCE ALGUNO DE LOS MECANISMOS EXISTENTES PARA APOYAR LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS?



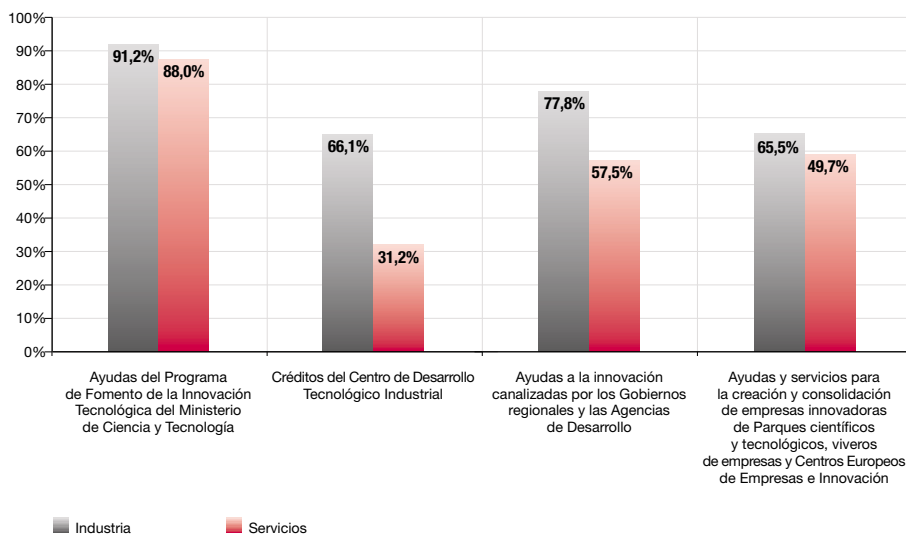
Fuente: Cámaras de Comercio

Si se centra el análisis en el grupo de empresas de cada sector que conoce alguno de los mecanismos de apoyo a la innovación, se observa que los más conocidos, en ambos sectores, son las ayudas del programa de fomento de la innovación tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología (Gráfico 59). Los restantes mecanismos son relativamente más conocidos en el grupo de empresas industriales que en las de servicios, especialmente los créditos del Centro de Desarrollo Tecnológico e Industrial.



GRÁFICO.59 EMPRESAS QUE CONOCEN LOS MECANISMOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN

(% respecto a las empresas que conoce algún mecanismo de apoyo a la innovación)



Fuente: Cámaras de Comercio

Las empresas del sector servicios que conocen los mecanismos de apoyo a la innovación empresarial los consideran más útiles que las correspondientes empresas industriales. Ello se desprende de la información recogida en la Tabla 34, que muestra la distribución porcentual de las empresas que conocen los instrumentos en función de su valoración. Por una parte, en los cuatro instrumentos considerados, el porcentaje de empresas de servicios que considera su utilidad elevada es más alto que el correspondiente a las de la industria. Y, al mismo tiempo, hay un mayor porcentaje de empresas industriales que considera baja la utilidad que en los servicios.

TABLA.34

VALORACIÓN DE LA UTILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN

(distribución porcentual de las empresas que los conocen en función de su valoración)

	Industria	Servicios
Ayudas del Programa de Fomento de la Innovación Tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología		
NS/NC	-	1,1%
Elevada	14,5%	28,0%
Media	52,3%	48,3%
Baja	33,3%	22,5%
Total	100%	100%
Ayudas a la innovación canalizadas por los Gobiernos regionales y las Agencias de Desarrollo		
Elevada	5,6%	5,2%
Media	53,0%	55,2%
Baja	41,4%	39,6%
Total	100%	100%
Ayudas y servicios para la creación y consolidación de empresas innovadoras de Parques científicos y tecnológicos, viveros de empresas y Centros Europeos de Empresas e Innovación		
NS/NC	-	2,3%
Elevada	13,2%	14,1%
Media	45,9%	61,6%
Baja	40,9%	22,0%
Total	100%	100%
Créditos del Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial		
NS/NC	-	1,3%
Elevada	8,0%	26,8%
Media	44,9%	47,1%
Baja	47,2%	24,8%
Total	100%	100%

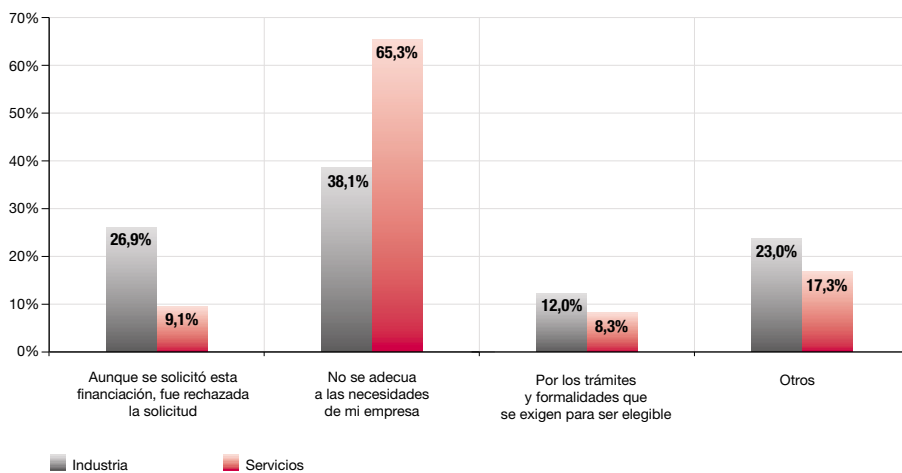
Fuente: Cámaras de Comercio



Un último aspecto que se estudiará son **los motivos por los que las empresas que conocen los instrumentos de apoyo a la innovación no los han empleado**. En ambos sectores, el motivo más señalado es que **los mecanismos no se adecuan a las necesidades de la empresa**, pero este aspecto es más relevante en las empresas de servicios que en las industriales. Un 65% de las empresas de servicios que conocen los instrumentos y no los han empleado señala la falta de adecuación de los mecanismos como principal motivo para no utilizarlos (Gráfico 60). En la industria, este porcentaje también es elevado (un 38,1%), pero notablemente inferior al correspondiente a los servicios. Dada la mayor falta de adecuación de las ayudas en los servicios que en la industria, resulta comprensible que el rechazo de la solicitud como motivo principal para no emplear la ayuda sea relativamente menos importante en los servicios que en la industria.

GRÁFICO.60

PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE LAS EMPRESAS QUE CONOCEN LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN NO LOS HAN EMPLEADO



Fuente: Cámaras de Comercio

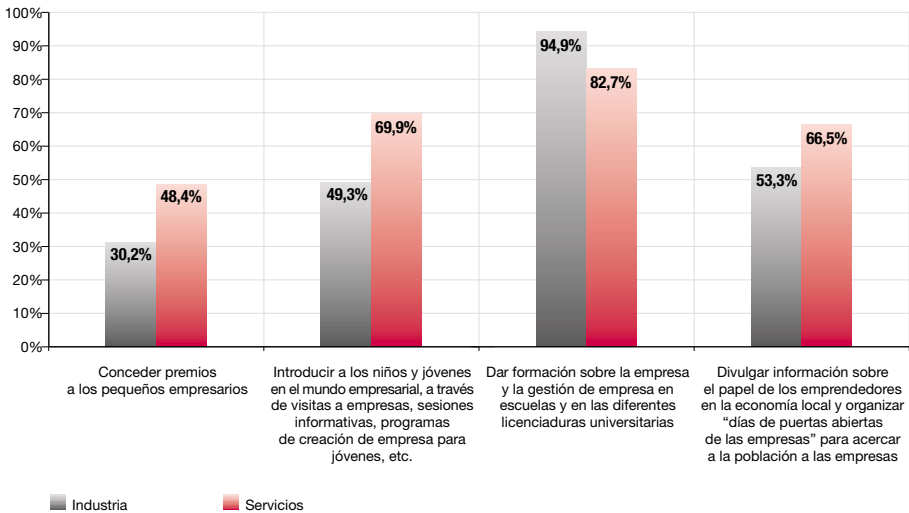
En suma, los mecanismos de apoyo a la innovación empresarial se conocen poco entre las empresas jóvenes, y este fenómeno se acusa de forma muy marcada en las empresas industriales. Las empresas de servicios conocen en mayor medida los instrumentos de apoyo a la innovación y valoran más su utilidad que las empresas de servicios. No obstante, estas últimas señalan más que las industriales una falta de adecuación de los mecanismos a las necesidades de las empresas, lo que podría estar impidiendo su mayor empleo.

• Fomento de la cultura empresarial

Por lo que se refiere a las medidas de fomento de la cultura emprendedora, cabe destacar que, en general, **las empresas de servicios valoran más la utilidad de las medidas consideradas que las empresas industriales**. En efecto, como se recoge en el Gráfico 61, de las cuatro medidas consideradas, el porcentaje de empresas que considera su utilidad elevada es superior en las empresas de servicios que en las industriales. La excepción se encuentra en “Dar formación sobre la empresa y la gestión de empresas en escuelas y en las diferentes licenciaturas universitarias”, aspecto considerado de utilidad elevada para fomentar la cultura emprendedora por un mayor porcentaje de empresas industriales que de servicios.

GRÁFICO.61

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONSIDERA “ELEVADA” LA UTILIDAD DE MEDIDAS DE FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA



Fuente: Cámaras de Comercio

Respecto a las medidas más eficaces para impulsar la cultura emprendedora, puede tomarse como indicador de la eficacia el porcentaje de empresas que considera su utilidad elevada. De acuerdo con este indicador, no se observarían disparidades muy acusadas entre las medidas más eficaces en las empresas de la industria y los servicios. En ambos casos, la medida más valorada es la formación sobre la empresa y su gestión y la menos valorada es la concesión de premios a los pequeños empresarios. Las otras dos medidas tendrían una valoración intermedia, si bien en la industria se considera algo más útil realizar actuaciones de sensibilización (información sobre el papel de las empresas, días de puertas abiertas, etc) que introducir a los niños y jóvenes en el mundo empresarial, mientras que en los servicios sucedería lo contrario.



Anexo III
**La regresión
logística**

Instrumentos de Apoyo a

**J. Empresas
Jóvenes**

Uso y Valoración

La regresión logística

La regresión logística resulta útil en situaciones en que se desea predecir la presencia o ausencia de un resultado en función de los valores adoptados por una serie de variables explicativas. Así, la técnica en cuestión permite modelizar cómo influye en la probabilidad de aparición de un suceso la presencia de diversos factores.

El empleo de técnicas habituales de regresión lineal no resulta adecuado en el estudio de variables dicotómicas (aparición o no de un suceso). Supongamos, sin embargo, que se efectúa una regresión lineal para cuantificar la posible relación entre la presencia de un suceso como “Conocimiento de la política de apoyo” y una serie de variables explicativas. La variable dependiente (C) toma valor 0 cuando no se presenta el suceso (no se conoce la política de apoyo) y valor 1 en el caso contrario. Dado el vector de variables independientes X, podría especificarse el siguiente modelo lineal:

$$(1) \quad C = a + b X$$

La estimación de la ecuación (1) por el procedimiento habitual de mínimos cuadrados ordinarios, aun siendo posible matemáticamente, generaría resultados absurdos. En efecto, cuando se calcule la función obtenida para diferentes valores de las variables explicativas, se obtendrán generalmente resultados diferentes de los valores de la variable dependiente (0 ó 1).

Ahora bien, si se define como variable dependiente la probabilidad de que una empresa conozca la política de apoyo (p) y se establece la siguiente función:

$$\text{Ln } [p / (1 - p)]$$

Entonces, estamos ante una variable que puede tomar cualquier valor, de forma que puede plantearse una regresión del tipo:

$$(2) \quad \text{Ln } [p(C) / (1 - p(C))] = a + b X$$

que tras alguna manipulación adopta la siguiente forma:

$$(3) \quad \text{Probabilidad C} = 1 / 1 + e^{-a - b X}$$

Este tipo de ecuación se conoce como modelo logístico.



Interpretación de los coeficientes del modelo logístico

El cociente entre la probabilidad de que ocurra un suceso frente a la probabilidad de que no ocurra, esto es,

$$\text{Odds} = p / (1 - p)$$

se denomina en la literatura *odds*. Supóngase que se calcula el odds del suceso “Conocimiento de la política de apoyo” cuando los socios de la empresa tienen estudios superiores (mostraría cuántas veces es más probable que se conozca la política de apoyo a que no se conozca en esa situación). A su vez, puede calcularse el odds de dicho suceso cuando los socios de la empresa no tienen estudios superiores. Si se divide el primer odds por el segundo, se obtiene un ratio que cuantifica cuánto más probable es que se conozca la política de apoyo cuando los socios tienen estudios superiores (*odds ratio*).

Si las variables explicativas tienen carácter dicotómico, como por ejemplo la variable antes mencionada (los socios tienen o no tienen estudios superiores), el coeficiente β de la ecuación logística está directamente relacionado con el odds ratio de tener estudios superiores respecto a no tenerlos. Esto es, el ratio

$$\text{Odds Ratio} = \exp(\beta)$$

es una medida que cuantifica el efecto que ejerce sobre la probabilidad de aparición del suceso (Conocimiento de la política de apoyo) el hecho de que se posea el factor correspondiente (Estudios superiores) respecto a no poseerlo (Estudio medios o inferiores), suponiendo constantes las restantes variables del modelo.

Cuando la variable explicativa es numérica, como por ejemplo la edad, el odds ratio cuantifica el cambio en la probabilidad de aparición del suceso cuando se pasa de un valor de la variable explicativa a otro, permaneciendo constante el resto de las variables. Por ejemplo, el *odds ratio* que supone pasar de la edad (de los socios de la empresa) E1 a la edad E2 sería:

$$\text{Odds Ratio} = \exp[\beta * (E2 - E1)]$$

Resta señalar que cuando el coeficiente b de una variable dada es positivo se obtiene un *odds ratio* mayor que uno. Por tanto, la variable explicativa en cuestión es un factor potenciador de la aparición del suceso. Por el contrario, un coeficiente negativo implicaría que el *odds ratio* es menor que la unidad, de manera que la variable ejerce un efecto obstaculizador sobre la aparición del suceso.



Bibliografía

Instrumentos de Apoyo a

J. Empresas Jóvenes

Uso y Valoración

© Cámaras

Bibliografía

CALLEJÓN, M. y SEGARRA, A. (1999), *Business Dynamics and Efficiency in Industries and Regions: The Case of Spain*. *Small Business Economics*, 13: 253-271.

CÁMARAS DE COMERCIO (2001), *La Creación de Empresas en España. Análisis por Regiones y Sectores*.

CÁMARAS DE COMERCIO (2002), *Factores para Consolidar una Empresa*.

CÁMARAS DE COMERCIO (2003), *Creación y Consolidación de Empresas. Políticas de apoyo*.

CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS TOMILLO (2002), *Las empresas innovadoras en España*, Colección Tecnológica, n.1, <http://www.tecnologica.net>.

COOPER, A., C. WOO y W. DUNKELBERG (1989), *Entrepreneurship and the Initial Size of Firms*, *Journal of Business Venturing* 4.

COMISIÓN EUROPEA (2001), *European Innovation Scoreboard 2001*.

EVANS, D. Y L. LEIGHTON (1989), *Some Empirical Aspects of Entrepreneurship*, *American Economic Review* 79 (jun 1989).

GEM (2000), *The Global Entrepreneurship Monitor Project, España: Informe Ejecutivo 2000*, www.gemconsortium.org.

GEM (2001), *The Global Entrepreneurship Monitor Project, España: Informe Ejecutivo 2001*, www.gemconsortium.org.

GEM (2002), *Global Entrepreneurship Monitor, 2002 Summary Report*, www.gemconsortium.org.

HARADA, N. (2001), *Who Succeeds as an Entrepreneur? An Analysis of Post-Entry Performance of New Firms in Japan*, *Japan Centre for Economic Research Discussion Paper* n. 68.

HAY, R. y D. ROSS (1989), *An Assessment of Success Factors of Non-Urban Start-Ups Firms Based upon Financial Characteristics of Successful Versus Failed Ventures*, *Frontiers of Entrepreneurship Research*: 148-58

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (2002), *Demografía empresarial en Andalucía*, en: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/DemogEmp/pub/DemogEmp.pdf>



LAZEAR, E. (2002), *Entrepreneurship*, National Bureau of Economic Research, Working Paper 9109.

SANTARELLI, E. y M. VIVARELLI (2002), *Is subsidizing entry an optimal policy?*, Industrial and Corporate Change, 11.

OCDE (2000), *Small and Medium Enterprise Outlook, 200 Edition*, Organization for Economic Cooperation and Development.

PEÑA, I (2003), *Business Incubation Centres and New Firm Growth in the Basque Country*, próxima publicación en Small Business Economics

WOO, C., A. COOPER, W. DUNKELBERG Y U. DAELLENBACH (1989), *Determinants of Growth for Small and Large Entrepreneurial Start-Ups*, Frontiers of Entrepreneurship Research.

WENNEKERS, S Y R. THURIK (1999), *Linking Entrepreneurship and Economic Growth*, Small Business Economics, 13.