

# Creación Y Consolidación DE Empresas. Políticas de Apoyo



**Cámaras**  
Fundación INCYDE





**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

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

Trabajo realizado con la colaboración del Centro de Estudios Económicos Tomillo

**Diseño y maquetación:**

PRINT A PORTER, COMUNICACIÓN. Madrid

**Imprime:**

IMPRESA MODELO

## Presentación

El crecimiento de la producción y el empleo en España y Europa depende, cada vez más, de la inclinación y capacidad de la sociedad para crear empresas y gestionarlas con vocación de continuidad.

Las naciones más prósperas se caracterizan por tener un espíritu empresarial fuerte. Los denominados “milagros económicos” los son porque coinciden con la creación de una cultura empresarial capaz de mantenerlos en el tiempo.

Ante esta realidad, la política de apoyo a la empresa adquiere mayor relevancia cada día, a escala europea. La política de empresa es una prioridad para lograr un entorno más competitivo y aumentar el nivel de vida en la UE.

Sin embargo, trámites administrativos, fiscalidad, falta de formación específica, dificultades para obtener recursos financieros, gestión de la innovación y normas sociales y culturales son algunos de los obstáculos que frenan el desarrollo de actividad empresarial. Por ello, es tan importante transformar la burocracia de hoy en la empresa de mañana.

Las Cámaras de Comercio, a través de la Fundación INCYDE y en colaboración con el Fondo Social Europeo, continúan con la línea editorial dedicada a la empresa. En esta ocasión, se realiza un análisis de la política de apoyo a la empresa en España y la UE al tiempo que se proponen una serie de recomendaciones para mejorar y ampliar la política de creación y consolidación de empresas, especialmente las dirigidas a las de menor tamaño.

Las condiciones objetivas para ser una sociedad generadora de empresas son dos: libertad democrática y oferta de espíritu empresarial. España tiene suficientemente consolidada la primera. Sin embargo, la evidencia nos indica que un renacimiento del espíritu empresarial es la principal urgencia y estímulo para prolongar la actual situación económica.

Empresarios y gestores tienen una trayectoria común que les lleva a fomentar el compromiso. Este trabajo, tercero de una serie dedicada a la creación y desarrollo de empresas, busca inspirar a los responsables de elaborar políticas de apoyo.

**José Manuel Fernández Norniella**  
Presidente



**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

**Índice de  
contenidos**

# T Tabla de contenidos

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
<b>2. EL ENTORNO EMPRESARIAL EN ESPAÑA</b>	<b>17</b>
2.1. REGULACIÓN DE LAS EMPRESAS	18
2.2. FISCALIDAD EMPRESARIAL	20
2.3. EMPRESARIOS, TRABAJADORES Y SU FORMACIÓN	22
2.4. FINANCIACIÓN DE LAS EMPRESAS	27
2.5. INNOVACIÓN EMPRESARIAL	33
2.6. NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	38
2.7. OTROS ASPECTOS DEL ENTORNO EMPRESARIAL	39
2.7.1. Actividad empresarial y género	39
2.7.2. Actividad empresarial y edad	41
<b>3. EMPRESA Y POLÍTICA DE APOYO EN LA UNIÓN EUROPEA</b>	<b>45</b>
3.1. IMPLICACIONES DE LA NUEVA ECONOMÍA EN LA POLÍTICA DE EMPRESA	46
3.2. UNIÓN EUROPEA Y PEQUEÑAS EMPRESAS	50
3.3. LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS EN LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA	53
3.3.1. Simplificación administrativa y evaluación de la regulación	53
3.3.2. Facilitar la creación de empresas	55
3.3.3. Fiscalidad de la empresa	56
3.3.4. Impulsar las habilidades	58
3.3.5. Financiación de las empresas	60
3.3.6. Fomento de la innovación y la capacidad tecnológica	61
3.3.7. Impulsar una cultura emprendedora	64
3.3.8. Conclusiones	67
3.4. ANÁLISIS DETALLADO DE PROGRAMAS DE APOYO	68
3.4.1. Simplificación administrativa y evaluación de la regulación	68
3.4.2. Facilitar la creación de empresas	70
3.4.3. Fiscalidad de la empresa	72
3.4.4. Impulsar las habilidades	73
3.4.5. Financiación de las empresas	74
3.4.6. Fomento de la innovación	76
3.4.7. Impulsar una cultura emprendedora	78

<b>4. POLÍTICA DE APOYO A LA EMPRESA EN ESPAÑA</b>	<b>83</b>
4.1. DESARROLLOS RECIENTES DE LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL	84
4.1.1. Simplificación administrativa y evaluación regulatoria	84
4.1.2. Facilitar la creación de empresas	85
4.1.3. Fiscalidad de la empresa	87
4.1.4. Impulsar las habilidades	89
4.1.5. Financiación de las empresas	91
4.1.6. Fomento de la innovación y la capacidad tecnológica de las empresas	94
4.1.7. Impulsar una cultura emprendedora	96
4.1.8. Conclusiones	97
4.2. POLÍTICA DE APOYO ESPAÑOLA EN EL CONTEXTO DE LA UNIÓN EUROPEA	98
4.3. VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS	101
<b>5. RECOMENDACIONES</b>	<b>109</b>
5.1. MOTIVACIÓN Y OBJETIVOS	109
5.1.1. ¿Por qué es necesario reconsiderar el apoyo público a la PYME?	109
5.1.2. Objetivos	112
5.2. RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS	112
5.2.1. Líneas estratégicas	113
5.2.2. Mejorar la regulación y facilitar el proceso de creación de empresas	115
5.2.3. Ampliar la información sobre el impacto de la regulación	116
5.2.4. Fiscalidad de la empresa joven	118
5.2.5. Mejorar la disponibilidad de competencias	119
5.2.6. Facilitar el acceso a la financiación de las empresas jóvenes	121
5.2.7. Impulsar la innovación de la PYME	123
5.2.8. Crear una cultura más emprendedora	125
<b>ANEXO I. OPINIONES DE EXPERTOS</b>	<b>131</b>
ÉXITO EMPRESARIAL	131
EL FRACASO EMPRESARIAL	133
ENTORNO EMPRESARIAL EN ESPAÑA	134
LÍNEAS ESTRATÉGICAS SEÑALADAS PARA APOYAR LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS	140
INSTRUMENTOS PROPUESTOS PARA APOYAR LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS	141
<b>ANEXO II. ANÁLISIS DE PROGRAMAS DE APOYO EUROPEOS</b>	<b>147</b>
<b>ANEXO III. PROGRAMAS DE APOYO EN ESPAÑA</b>	<b>151</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>155</b>



**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

**1. Introducción**

## Introducción

**La mirada retrospectiva de la política de apoyo a la empresa en España muestra que ha ganado relevancia en los últimos años.** El reciente aumento de iniciativas y programas de apoyo, así como la incorporación y participación activa de los gobiernos regionales en los esfuerzos de promoción de la empresa, son ilustrativos de este papel más central adquirido por la política de empresa. A nivel comunitario, la empresa, y muy especialmente la pequeña empresa, se ha convertido en un tema prioritario, y se han intensificado las actuaciones dirigidas a crear un marco más favorable para el desarrollo del espíritu empresarial en la Unión Europea.

El papel descollante de la política de empresa es, en buena medida, un resultado de los cambios acontecidos en el entorno económico internacional, que apuntan a la emergencia de una Nueva Economía o Economía empresarial, cuyo rasgo más significativo es **el papel central de la pequeña empresa como agente de la innovación y de la creación de valor añadido y empleo.** El impacto de las pequeñas empresas de alto crecimiento, que suelen ser altamente innovadoras, en la creación de empleo, ilustra el papel crítico del carácter emprendedor en el proceso económico actual. También habla en este sentido la relevancia que tiene el ritmo de creación de nuevas empresas, que son de pequeño tamaño en su gran mayoría, para explicar las diferencias observadas en las tasas de crecimiento económico de los países occidentales.

En este marco, el éxito de los países para impulsar el crecimiento y el empleo queda condicionado, cada día más, por su efectividad para fomentar la motivación y capacidad empresarial, la difusión de conocimientos y la creación y consolidación de nuevas empresas, dando respuesta a los problemas específicos de la pequeña empresa. Por lo tanto, **las políticas articuladas para lograr estos objetivos deben de ser consideradas con carácter prioritario, tanto más cuanto mayores sean los obstáculos al desarrollo de la actividad empresarial.**

Este es el contexto en el que se plantea el presente estudio, que desea contribuir al reto que supone desde la perspectiva de la política de apoyo a la PYME el papel protagonista adquirido por las pequeñas empresas para garantizar los procesos de crecimiento actuales y futuros. Ello ha aumentado las exigencias de información sobre el entorno empresarial, las líneas de actuación más necesarias y los instrumentos más eficaces. Con el presente estudio, se desea ayudar a mejorar la información sobre estas cuestiones, mediante el análisis y valoración de la política de apoyo a la empresa en España y en la UE y la propuesta de recomendaciones que ayuden a la mejora y ampliación del apoyo a la creación y consolidación de empresas, especialmente las de menor tamaño.

De esta manera, los **principales objetivos** del estudio son los siguientes:

- ❖ **Identificar los rasgos del entorno en que se desarrolla la actividad empresarial en España** susceptibles de condicionar las posibilidades de crear y consolidar empresas.
- ❖ Poner de relieve los **ámbitos de la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas que están siendo especialmente atendidos en los países de la UE**, los instrumentos empleados, y los Estados más involucrados en el fomento de las pequeñas empresas.
- ❖ Identificar **las líneas de la política de apoyo a la creación y consolidación menos desarrolladas en España**, en comparación con los países de la Unión Europea.
- ❖ Recoger la **valoración de expertos sobre la situación actual de la política de apoyo a la creación y consolidación en España** y las líneas de actuación que requieren atención especial
- ❖ Realizar **recomendaciones para mejorar y ampliar el apoyo a la creación y consolidación de pequeñas empresas**.

Para cumplir estos objetivos, se resolvieron de forma previa varias **cuestiones metodológicas**. En primer lugar, se debía **identificar el grupo de empresas a las que se dirigen las políticas de apoyo a la creación y consolidación**. Estas empresas incluyen tanto el colectivo en proceso de gestación (empresas nacientes) como las empresas jóvenes en proceso de consolidación. Respecto a estas últimas, se acepta comúnmente que la consolidación es un proceso que se da en los primeros años de vida de la empresa, si bien no hay una frontera clara, generalmente aceptada, que separe a las empresas en proceso de consolidación de las empresas maduras. No obstante, existe cierto consenso a la hora de reconocer que las empresas sufren las mayores dificultades de consolidación en los dos o tres años inmediatamente posteriores a su creación, que resultan críticos para el futuro de las empresas. Por ello, en este estudio se considera que las empresas en proceso de consolidación son aquellas con menos de tres años de actividad, aproximadamente. **Las políticas que inciden en las empresas nacientes y con edad inferior a tres años se consideran, por tanto, políticas de apoyo a la creación y consolidación.**

En segundo lugar, se debía delimitar el **contenido de la “política de apoyo a la creación y consolidación de empresas”** (a la que denominaremos, a efectos de simplificar la terminología utilizada, “política de apoyo”). Esto resultaba complicado por la multiplicidad de aspectos que inciden en la creación y consolidación de empresas y deberían ser tenidos en consideración. Una visión muy amplia dificultaría el desarrollo operativo del estudio, pero una visión estrecha pondría en cuestión la utilidad del análisis. En la práctica, se optó por definir de forma relativamente amplia lo que se entiende por esta política, incluyendo los aspectos de regulación, educación, fiscalidad, financiación, innovación y el entorno cultural y social susceptibles de afectar a la creación y consolidación empresarial.

Por otra parte, debe tenerse en cuenta que en España, como en los países de la Unión Europea, la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas no existe como tal, encontrándose integrada en la política de empresa, que tiene como objetivo fomentar la actividad del conjunto de las empresas, sin restricciones en cuanto a la edad de las mismas. Esto supone que, para analizar las políticas de apoyo a la creación y consolidación, **se deben seleccionar las actuaciones de la política de empresa que inciden sobre las empresas nacientes y en proceso de consolidación.** En este estudio, esta selección se realiza distinguiendo dos tipos de actuaciones: **las que afectan directamente a la creación y consolidación de empresas** (porque han sido concebidas con esta finalidad o bien afectan de forma significativa a los determinantes de la creación y consolidación empresarial), por una parte, y **las actuaciones que afectan indirectamente a las perspectivas de creación de empresas y su consolidación** (porque favorecen la actividad de las pequeñas empresas en general, de cualquier edad), por otra parte. Por lo tanto, se adopta una visión amplia de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial.

Finalmente, por lo que se refiere a **las fuentes de información** empleadas para elaborar este estudio, principalmente se han utilizado las monografías e informes existentes sobre la empresa y la política de apoyo y las características del entorno empresarial (en España y en los países de la Unión Europea). Para completar estas fuentes de información, se ha realizado una consulta a un panel de diez expertos del mundo empresarial. Con ello, se deseaba obtener información cualitativa que ayudara a valorar el marco de la actividad empresarial, la política de apoyo actual y las actuaciones más necesarias para impulsar la creación y consolidación de empresas. **La consulta se realizó mediante dos rondas de contactos.** Inicialmente, se efectuó una entrevista personal, abierta, a los expertos, que permitió recoger las opiniones de éstos sobre el entorno empresarial, los obstáculos a la actividad empresarial y las líneas de apoyo y los instrumentos más necesarios. En la segunda ronda, se empleó un cuestionario estructurado para recabar la opinión de los expertos sobre las líneas de actuación y los instrumentos de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial que se proponen en este estudio.

Los objetivos del estudio se abordan en las secciones 2 a 5. En la sección 2, se emplean estadísticas, monografías e informes existentes y se recurre a la valoración de los expertos para identificar las características principales del entorno empresarial en España. El análisis de los resultados ofrecerá una imagen panorámica del entorno en el que se desenvuelve la actividad empresarial, sus oportunidades y obstáculos. Además, dentro de los límites de disponibilidad y comparabilidad de los datos, mostrará la posición relativa de España en el contexto de la Unión Europea y otros países occidentales (especialmente Estados Unidos).

La sección 3 aborda el análisis de las principales actuaciones en materia de política de empresa lanzadas en los últimos años desde la Comisión Europea y los Estados Miembros de la UE que inciden, directamente o indirectamente, en la creación y consolidación de empresas. Con ello se trata de identificar los programas y medidas con los que se está animando la actividad de empresas pequeñas y jóvenes en los países de la Unión Europea. Además, se pondrán de relieve los ámbitos de la política de

apoyo que están siendo especialmente atendidos, los instrumentos más empleados y los países especialmente involucrados en el impulso de las empresas pequeñas y jóvenes.

El estudio de la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas en España se profundiza en la sección 4. Tras describir, sin ánimo de exhaustividad, las principales actuaciones adoptadas en los últimos años (especialmente desde la Administración Central), se identifican ámbitos de actuación y medidas que parecen menos desarrollados respecto a nuestros socios comunitarios. Además, se recoge la opinión del panel de expertos consultado sobre la situación actual de la política de apoyo y las líneas de actuación que requieren atención especial.

El estudio concluye, en la sección 5, con la formulación de recomendaciones para mejorar y ampliar el apoyo público a la creación y consolidación de empresas, que han sido desarrolladas prestando especial atención a la problemática de la pequeña empresa.

Por último, se incluye un anexo con las opiniones señaladas por los expertos en las entrevistas personales.



**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

**2. El entorno  
empresarial  
en España**

# El entorno empresarial en España

Un objetivo prioritario del presente estudio es proponer líneas estratégicas y actuaciones para fomentar el nacimiento y la consolidación de empresas en España que, en última instancia, permitan aumentar la actividad emprendedora, el crecimiento y el empleo. Para ello, el punto de partida es el análisis de un conjunto de condiciones o aspectos del entorno empresarial español que, globalmente, afectan al desarrollo empresarial, a la inclinación de la población a crear empresas y a las posibilidades de supervivencia y expansión.

Como se ha indicado anteriormente, las fuentes de información empleadas para realizar tal análisis incluyen, en primer lugar, las estadísticas, monografías, publicaciones e informes existentes sobre las condiciones del entorno empresarial en España. Las fuentes anteriores se combinan con información cualitativa obtenida a través de encuestas personales en profundidad, realizadas a un panel de diez expertos, acerca de cuestiones relacionadas con el entorno empresarial español (primera ronda de contactos) <sup>1</sup>.

**El análisis de los resultados de esta sección nos ofrece una imagen del entorno en el que se desenvuelve la actividad empresarial en España**, sus oportunidades y obstáculos y, dentro de los límites de disponibilidad y comparabilidad de los datos, nos muestra **la posición relativa de España en el contexto de la Unión Europea y otros países occidentales** (especialmente Estados Unidos). Todo ello apunta en qué ámbitos deben reforzarse o ampliarse los esfuerzos de la política de apoyo a la creación de nuevas empresas y su consolidación.

A continuación, se procede a analizar de forma pormenorizada siete aspectos críticos del entorno que afectan a la creación y consolidación de empresas. El apartado 2.1. ofrece una visión del entorno regulatorio y administrativo de las empresas en España, con especial referencia a los trámites para la creación de nuevas empresas. La fiscalidad empresarial se considera en el apartado 2.2. La cuestión de la formación y habilidades de los recursos humanos, de trabajadores asalariados y empresarios, se analiza en 2.3. En cuanto al entorno financiero, las características de las condiciones de acceso a la financiación empresarial son estudiadas en 2.4. El panorama de la innovación y la cultura innovadora empresarial se estudia en 2.5. En el apartado 2.6. se ahonda en las características del entorno social y cultural. Finalmente, en el apartado 2.7 se recoge información sobre el impacto demográfico y del género sobre el desarrollo empresarial.

<sup>1</sup> En el Anexo 1 se recoge de forma exhaustiva las opiniones de los expertos sobre el entorno empresarial, resultantes de las entrevistas personales efectuadas en la primera ronda de contactos.



## 2.1. La regulación de las empresas

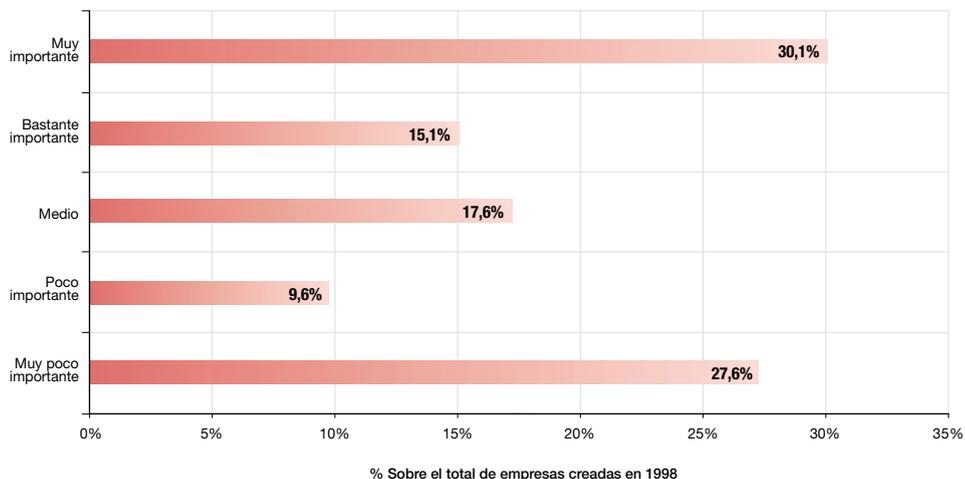
El proceso de creación de empresas está sujeto a una serie de trámites legales, administrativos y fiscales. El cumplimiento de éstos comporta costes directos (variables según la forma jurídica escogida), además de consumir parte del tiempo que los emprendedores dedican a las nuevas empresas. Tras la entrada en el mercado, las regulaciones fiscales, laborales, medioambientales, etc., generan obligaciones adicionales sobre las empresas. En conjunto, estas obligaciones administrativas han sido consideradas como un obstáculo al nacimiento y desenvolvimiento de las empresas.

En España, las empresas jóvenes (creadas en 1998) consideran que la creación de empresas se encuentra obstaculizada por los trámites que deben satisfacerse para entrar en el mercado. Según un estudio realizado por las Cámaras de Comercio (2002)<sup>2</sup>, para el 30,1% de las empresas jóvenes dichos trámites fueron un obstáculo muy importante, y a ello se añade otro 15,1% de las empresas que considera que los trámites para la creación fueron un obstáculo bastante importante (Gráfico 1). En conjunto, el 45,2% de las empresas creadas en 1998 considera que los trámites para la creación son un obstáculo bastante o muy importante. Sólo el 27,6% opina que los trámites administrativos tienen muy poca importancia como obstáculo a la creación de una empresa.

GRÁFICO.1

### OBSTÁCULOS ADMINISTRATIVOS A LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN ESPAÑA

En la creación de la empresa, los trámites administrativos fueron un obstáculo:



Fuente: Cámaras de Comercio (2002)

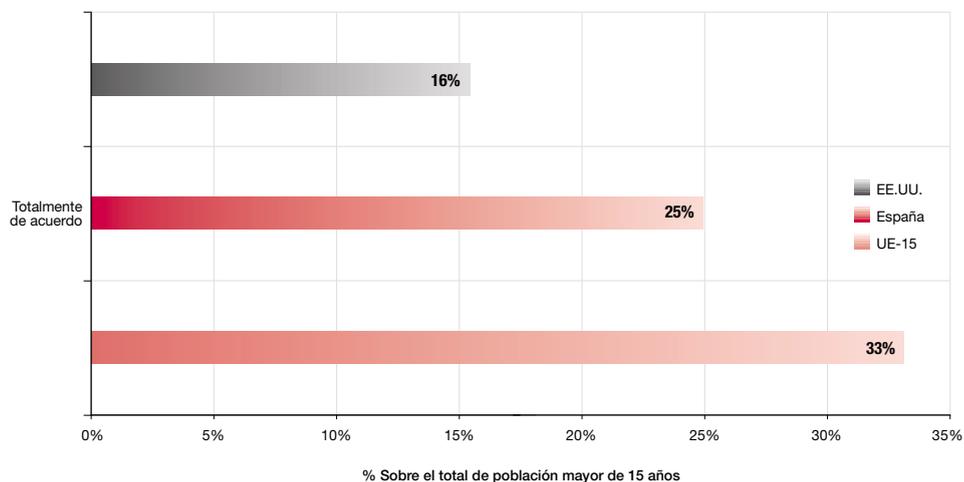
<sup>2</sup> “Factores para consolidar una empresa”. Las empresas jóvenes de este estudio son las creadas en 1998 que continúan activas en el 2002.

Por otra parte, en España se considera algo menos importante la dificultad administrativa de iniciar un negocio que en el conjunto de los países de la Unión Europea. El 33% de los europeos está totalmente de acuerdo en que la creación de una empresa es difícil como consecuencia de los procedimientos administrativos, mientras que en España este porcentaje es el 25% (Gráfico 2).

## GRÁFICO.2

### VALORACIÓN DE LAS DIFICULTADES ADMINISTRATIVAS DE INICIAR UN NEGOCIO

Es difícil crear tu propia empresa a causa de la complejidad de los procedimientos administrativos



Fuente: Flash Eurobarometer 83

Aunque en España se consideran menos importantes los obstáculos administrativos que en la Unión Europea, debemos subrayar que tanto la UE como España se encuentran en una posición poco favorable respecto a **Estados Unidos, donde se considera bastante menos compleja la creación de una empresa**. Sólo el 16% de la población de Estados Unidos está totalmente de acuerdo en que la creación de una empresa resulta compleja a causa de los procedimientos administrativos, porcentaje inferior en ocho y 17 puntos porcentuales a los registrados en España y la Unión Europea, respectivamente.

Por lo tanto, la información disponible apunta a la existencia de un entorno administrativo para la creación de empresas sustancialmente más complejo en España que en Estados Unidos, que a su vez es una de las economías del mundo con mayores índices de actividad emprendedora<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> El Informe Global Entrepreneurship Monitor de 2001 (Informe GEM 2001) muestra que la tasa de actividad emprendedora (Porcentaje de personas involucradas en empresas que llevan menos de 42 meses de actividad) de Estados Unidos es significativamente superior a la registrada en once de los doce países europeos incluidos en el estudio.

**El panel de expertos consultado**<sup>4</sup> para el desarrollo de esta investigación tiende a coincidir en que los trámites administrativos que deben cumplimentarse en España para crear una empresa son, en efecto, complejos, y el lenguaje técnico de los formularios administrativos genera dificultades innecesarias. Se reconoce que los emprendedores deben tener la capacidad para resolver las cuestiones administrativas y que sería exagerado considerar que estos trámites impiden la creación de empresas. Ahora bien, los expertos han señalado dos consecuencias negativas de la complejidad de los requerimientos administrativos asociados a la creación de empresas. Por una parte, afectan adversamente a las perspectivas de consolidación futura de los proyectos empresariales porque, durante cierto tiempo, el emprendedor no está totalmente dedicado a lo realmente importante (prever las necesidades futuras de las empresas, emprender las acciones estratégicas más importantes, etc). Por otra parte, sitúa a las empresas españolas en una posición desfavorable respecto a las de otros países de nuestro entorno donde la regulación es más sencilla (por lo que sufren un menor coste administrativo y pueden concentrarse más en cuestiones estratégicas).

**En conclusión, los trámites administrativos que soportan las empresas en España son todavía complejos, en mayor medida que los de las empresas de otros países con mayor desarrollo empresarial como Estados Unidos.** El impacto adverso de esta complejidad sobre el desarrollo empresarial se debe a que desvían la atención de lo que realmente es importante para el futuro de las empresas (la planificación estratégica), y esto sitúa a las empresas españolas en una posición desfavorable respecto a las situadas en países con regulaciones más simplificadas.

## 2.2. La fiscalidad empresarial

La fiscalidad tiene una clara incidencia en el desarrollo del espíritu empresarial. Existe evidencia empírica internacional que avala la hipótesis de que **los tipos impositivos elevados frenan el nacimiento de empresas y, en general, el nivel de actividad emprendedora de un país**<sup>5</sup>. Una razón por la que la carga fiscal desalienta la actividad emprendedora es que, como señala la OCDE (1998), los tipos impositivos elevados, al reducir los beneficios de la actividad empresarial, pueden impedir la creación o expansión de empresas, penalizar a las empresas de más éxito (como las gacelas) y reducir la liquidez empresarial. Además, existen impuestos y cuotas sociales de carácter fijo, independientes del volumen de actividad y beneficios de las empresas, que constituyen una barrera adicional para el emprendedor.

**La fiscalidad es susceptible de tener un impacto especialmente adverso en las empresas pequeñas y jóvenes,** en la medida que la presión fiscal suponga un freno a las posibilidades de crecimiento de estas empresas. La razón de ello se encuentra en la importancia del crecimiento en los primeros momentos de la empresa con vistas a lograr su consolidación<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.

<sup>5</sup> El Informe del Global Entrepreneurship Monitor de 2000 (Informe GEM 2000) muestra, en el marco de un estudio comprehensivo de 21 países (incluye España), que los países donde las empresas e individuos soportan una menor carga fiscal (aproximada por el tipo impositivo que grava los beneficios empresariales y el tipo impositivo máximo del impuesto sobre la renta de las personas físicas) disfrutaron de unos niveles de actividad empresarial más elevados.

<sup>6</sup> Esto resulta comprensible dado que las empresas nacen con un tamaño inferior al medio y, por tanto, la expansión inicial puede verse como una forma de alcanzar una escala mínima eficiente (o unos costes medios mínimos que garanticen la competitividad).

Ello se ha puesto de relieve en el análisis de los determinantes de la consolidación empresarial realizado por las Cámaras de Comercio (2002), donde se muestra que *las empresas españolas nacidas en 1998 que han alcanzado un mayor nivel de consolidación en 2002 son las que han experimentado las tasas de crecimiento más acusadas, especialmente del empleo*. La información que se recoge en la Tabla 1 ilustra estos resultados. Por una parte, la tasa media de crecimiento acumulado de la facturación, entre 1999 y 2001, es del 69% en la empresas de consolidación alta, esto es, se registra una cifra de crecimiento de la facturación muy por encima de la que experimentan las empresas de consolidación media (49%) y baja (41%). Por otra parte, el número de asalariados ha aumentado en más de un 100% en las empresas de consolidación alta entre 1998 y 2001, mientras que en las empresas de consolidación media el aumento es del 60% y en el grupo de consolidación baja se registra una cifra de aumento del empleo todavía inferior (el 51,8%).

**TABLA.1**

**CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS CREADAS EN 1998  
(tasa media de aumento acumulado)**

	Consolidación alta	Consolidación media	Consolidación baja
Facturación *	69,0%	49,0%	41,0%
Número de asalariados **	133,7%	60,8%	51,8%

\* Crecimiento 1999-2001

\*\* Crecimiento 1998-2001, sólo empresas creadas con asalariados

Fuente: Cámaras de Comercio (2002)

Los datos anteriores ponen de relieve la importancia que tiene el crecimiento inicial de las empresas en el proceso de consolidación empresarial. Por lo tanto, **la fiscalidad inadecuada, en la medida que dificulte la expansión, especialmente en los primeros momentos de vida de la empresa, puede ser considerada como un obstáculo a la consolidación.**

En cuanto a la fiscalidad de las empresas en España, las empresas jóvenes siguen considerando, a pesar de las reformas implementadas en los últimos años a favor de las pequeñas empresas, que la fiscalidad es un obstáculo crítico en sus primeros años de actividad. Según “Factores para consolidar una empresa”, Cámaras de Comercio (2002), **el obstáculo más importante para las empresas españolas nacidas en 1998 es la fiscalidad**. En conjunto, el 44,9% de estas empresas considera que, una vez creada la empresa, la presión fiscal constituye un obstáculo muy importante, mientras que el 19,7% la considera como un obstáculo bastante importante (Gráfico 3). Un 14,2% de las empresas opina que la presión fiscal supone un obstáculo medio, y sólo el 21,2% considera que sea poco o muy poco importante.

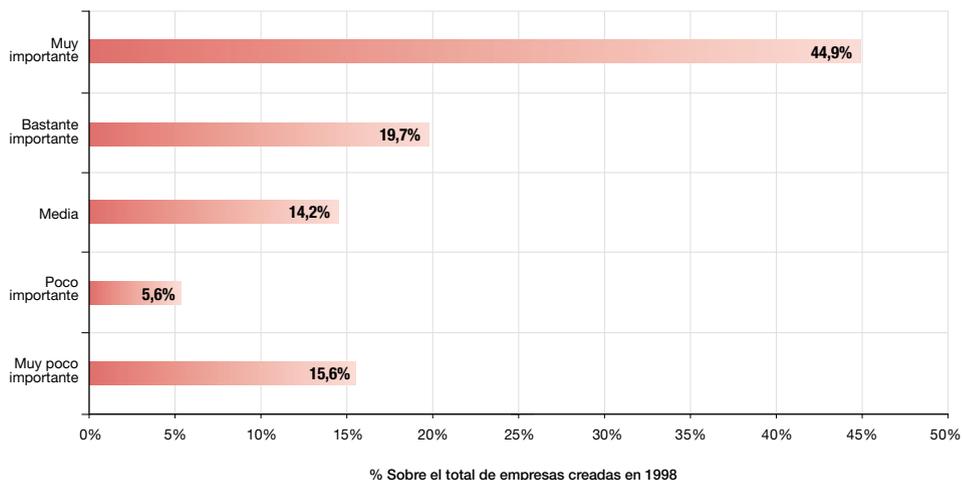
En suma, para un 64,6% de las empresas jóvenes españolas (creadas en 1998), la presión fiscal es un obstáculo bastante o muy importante, y esto sitúa a **la fiscalidad como el principal obstáculo mencionado por las empresas, por delante de otros aspectos como el acceso a la financiación o la contratación de personal adecuado.**



GRÁFICO.3

### LA FISCALIDAD COMO OBSTÁCULO EN LOS PRIMEROS AÑOS DE ACTIVIDAD

Tras la creación de la empresa, la presión fiscal y los trámites fiscales fueron un obstáculo:



Fuente: Cámaras de Comercio (2002)

**El panel de expertos**<sup>7</sup> consultado ha señalado, de forma mayoritaria, que la carga fiscal de las empresas españolas es razonable y se encuentra en línea con los esquemas de los países de la Unión Europea. Respecto a la fiscalidad de las empresas jóvenes, se considera que, en cierta medida, es excesiva. Un informador señalaba que “a la semilla hay que regarla”, dejarla crecer y consolidarse antes de imponer una cierta presión fiscal, especialmente porque las empresas nacen con una dimensión reducida y recursos escasos, lo que compromete su capacidad de consolidación. Además, los expertos han señalado que ciertas cargas fiscales y sociales desalientan el inicio de actividades empresariales, como el Impuesto sobre Actividades Económicas (que no guarda relación con los beneficios empresariales) y, especialmente en el caso de los empresarios autónomos, las cuotas de la Seguridad Social.

En conclusión, a pesar de las reformas introducidas en los últimos años, las empresas jóvenes españolas consideran que la fiscalidad es un obstáculo de primer orden tras la creación de la empresa. Para los expertos, la fiscalidad de las empresas jóvenes puede considerarse como excesiva, teniendo en cuenta que se hayan en período de consolidación.

## 2.3. Empresarios, trabajadores y su formación

**Los recursos humanos son un factor crítico para la competitividad empresarial y el desarrollo del espíritu de empresa de un país.** Las características de los empresarios, su experiencia y formación general y capacidad de liderazgo resultan vitales para

<sup>7</sup> Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.

determinar la tasa de creación y consolidación de empresas. Además, la existencia de un mercado de trabajo que garantice un flujo suficiente de trabajadores con los perfiles demandados por las empresas es imprescindible si se quiere evitar una pérdida de productividad de las empresas existentes e incluso el freno de la creación y expansión de nuevas empresas.

Recientemente se ha obtenido evidencia que apoya la idea de que **la formación y experiencia de los empresarios es clave en el proceso de consolidación empresarial**. Según el estudio de las Cámaras de Comercio (2002), las empresas jóvenes tienen mayores probabilidades de consolidarse cuando los creadores tienen estudios en gestión y administración de empresas y, en general, los socios disponen de experiencia empresarial previa. Así, como se observa en la Tabla 2, las empresas más consolidadas tienen un mayor número de socios (respecto al total) con estudios de gestión empresarial y tienen más experiencia en gestión y creación de empresas que las empresas con menores niveles de consolidación. Sin embargo, no se acusan claras diferencias en el nivel de formación no especializada (estudios superiores) de los socios según el nivel de consolidación de las empresas, ni se aprecia que el porcentaje de socios con estudios superiores aumente decisivamente al crecer el grado de consolidación empresarial. Por lo tanto, **más que la formación general, la formación especializada en administración de empresas y la experiencia previa parecen ser los aspectos del capital humano del empresario determinantes para lograr la consolidación**.

Finalmente resaltar que según “Competitividad de la empresa española 2002-2003”, encuesta realizada por las Cámaras de Comercio (2003), las políticas de formación de los trabajadores son las que tienen un mayor efecto sobre la competitividad de las empresas.

**TABLA.2**

**FORMACIÓN Y EXPERIENCIA DE LOS SOCIOS Y GRADO DE CONSOLIDACIÓN**

**Grado de consolidación de las empresas jóvenes (Creadas en 1998)**

	Alto	Medio	Bajo
% Socios con estudios superiores	48,7%	45,1%	47,5%
% Socios con estudios de gestión empresarial	34,7%	30,0%	29,1%
% Empresas en las que algunos de los socios:			
<i>Había realizado con anterioridad tareas de gestión empresarial</i>	62,6%	59,3%	55,3%
<i>Había fundado alguna empresa en el sector</i>	29,6%	28,9%	25,2%
<i>Había fundado alguna empresa en otro sector</i>	28,5%	23,4%	22,2%

Fuente: Cámaras de Comercio (2002)

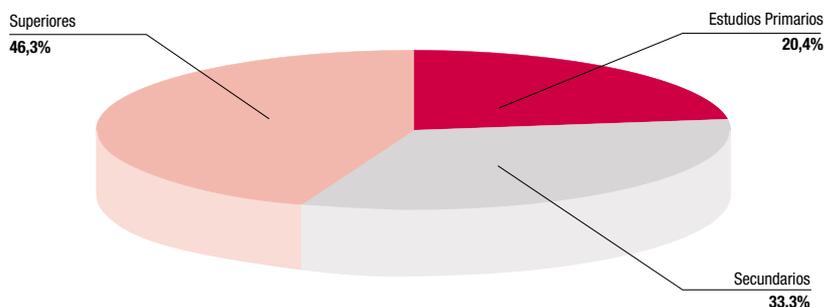
Por lo que respecta a la situación española en cuanto a los recursos humanos que intervienen en la actividad empresarial, conviene distinguir entre los empresarios y su formación, por una parte, y la formación general de la población española, por otra.



En cuanto a **la formación y experiencia de los empresarios**, el estudio de las Cámaras de Comercio<sup>8</sup> (2002) muestra que una parte importante de los socios de las empresas jóvenes (creadas en 1998) posee estudios superiores (el 46,3% de los socios). Además, el 33,3% cuenta con estudios secundarios. De esta manera, sólo el 20,4% de los socios tenía, como máximo, estudios primarios.

GRÁFICO.4

#### NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS SOCIOS DE LAS EMPRESAS CREADAS EN 1998



Fuente: Cámaras de Comercio

Sin embargo, los estudios especializados son menos frecuentes entre los creadores de empresas: sólo el 30,6% de los socios fundadores había realizado estudios relacionados con la gestión y administración de empresas. Algo similar ocurre con la experiencia empresarial previa: el 32,6% de las empresas son creadas sin que al menos uno de los socios cuente con experiencia previa de gestión empresarial o haya fundado con anterioridad otras empresas.

Por lo tanto, en el caso de las empresas jóvenes, se advierte que **el nivel de formación general es elevado, en comparación con el conjunto de la población española**. Sin embargo, **la formación especializada y la experiencia empresarial, que resultan críticas para la consolidación, son menos comunes entre los socios fundadores de nuevas empresas**.

Respecto a la formación de los emprendedores, **el panel de expertos<sup>9</sup> ha subrayado** que la formación para la creación y gestión de empresas resulta crítica para el éxito empresarial. En general, se considera que el nivel de formación del emprendedor es medio. La falta de capacidad de gestión de los nuevos empresarios es una razón clave del fracaso empresarial, por lo que se considera adecuado extender y mejorar la formación para la creación y gestión de pequeñas empresas.

*Estos resultados se encuentran en línea con las conclusiones obtenidas en el Informe GEM 2001, que señala que **“la habilidad en la creación de empresas es más bien baja en todos los países del GEM 2001”** (29 países), encontrándose España en una*

<sup>8</sup> “Factores para consolidar una empresa”.

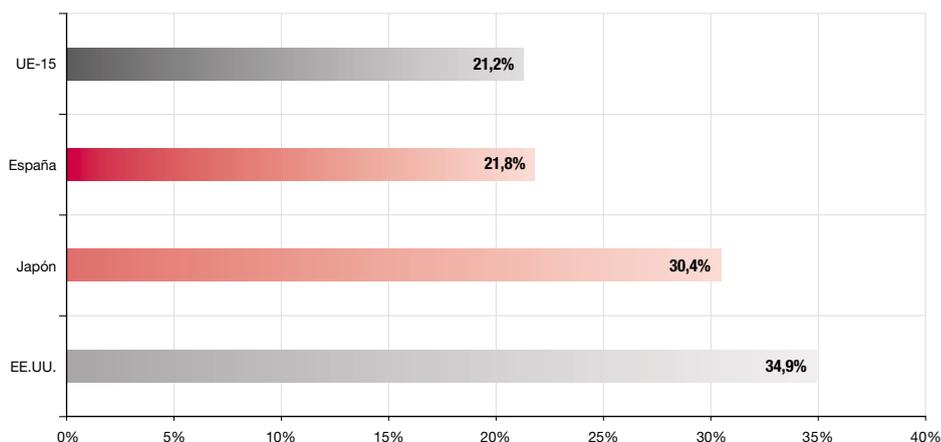
<sup>9</sup> Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.

posición próxima a la media en la mayoría de los indicadores empleados para medir las habilidades para crear nuevas empresas.

Por lo que se refiere a la **formación general de la población en España**, cabe utilizar el porcentaje de la población en edad laboral (25 a 64 años) con estudios superiores como indicativo de la disponibilidad de personal altamente cualificado. Como puede observarse en el Gráfico 5, el 21,8% de la población española con edad laboral ha completado estudios superiores (en 1999), porcentaje prácticamente igual al registrado en la UE (21,2%), pero muy por debajo del registrado en Japón (30,4%) y, sobre todo, Estados Unidos (34,9%). Por tanto, los datos indican con claridad que **la proporción de la población española con mayor cualificación (estudios superiores) es muy inferior a la de Japón y Estados Unidos**, lo que sitúa a España, como a la Unión Europea, en una posición de desventaja respecto a tales países.

#### GRÁFICO.5

##### POBLACIÓN (25 A 64 AÑOS QUE HA COMPLETADO ESTUDIOS SUPERIORES (1999), EN PORCENTAJE RESPECTO AL GRUPO DE EDAD



Fuente: *European Innovation Scoreboard 2001*

En una economía en constante cambio y evolución, resulta razonable pensar que la formación continua tenga una importancia paradigmática a fin de mantener y mejorar el capital humano de la población, y adecuarlo a las necesidades de las empresas.

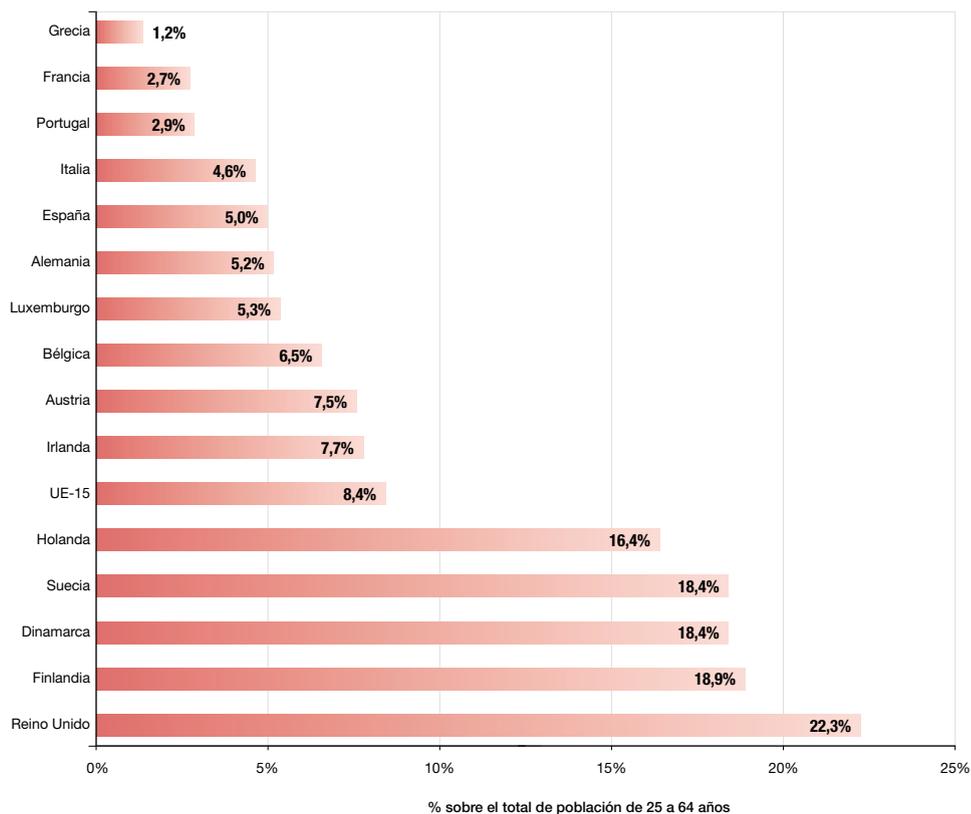
**En España, sin embargo, la formación de adultos parece jugar un papel de escasa envergadura** en comparación con otros países de nuestro entorno. Según datos de Eurostat, la población española con edad comprendida entre 25 y 64 años que ha participado en actividades de formación permanente (en las cuatro semanas anteriores a la realización de la encuesta) representa el 5% del total en 2002, cifra inferior en 3,4 puntos porcentuales a la registrada en el conjunto de la UE-15, y muy alejada de las obtenidas en Suecia, Reino Unido, Dinamarca y Finlandia (en torno al 20%).



De esta manera, España se encuentra entre los países de la UE en donde se registra un menor porcentaje de población que ha recibido formación: sólo Francia, Grecia, Portugal e Italia arrojan porcentajes más bajos que el de España.

GRÁFICO.6

**POBLACIÓN (25 A 64 AÑOS) QUE HA PARTICIPADO EN ACTIVIDADES DE FORMACIÓN PERMANENTE**



Fuente: Eurostat, Structural Indicators

Para completar la visión sobre los recursos humanos resulta interesante preguntarse **hasta qué punto las empresas soportan dificultades para encontrar personal adecuado.**

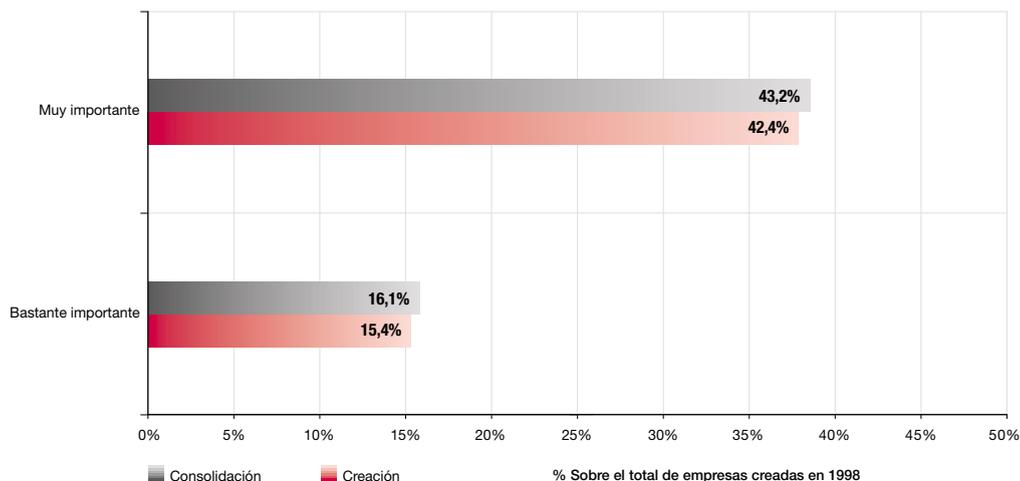
Según el estudio de las Cámaras de Comercio (2002), las empresas jóvenes en España (creadas en 1998) tienen, de forma mayoritaria, dificultades para encontrar personal adecuado (Gráfico 7). Un 42,4% de estas empresas considera que “las dificultades para encontrar personal adecuado” son un obstáculo muy importante para crear una empresa, y un porcentaje similar de empresas (el 43,2%) estima que tales dificultades siguen siendo, tras la creación, un obstáculo muy importante. Además, cerca del 16% de las empresas considera que las dificultades para encontrar personal adecuado son un obstáculo bastante importante para la creación y consolidación de empresas.

En resumen, cerca del 60% de las empresas jóvenes sienten dificultades acusadas para encontrar personal adecuado. Ello convierte a **los recursos humanos en el segundo obstáculo más importante según las empresas jóvenes** (el primero es la fiscalidad).

**GRÁFICO.7**

**LOS RECURSOS HUMANOS COMO OBSTÁCULO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS EN ESPAÑA**

Las dificultades para encontrar personal adecuado son un obstáculo:



Fuente: Cámaras de Comercio (2002)

**La opinión de los expertos**<sup>10</sup> sobre la formación en España apunta a que, a pesar del alto nivel formativo que se ha alcanzado, existen ciertas dificultades para contratar personal adecuado, sobre todo por el alejamiento entre la formación universitaria y las necesidades de las empresas, la escasez de trabajadores con formación profesional y la reducida movilidad geográfica de los trabajadores.

## 2.4. La financiación de las empresas

La disponibilidad de recursos financieros es decisiva para el desarrollo del espíritu empresarial, pues dicta las posibilidades de crear y expandir empresas, de llevar a cabo actividades innovadoras, de realizar inversiones en tecnología y de contratar recursos humanos que mejoren la posición competitiva de las empresas.

Existe cierta evidencia empírica que apoya la hipótesis de que **el acceso a la financiación incide tanto en la tasa de creación como de consolidación empresarial**. En cuanto a la relación entre financiación y creación de empresas, el Informe GEM 2000 encontró una correlación positiva entre diversos indicadores de la financiación disponible para empresas nuevas y emergentes y un índice del nivel de actividad empresarial de 21 países, lo que sugiere que un aumento de la financiación disponible conduce a un

<sup>10</sup> Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.



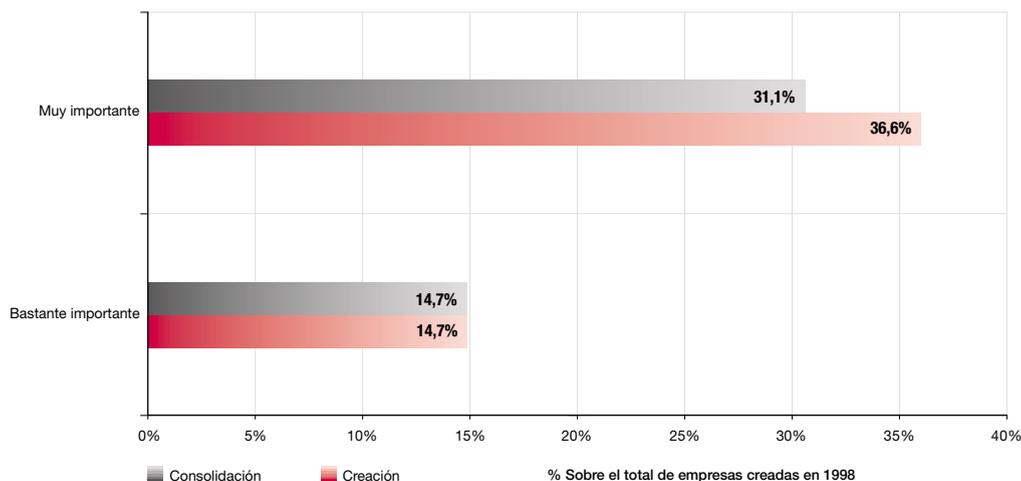
incremento del nivel de actividad empresarial nacional<sup>11</sup>. Por otra parte, el estudio de las Cámaras de Comercio (2002) muestra que las empresas jóvenes más consolidadas accedieron en mayor medida que el conjunto empresarial a instituciones financieras y gubernamentales para financiar la inversión inicial, y que estos fondos se emplearon para crear empresas con un tamaño superior al de la empresa media. Puesto que la consolidación está positivamente relacionada con el tamaño inicial de las empresas, cabe concluir que el acceso a la financiación formal, al aportar fondos complementarios a los ahorros e ingresos de los emprendedores destinados a aumentar el tamaño de la empresa, facilita la consolidación.

**En España, las empresas jóvenes consideran que el acceso a la financiación y su coste dificulta la creación de empresas y, también, la marcha de éstas tras la creación.** Según el estudio “Factores para consolidar una empresa” de las Cámaras de Comercio (2002), el 51,3% de las empresas creadas en 1998 considera que las dificultades de acceso a la financiación y su coste fueron muy importantes o bastante importantes para la puesta en marcha de las iniciativas. Tras la creación, todavía el 45,8% de las empresas considera que las dificultades de acceso a la financiación y su coste son un obstáculo bastante o muy importante (Gráfico 8). Por lo tanto, se aprecia que las empresas jóvenes soportan dificultades elevadas para obtener financiación, y que éstas son algo más importantes en el período de creación de la empresa.

#### GRÁFICO.8

##### DIFICULTADES DE ACCESO A LA FINANCIACIÓN EN ESPAÑA

Las dificultades de acceso a la financiación y su coste son un obstáculo:



Fuente: Cámaras de Comercio (2002)

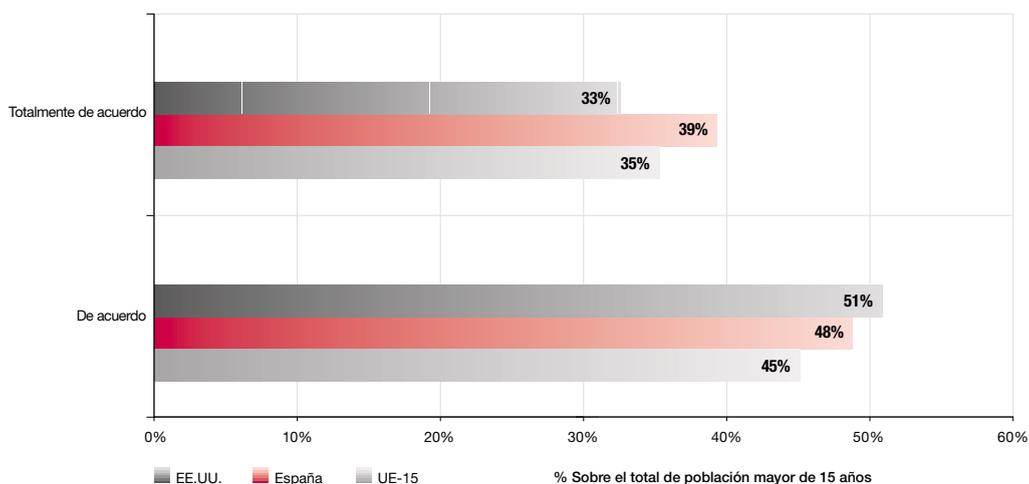
<sup>11</sup> El mencionado estudio señala una cautela sobre la dirección de la causalidad, pues no queda resuelto si la existencia de un elevado número de nuevas empresas conduce a un crecimiento de las oportunidades de inversión o, por el contrario si la existencia de abundantes fondos disponibles (privados e institucionales) es lo que conduce al aumento del número de nuevas empresas.

Los problemas de obtención de fondos para financiar la creación de empresas parecen ser mayores en España que en otros países de nuestro entorno. Por ejemplo, en Estados Unidos, el 33% de la población está totalmente de acuerdo con la idea de que “es difícil crear tu propio negocio a causa de la falta de apoyo financiero” (Gráfico 9), porcentaje inferior al registrado en la Unión Europea (35%) y, sobre todo, en España (39%). En conjunto, el 87% de la población española está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que es difícil crear una empresa propia como consecuencia de las dificultades de acceso a la financiación, porcentaje superior en tres y siete puntos porcentuales a los registrados en Estados Unidos y la UE, respectivamente. Por lo tanto, **las dificultades de acceso a la financiación para crear empresas son consideradas como muy importantes tanto en España como en la UE y Estados Unidos, pero parecen ser más significativas en España** que en Estados Unidos y, sobre todo, que en el conjunto de la UE.

**GRÁFICO.9**

**VALORACIÓN DE LAS DIFICULTADES FINANCIERAS PARA CREAR UN NEGOCIO**

Es difícil crear tu propia empresa a causa de la falta de apoyo financiero:



Fuente: Flash Eurobarometer 83

Para profundizar el análisis de la situación de acceso a la financiación en España, conviene detenerse en ciertos **mecanismos que facilitan la financiación de las empresas pequeñas y jóvenes**, como las Sociedades de Garantía Recíproca, las Sociedades y Fondos de Capital Riesgo y las redes de inversores informales (Business Angels).

**Las Sociedades de Garantía Recíproca (SGR)** son entidades financieras con carácter mutualista, sin ánimo de lucro y con ámbito de actuación específico (por autonomías o, en mucha menor medida, sectores de actividad) cuyo objeto principal es procurar el acceso al crédito de las pequeñas y medianas empresas y mejorar, en general, sus condiciones de financiación, a través de la prestación de avales ante bancos y cajas de

ahorros, entre otros. Esta actividad beneficia claramente a las PYMEs, pues son avaladas ante la entidad de crédito, así como la propia entidad de crédito (que invierte sin riesgo).

**Este tipo de sociedades llega a España con un retraso considerable respecto a los países pioneros**, como Alemania y Francia. Su figura legal no fue diseñada hasta 1978, y entre 1979 y 1982 se produjo un notable proceso de creación de SGR, que evidencia la esperanza de que el sistema de garantías podría constituir un instrumento de apoyo para la salida de la crisis económica, si bien en años posteriores se produjo una importante disminución del número de entidades como consecuencia de los efectos de la crisis económica (desaparecen 11 de las 42 sociedades constituidas entre 1983 y 1986). A finales de los ochenta se inicia una reforma decisiva del sistema, en la que cabe destacar el sometimiento de las SGR al control e inspección del Banco de España (en 1988) y la calificación de las SGR como entidades financieras (Ley 1/1994 de régimen jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca).

En 2000, existían en España 21 SGR, agrupadas en la Confederación Española de Sociedades de Garantía Recíproca (CESGAR), como miembros de pleno derecho, de la que la Compañía Española de Refianzamiento es miembro adherido. Se ha producido, por tanto, una importante reducción en el número total de SGR, que pasan de 42 en el año 1983 a 26 en 1996 y, finalmente, a un total de 21 sociedades en 2000. Ahora bien, la actividad de las SGR ha crecido de forma significativa en los últimos años, como evidencia el hecho de que el riesgo vivo de las SGR haya crecido en un 250% entre 1995 y 2000<sup>12</sup>, siendo beneficiadas por los avales de SGR un total de 64.107 empresas en 2000 (de las cuales el 73% tiene menos de 25 trabajadores).

A pesar de esta expansión de la actividad de las SGR, debida en gran parte a su legislación específica (Ley 1/1994) que refuerza el papel de estas instituciones en la política de apoyo a las pequeñas y medianas empresas, todavía se constata:

- ❖ **La existencia de disparidades notables en el peso de la SGR según Comunidades Autónomas.** Las mayores y más dinámicas funcionan en el País Vasco, la Comunidad Valenciana y Castilla y León<sup>13</sup>. En el otro extremo hay tres comunidades, Cataluña, Castilla La Mancha y La Rioja, que no disponen de este servicio de garantía mutua para las PYME.
- ❖ **La penetración de los sistemas de garantías recíprocas en los países de la Unión Europea es en muchos casos superior a la del sistema español**, lo que se explica en buena medida por la juventud del SGR en España (CESGAR 2000).

En cuanto al **capital riesgo**, esta actividad financiera permite canalizar capitales hacia pequeñas y medianas empresas, generalmente innovadoras, mediante la toma de participaciones en el capital de las mismas (normalmente en forma minoritaria y temporal). Las empresas de capital riesgo suelen invertir en empresas de alta tecnología y con elevado potencial de crecimiento y tienen, por ello, un impacto considerable en la economía.

<sup>12</sup> Véase la Memoria 2000 de CESGAR.

<sup>13</sup> Véase Banco de España (2002).

**El arranque del capital riesgo en España se produce en los años 1970 y 1980, con un predominio de la iniciativa pública.** En 1972 se crea la Sociedad para el Desarrollo Industrial de Galicia (SODIGA), y más adelante se permitiría la creación de sociedades similares (participadas mayoritariamente por el Instituto Nacional de Industria) en Andalucía, Extremadura y Canarias. La primera sociedad de capital riesgo privada, Sefinnova, nació en 1978, y en 1983 nació la segunda (Bancaya de Promoción Empresarial), pero el desarrollo de la iniciativa privada no se produce de forma decisiva hasta finales de los años noventa.

En cuanto a la evolución reciente del capital riesgo en España, tras la caída del ritmo de crecimiento entre 1992 y 1996, **se ha producido un continuo crecimiento desde 1997 hasta 2000** (Tabla 3). El número de entidades ha aumentado de 51, en 1998, a 62 en 2000, alcanzándose en 2001 un máximo histórico (75 entidades). La inversión total anual (y el número de operaciones de inversión) ha crecido de forma notable en estos años, observándose una ligera caída en 2001 que apunta al cierre del ciclo de crecimiento del sector.

**TABLA.3**

<b>EL CAPITAL RIESGO EN ESPAÑA</b>				
	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
Inversión total del año (mill. de euros)	365	718	1.248	1.199
Número de operaciones (inversiones)	244	318	413	412
Entidades de capital riesgo	51	54	62	75

*Fuente: ASCRI*

Por lo que se refiere al **destino de las inversiones de capital riesgo**, se concentran preferentemente en empresas de gran dimensión (el 60% de la inversión de 2001 se dio en empresas de más de 500 trabajadores) y empresas en proceso de crecimiento (el 63% de la inversión de 2001 tuvo lugar en empresas en expansión). Ello significa que el capital riesgo en España tiene un papel muy moderado como financiador de las empresas pequeñas y de las empresas jóvenes, precisamente algunos de los colectivos empresariales que mayores dificultades presentan para obtener financiación. Las empresas en proceso de gestación (semilla) y arranque sólo recibieron en 9,5% de la inversión de 2001<sup>14</sup>, cifra que ilustra el escaso acceso de las empresas jóvenes españolas al capital riesgo.

**En España, el capital riesgo está escasamente desarrollado, en comparación con la media de la Unión Europea y, especialmente, Estados Unidos.** En el año 2000, el capital riesgo invertido en las etapas iniciales y las inversiones de expansión eran apenas superiores al 0,1% del PIB en España, mientras que en la Unión Europea fueron superiores al 0,2% del PIB y en Estados Unidos se alcanzó el 0,5% del PIB<sup>15</sup>. Estas cifras dan una idea del escaso desarrollo del capital riesgo en España, donde las inversiones en etapas iniciales son mucho menos importantes (respecto al total) que en la Unión Europea y, sobre todo, Estados Unidos.

<sup>14</sup> Véase Martí Pellón (2002).

<sup>15</sup> Véase Comisión Europea.

TABLA.4

## REDES DE "BUSINESS ANGELS" EN LA UNIÓN EUROPEA

	Número (2001)	Redes por millón de empresas
Bélgica	7	12,8
Dinamarca	1	5,6
Alemania	43	12,1
Grecia	0	0,0
<b>España</b>	<b>1</b>	<b>0,4</b>
Francia	16	6,4
Irlanda	1	10,5
Italia	7	1,7
Luxemburgo	1	50,0
Holanda	2	3,6
Austria	1	4,4
Portugal	0	0
Finlandia	1	4,8
Suecia	2	7,4
Reino Unido	53	15,2
<b>EU-15</b>	<b>136</b>	<b>6,8</b>

*Fuente: Eurada/EBAN (European Business Angels Network). Las cifras de número de empresas son estimaciones de EIM Business and Policy Research.*

**En cuanto a las redes de inversores informales privados (Business Angels)**, que aportan capital inteligente (financiación, pero también asesoramiento de expertos), se encuentran poco extendidas en España. Aunque las comparaciones internacionales son complejas, pues el concepto de redes de "Business Angels" es nuevo en algunos países y, además, las redes varían mucho en tamaño y características, los datos disponibles apuntan a que estas redes están poco presentes en España. Como puede observarse en la Tabla 4, en el conjunto de la UE hay 6,8 redes por cada millón de empresas, mientras que en España sólo hay 0,4 redes por millón de empresas. Sólo Grecia y Portugal (donde no hay, según la fuente de datos empleada, redes de Business Angels) arrojan unos valores más bajos del ratio.

**El panel de expertos<sup>16</sup> consultado ha tendido a señalar las dificultades que soporta actualmente el emprendedor en la obtención de financiación para lanzar nuevos negocios.** Esto tiene como implicación que proyectos empresariales sólidos, potencialmente rentables, no llegan a hacerse realidad. Además, las limitaciones de acceso a la financiación afectan adversamente a las perspectivas de consolidación empresarial: las empresas se ven obligadas a nacer con pocos medios, y ello les priva de margen de maniobra para aprender y adaptarse al mercado.

<sup>16</sup> Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.

Respecto a las instituciones financieras y el apoyo público a la financiación empresarial, se han subrayado los siguientes aspectos:

- ❖ Los Bancos y Cajas de Ahorro dan escasas oportunidades al emprendedor carente de medios, pues, como señalaba un informante valoran “más el error que el éxito”.
- ❖ Las sociedades de capital riesgo son escasas y las que invierten en etapas iniciales son prácticamente inexistentes. Además, apuestan de forma preferente por grandes proyectos de inversión, especialmente de negocios ya establecidos. Ello significa que las empresas emergentes y de pequeño tamaño (la gran mayoría de las nuevas empresas) quedan al margen de este mecanismo de financiación.
- ❖ Las ayudas gubernamentales son excesivamente selectivas, se dirigen a ciertos colectivos y actividades.

**Los expertos también han señalado ciertos rasgos de los empresarios que explican las dificultades de acceso a la financiación.** En primer lugar, el emprendedor debe ser capaz de evaluar las posibilidades de obtención de financiación pero, con frecuencia, no sabe cómo buscar ayuda financiera. En segundo lugar, los proyectos sólidos, bien fundamentados, encontrarán, antes o después, apoyo financiero. Por lo tanto, aún reconociendo las deficiencias del sistema financiero español desde la perspectiva de la creación de empresas, los expertos han alertado sobre la importancia de las habilidades del emprendedor y la solidez de su proyecto para lograr financiación.

A modo de conclusión, podemos señalar que **en España existen dificultades para obtener recursos con los que financiar la creación de empresas, posiblemente de mayor intensidad que en otros países de nuestro entorno.** El Sistema de Garantías Recíprocas, quizás a causa de su mayor juventud, se encuentra relativamente poco presente en España. Por su parte, las redes de Business Angels están menos extendidas que en la UE y el capital riesgo está muy poco desarrollado en comparación con la UE y, sobre todo, Estados Unidos, además de mostrar una preferencia por los proyectos de inversión de empresas grandes y maduras. Según los expertos, Bancos y Cajas de Ahorro no tienen una actitud abierta a la financiación de nuevas iniciativas. Y la ayuda pública es normalmente excesivamente selectiva. Este panorama, perjudica especialmente a las empresas de pequeña dimensión, que son la mayoría de las nuevas empresas.

## 2.5. La innovación empresarial

El espíritu de empresa y la innovación son fenómenos tan íntimamente ligados que es difícil hablar del primero sin referencia al segundo. El espíritu empresarial se alimenta de la innovación, que conduce a la creación de empresas para explotar nuevas oportunidades de mercado y a la transformación y expansión de las existentes (mediante innovaciones en productos y servicios). Las altas tasas de natalidad que experimentan las empresas en los sectores más innovadores son una muestra del impacto positivo que tiene la innovación sobre la actividad empresarial<sup>17</sup>. A su vez, los entornos más emprendedores, que cuen-

<sup>17</sup> Entre otros, Geroski (1995), Audretsch (1995b) y Audretsch, Klomp y Thurik (1999) han estudiado empíricamente la relación entre innovación y creación de empresas.



ten con más individuos capaces de percibir oportunidades e inclinados a asumir los riesgos de la iniciativa empresarial, serán más proclives a la innovación. Por tanto, **emprender e innovar son aspectos muy relacionados, y el entorno innovador de una economía es un determinante fundamental para el desarrollo del espíritu empresarial.**

Además, **la innovación es un aspecto importante para la consolidación empresarial**, pues es una estrategia diferenciadora que ayuda a las empresas mantener su posición competitiva y expandir su actividad. Existe evidencia de que las empresas situadas en entornos más innovadores sufren mayores tasas de mortalidad (debido al mayor riesgo), pero las que sobreviven experimentan tasas elevadas de crecimiento, por encima de las registradas en el conjunto de las empresas (Audretsch 1995). También existe evidencia de que **las empresas más consolidadas tienden a utilizar más la innovación y la diferenciación de productos como estrategia empresarial**, lo que puede tomarse como indicativo del impacto positivo de la innovación para la consolidación empresarial (Cámaras de Comercio 2002).

CUADRO.1

**CUADRO EUROPEO DE INDICADORES DE LA INNOVACIÓN 2001**

	ESPAÑA	UE	EE.UU.	JAPÓN
<i>Nuevos titulados superiores en ciencias y tecnología</i> (% grupo de edad de 20 a 29 años)	9,6	10,4	8,1	11,2
<i>Población con educación superior</i> (% grupo de edad de 25 a 64 años)	21,8	21,2	34,9	30,4
<i>Participación en actividades de aprendizaje permanente</i> (% grupo de edad de 25 a 64 años)	4,9	8,4		
<i>Empleo en industria de tecnología media-alta</i> (% de la mano de obra total)	5,5	7,8		
<i>Empleo en servicios de alta tecnología</i> (% de la mano de obra total)	2,1	3,2		
<i>Gasto público en I+D (administraciones e instituciones de enseñanza superior (% PIB))</i>	0,43	0,66	0,56	0,7
<i>Gasto privado en I+D (% PIB)</i>	0,47	1,19	1,98	2,18
<i>Solicitudes de patentes de alta tecnología ante la OEP</i> (por millón de habitantes)	2,5	17,9	29,5	27,4
<i>Solicitudes de patentes de alta tecnología ante la USPTO</i> (por millón de habitantes)	1	11,1	84,3	80,2
<i>PYME con innovación interna (% de las PYME industriales)</i>	21,6	44		
<i>Cooperación de las PYME en innovaciones</i>	7	11,2		
<i>Gastos en innovación (% de las ventas totales en la industria)</i>	2,4	3,7		
<i>Inversión de capital-riesgo en alta tecnología (% del PIB)</i>	0,03	0,1		
<i>Capitales obtenidos en mercados secundarios, más los obtenidos por nuevas empresas en las bolsas principales</i> (en % grupo del PIB)	4,4	1,1	1,9	
<i>Nuevas ventas en el mercado (% de las ventas en empresas industriales)</i>	9,8	6,5		
<i>Hogares conectados a internet (% de todos los hogares)</i>	16	28	47	28
<i>Cuota de los mercados de la TIC en porcentaje del PIB</i>	6,3	6	5,9	4,3
<i>Porcentaje del valor añadido en la industria de los sectores de alta tecnología</i>	5	8,2	25,8	13,8

Fuente: European Innovation Scoreboard 2001

Por lo que se refiere a **la situación de España en términos de innovación**, los indicadores de la innovación incluidos en el Cuadro Europeo de Indicadores de la Innovación permiten ofrecer una primera visión sobre la cuestión<sup>18</sup>. Dichos indicadores, recogidos en el Cuadro 1, muestran que la posición innovadora de España es muy desfavorable respecto al conjunto de la Unión Europea, pues de los 18 indicadores, España sólo arroja resultados mejores que la media europea en cuatro de éstos. Así, de acuerdo con el indicador sintético de la innovación, **España ocupa una de las peores posiciones innovadoras dentro de la UE**, sólo por encima de Grecia y Portugal (Gráfico 10).

Además, la Unión Europea se encuentra en una posición desventajosa respecto a sus principales socios competidores, hecho que ha sido señalado en reiteradas ocasiones en los últimos años<sup>19</sup>. El Cuadro Europeo de Indicadores de la Innovación sitúa a la innovación europea en una posición desfavorable respecto a Estados Unidos: únicamente en tres de los diez indicadores comparables, la UE ostenta una mejor posición que Estados Unidos (titulados superiores en Ciencia y Tecnología, gasto público en I+D e inversiones en TIC). En el resto de indicadores, Estados Unidos aventaja a la media de los países de la Unión, produciéndose las diferencias más significativas en gasto privado en I+D, nuevos capitales obtenidos, hogares conectados a Internet, y solicitud de patentes de alta tecnología. Por lo que respecta a Japón, la situación europea es también desfavorable, ya que solo se sitúa por delante en inversiones en TIC. Japón casi dobla la inversión privada en I+D respecto a la media europea, y en cuanto a la solicitud de patentes la situación es casi igual que con los Estados Unidos.

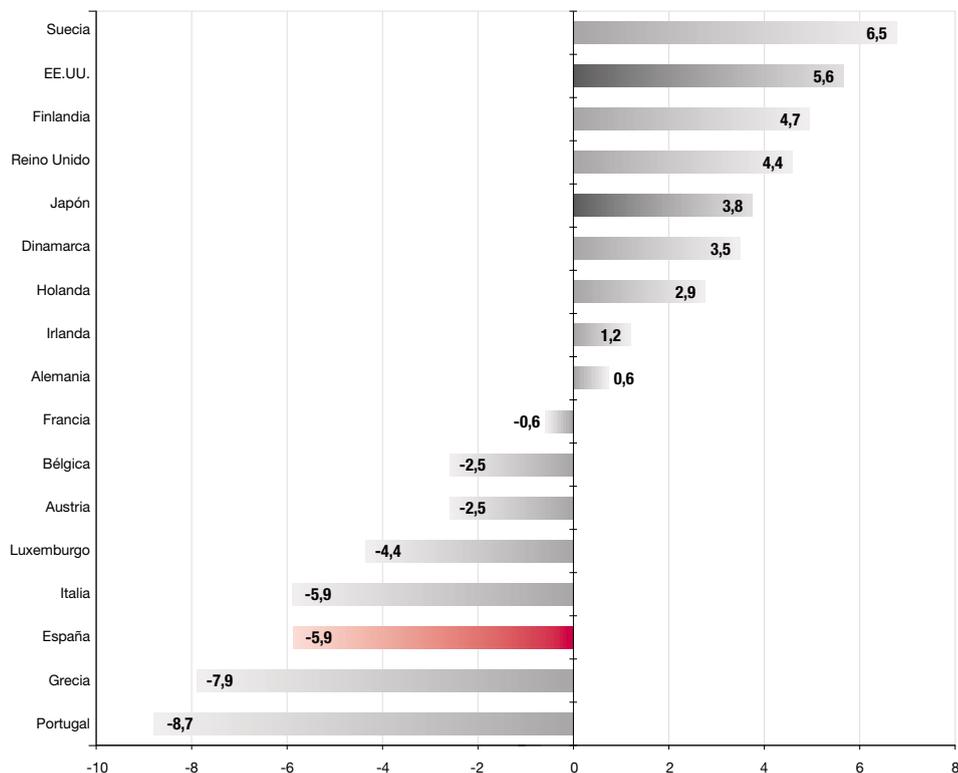
En resumen, **la comparación con la media europea, Estados Unidos y Japón, sitúa a la innovación española en una posición claramente desfavorable, que apunta a un escaso calado de la innovación en el conjunto de la economía.**

---

<sup>18</sup> El Cuadro Europeo de Indicadores de la Innovación ha sido realizado siguiendo el mandato del Consejo de Lisboa (23 y 24 de marzo 2000). El objetivo de estos indicadores es disponer de abundante y actualizada información sobre la evolución de la innovación en los Estados Miembros, y en los principales competidores, para evaluar avances y orientar la política de innovación.

<sup>19</sup> Por ejemplo, en el Libro Verde de la Comisión Europea (1995) y el Informe sobre la Competitividad 2001 (COM 2001) y el Informe Económico Anual de las Cámaras de Comercio (2000).

## INDICADOR SINTÉTICO DE LA INNOVACIÓN (RESUMEN) 2001



Fuente: European Innovation Scoreboard 2001

Estos resultados se encuentran en línea con la información sobre el uso de la innovación como estrategia competitiva de las empresas jóvenes en España (Cámaras de Comercio 2002), que apunta a que **las nuevas empresas otorgan un papel estratégico relativamente secundario a la innovación**. De una lista de posibles estrategias para alcanzar un hueco de mercado, las empresas españolas creadas en 1998 (activas en 2002) dan una máxima importancia a la calidad y el servicio como estrategia competitiva (Gráfico 11). A cierta distancia se encuentran las estrategias basadas en la explotación de un nicho de mercado y la oferta de un producto diferenciado, mientras que **la innovación (junto con el precio) son las estrategias consideradas como menos importantes por las empresas españolas**.

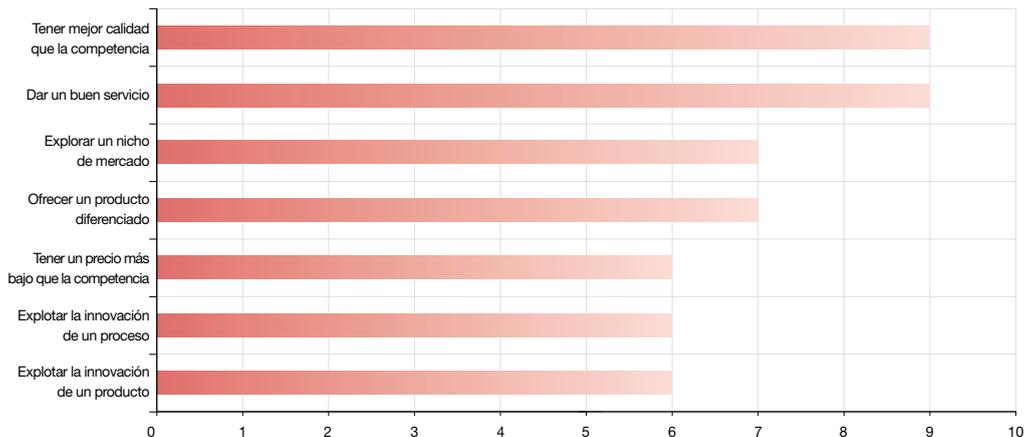
Un resultado similar se observa en el informe “Competitividad de la empresa española 2002-2003” Cámaras de Comercio (2003), en el que las políticas de innovación se encuentran por detrás de las políticas de formación y de estabilización macroeconómica, en cuanto al efecto que tienen estas políticas sobre la competitividad, la innovación

no se encuentra en el grupo de cabeza de factores internos que afectan a la competitividad.

### GRÁFICO.11

#### IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS EMPLEADAS PARA HACERSE UN HUECO EN EL MERCADO

(Valor medio: 0=Nada Importante 10=Máxima Importancia)



Fuente: Cámaras de Comercio

**El panel de expertos**<sup>20</sup> consultado para la elaboración de este estudio confirma, en líneas generales, la idea de que la innovación se encuentra escasamente presente en el tejido empresarial español. Las pequeñas y medianas empresas han integrado poco la innovación en sus estrategias empresariales, en parte por la falta de recursos económicos para financiar la innovación, pero sobre todo por la falta de concienciación de las pequeñas y medianas empresas sobre los beneficios de la innovación y los riesgos de no ser innovador en una economía global. Falta cultura innovadora en la PYME, y ello impide que se otorgue mayor prioridad a la innovación. Por último, se ha señalado que la pequeña empresa es reacia a la innovación: existen resistencias internas a la innovación a causa de las tensiones que conllevan los cambios asociados a la misma.

En conclusión, la innovación ocupa en España un lugar marginal en comparación con nuestros principales países competidores. Las PYMEs dan poca relevancia a la innovación como estrategia empresarial y están escasamente concienciadas de los beneficios de la innovación. Dados los vínculos entre innovación y espíritu empresarial, la falta de cultura innovadora de la PYME en España puede considerarse como un obstáculo al nacimiento y expansión de empresas.

<sup>20</sup> Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.



## 2.6. Normas sociales y culturales

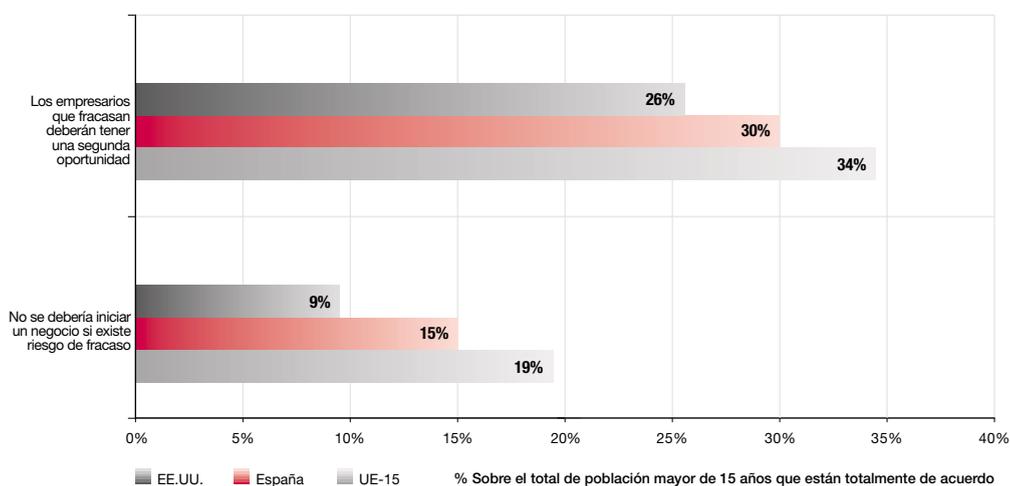
Los emprendedores se sentirán más motivados a emprender si sienten que la actividad empresarial es socialmente aceptada y que los empresarios son miembros respetados en la comunidad. La actitud de la sociedad ante el empresario, el fracaso empresarial y la valoración de la autosuficiencia y la iniciativa tienen, en consecuencia, un papel importante para determinar la intensidad de la actividad emprendedora de un país.

Existe cierta evidencia empírica de que **los factores sociales y culturales condicionan el desarrollo del espíritu empresarial**. El Informe GEM 2000 emplea varias medidas para valorar la percepción social de la actividad emprendedora en un grupo de 21 países; se observan importantes diferencias siendo mayor el nivel de actividad empresarial en los países donde se acepta y valora más la actividad emprendedora y la figura del empresario. Ello ilustra la importancia de crear una sólida cultura emprendedora, que incorpore valores y normas favorables al empresario, la autosuficiencia y la toma de iniciativas.

**En España, las normas sociales y culturales no son especialmente favorables al desarrollo de la actividad empresarial.** Por una parte, el temor al fracaso frena buena parte de las iniciativas de negocio. Un 15% de la población considera que no se debería iniciar un negocio si existe riesgo de fracaso, porcentaje inferior al de la media de la UE (19%), pero muy por encima del registrado en Estados Unidos (9%), que es una de las economías más dinámicas y emprendedoras del mundo (Gráfico 12). También hay que señalar que un 30% de la población cree que los empresarios que fracasan deberían tener una segunda oportunidad, lo que nos sitúa de nuevo detrás de Estados Unidos, donde es más común que la población considere adecuado dar una segunda oportunidad.

GRÁFICO.12

### ACTITUD ANTE EL FRACASO EMPRESARIAL



Fuente: Flash Eurobarometer 83

El Informe GEM 2001 ha señalado que España se encuentra en una posición desfavorable respecto a la autosuficiencia y la iniciativa personal, y que existe una importante reticencia a trabajar en una empresa nueva entre los jóvenes. Según esta fuente, las normas sociales y culturales son uno de los tres principales obstáculos que debe enfrentar la actividad emprendedora del país.

**El panel de expertos consultado**<sup>21</sup> ha subrayado que las normas sociales y culturales en España son actualmente más favorables a la actividad emprendedora. Sin embargo, se considera que nuestra cultura emprendedora se encuentra todavía insuficientemente desarrollada. El fracaso empresarial estigmatiza al empresario, lo que se convierte en un freno a la actividad emprendedora, y no se reconoce suficientemente el valor social del emprendedor como creador de riqueza y empleo. De hecho, la carrera empresarial es una opción laboral poco deseada por los jóvenes. Todavía está poco consolidado el modelo de empresario con vocación de continuidad. Los escándalos financieros y empresariales de la década de los noventa y de los últimos años no han contribuido a difundir en la sociedad la cara amable del empresario.

En conclusión, puede considerarse que las normas sociales y culturales en España no son favorables a la actividad emprendedora. A pesar de que en los últimos años se ha producido una mejora de las normas sociales y culturales, todavía se aprecia una insuficiente valoración social de la actividad emprendedora, quizás por falta de modelos adecuados, una actitud negativa ante el fracaso y una reticencia por parte de los jóvenes a escoger la empresa como opción profesional.

## 2.7. Otros aspectos del entorno empresarial

### 2.7.1. Actividad empresarial y género

Se ha documentado ampliamente que el nivel de actividad emprendedora varía de forma sustancial en función del género, en particular, que **la proporción de hombres emprendedores es muy superior a la correspondiente a las mujeres**<sup>22</sup>. El hecho de que la participación de las mujeres en el número total de empresarios sea muy inferior a la de los hombres ilustra la menor inclinación de éstas a emprender, tras lo que deben encontrarse barreras culturales, sociales, e incluso educativas e institucionales, que impedirían una mayor presencia de la mujer en el mundo empresarial.

**La reducida inclinación de las mujeres a emprender frena el desarrollo del espíritu empresarial**, pues reduce el número total de individuos que, de forma potencial, podrían poner en marcha proyectos emprendedores. De hecho, el Informe GEM 2001 ha encontrado una fuerte correlación positiva entre la actividad emprendedora y la participación de la mujer en la actividad emprendedora, indicativa de que **los países con mayor participación femenina en la creación y desarrollo de nuevas empresas tienden a tener un alto nivel de actividad empresarial**.

<sup>21</sup> Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.

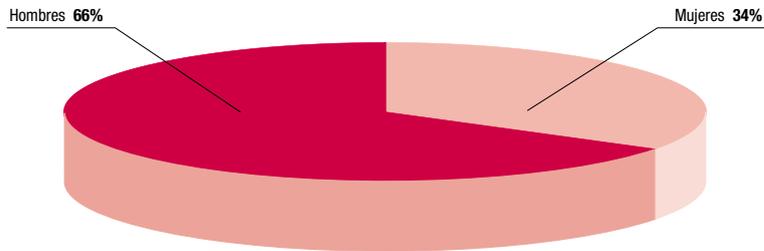
<sup>22</sup> Véase, por ejemplo, el Informe GEM 2001, *Benchmarking enterprise policy. Results from the 2001 scoreboard*, Comisión Europea (2001) y "Factores para consolidar una empresa", Cámaras 2002.

La situación en España en cuanto a la participación de la mujer no es muy halagüeña. Según datos de la Comisión Europea (2001), la tasa de participación de las mujeres en el período 1990-1999 fue cercana al 25%, y este porcentaje, que revela la menor participación relativa de las mujeres en el mundo empresarial, es incluso inferior al registrado en la mayoría de los países de la UE y muy alejado del 35% de Estados Unidos. Por tanto, **en España, la disparidad entre la tasa de participación de mujeres y hombres en la creación de empresas es mayor que en buena parte de los países de la UE y Estados Unidos.**

**En las empresas creadas en los últimos años en España, hay una mayor presencia de mujeres.** El estudio de las Cámaras de Comercio (2002) muestra que en las empresas españolas creadas en 1998 y activas en 2002, el 34% de los socios son mujeres, porcentaje superior en casi 10 puntos porcentuales al registrado en el conjunto de las empresas de cualquier edad según los datos anteriores (Gráfico 13). Pero, a pesar del aumento de la participación de las mujeres en las nuevas empresas, todavía existe una distancia notable entre hombres y mujeres: **hay cerca de dos hombres por cada mujer involucrada en una empresa creada en 1998.**

#### GRÁFICO.13

##### DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LOS SOCIOS DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS CREADAS EN 1998 Y ACTIVAS EN 2002



Fuente: Cámaras de Comercio (2002)

En resumen, los datos anteriores ponen de manifiesto que la participación de la mujer en la empresa se encuentra muy por debajo de la participación de los hombres. Por lo tanto, **existe una fuerza emprendedora potencial que no está siendo efectivamente aprovechada y ello obstaculiza el aumento de la actividad empresarial en nuestro país.**

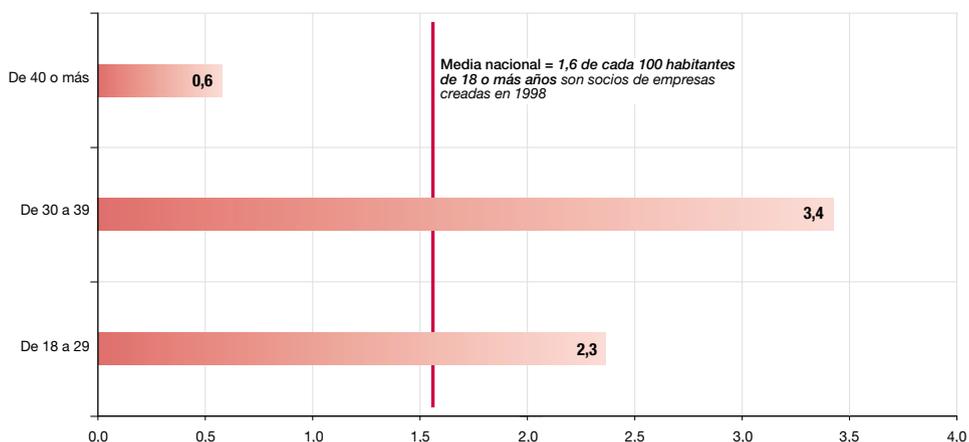
## 2.7.2. Actividad empresarial y edad

**La edad de la población es un aspecto demográfico potencialmente determinante del nivel de actividad empresarial actual y futuro.** El Informe GEM 2001 ha señalado que el 20,7% de los emprendedores españoles tiene entre 25 y 34 años, y que este porcentaje experimenta una caída progresiva cuando se consideran grupos de población de mayor edad. A su vez, se ha encontrado evidencia que apunta a que **la inclinación a crear nuevas empresas en la población disminuye drásticamente cuando se sobrepasa una cierta edad.**

En efecto, el estudio de las Cámaras de Comercio (2002) muestra, que el ratio del número de socios de las empresas jóvenes españolas (creadas en 1998 y activas al inicio de 2002) respecto a la población experimenta fuertes variaciones según el grupo de edad considerado (Gráfico 14). Dicho ratio sube de 2,3 en el grupo de 18 a 29 años hasta un valor máximo de 3,4 en el grupo de 30 a 39 años de edad. Esto significa que en España, de cada 100 habitantes con edad comprendida entre los 30 y 39 años, 3,4 son socios de empresas creadas en 1998. El valor más bajo se presenta entre la población de más de 40 años de edad (0,6 socios por cada 100 habitantes).

**GRÁFICO.14**

### **SOCIOS FUNDADORES DE EMPRESAS CREADAS EN 1998 (ACTIVAS EN 2002) POR CADA 100 HABITANTES, POR TRAMOS DE EDAD**



Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo tanto, la evidencia disponible apunta a que la edad es un determinante de la inclinación a emprender y, en particular, que la propensión a crear empresas es creciente, hasta llegar a una cierta edad, y decreciente desde entonces. Esto convierte a la estructura por edades de la población en un aspecto de primer orden para el desarrollo empresarial actual y futuro de un país.

**En el caso de España, se viene produciendo desde hace años un proceso de envejecimiento de la población, al igual que sucede en la mayoría de los países de la OCDE, aunque con mayor intensidad.** Esto significa que, en los próximos años, el grupo edad que aumentará su participación en la población total es, precisamente, el que tiene una menor inclinación a crear nuevas empresas.

Cabe concluir, por lo tanto que la inclinación a crear nuevas empresas es muy superior a la media en la población joven. Ello sumado al proceso de envejecimiento de la población especialmente intenso registrado en España siembra legítimas dudas sobre las posibilidades de mantener y aumentar el ritmo de actividad empresarial en nuestro país con el recurso único de los jóvenes, máxime cuando la participación de la mujer en el mundo empresarial está, en España, muy por debajo de la de la mayoría de los países de la UE y Estados Unidos.



**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

**3. Empresa  
y política de apoyo  
en la Unión  
Europea**

## Empresa y política de apoyo en la Unión Europea

En esta sección se analizan las principales actuaciones en materia de política de empresa, lanzadas en los últimos años desde la Comisión Europea y los Estados Miembros de la UE, con especial incidencia en la creación y consolidación empresarial. El objetivo de este análisis es, por una parte, descriptivo. Se trata de identificar los programas y medidas con los que se está animando la creación y consolidación de empresas en los países de la Unión Europea. Por otra parte, como resultado de tal estudio descriptivo, se pondrán de relieve los ámbitos de la política de empresa que están siendo especialmente atendidos, los instrumentos empleados y los países más involucrados en el impulso y fomento de las pequeñas empresas.

**La orientación actual de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial y, en general, de la política de empresa, no puede entenderse fuera del contexto que caracteriza el proceso económico en nuestros días.** Por ello, en el apartado 3.1. se realiza una valoración de los cambios recientes en el entorno económico y sus repercusiones sobre el papel de las pequeñas empresas y la política de empresa. Se argumentará que *el paso a una Nueva Economía o economía empresarial tiene como consecuencia fundamental el aumento de protagonismo de la innovación y el espíritu de empresa, junto a un mayor papel de las pequeñas y medianas empresas en el conjunto del proceso económico.* Desde la perspectiva normativa, estos cambios abogan por actuaciones decisivas de la política de empresa, que debe prestar atención a las particularidades de las pequeñas y medianas empresas y crear las condiciones de entorno adecuadas a su creación y consolidación.

El resto de la sección mostrará **la reacción de la política de empresa de la Unión Europea y los Estados Miembros ante los cambios en entorno económico internacional.** Desde la Unión Europea, como se verá en el apartado 3.2, se ha establecido como objetivo estratégico convertir a Europa en la economía más competitiva y dinámica del mundo, considerando que, para ello, Europa debe ser más emprendedora e innovadora. Este objetivo estratégico ha llevado a la adopción una serie de iniciativas y a apoyar la acción de los Estados Miembros, y el desarrollo de estas iniciativas pone de manifiesto que la empresa, en particular la PYME, ha adquirido protagonismo en la política de la UE. Desde los Estados Miembros, el compromiso adquirido en la Unión Europea de apoyar a las pequeñas empresas se ha traducido en la mejora y ampliación de los programas de apoyo al nacimiento y la consolidación de las pequeñas empresas, como se verá en el apartado 3.3. Algunos de estos programas, especialmente novedosos o relevantes dentro de la política de empresa, se describen con mayor detalle en 3.4.

### 3.1. Implicaciones de la Nueva Economía en la Política de Empresa

Uno de los rasgos más destacados de la evolución económica de los últimos años es la emergencia de una **Nueva Economía**, también llamada Economía del conocimiento, para destacar la hipótesis de que, en el nuevo marco, las claves de la riqueza y el crecimiento del empleo se encuentran en la incorporación de ideas, innovación y tecnología a todos los sectores de la economía (Atkinson et al 1999). No significa una ruptura con los principios económicos tradicionales sino un énfasis en la utilización del conocimiento, en todas sus vertientes (información tácita o explícita, investigación e innovación), como factor de la producción y variable determinante del crecimiento. Como señalan Audretsch y Thurik (2001), en la nueva y emergente **economía empresarial** (por oposición a la “managed economy”, dominante en los años cincuenta y sesenta, liderada por grandes empresas), el conocimiento es la fuente primordial de ventaja competitiva y **el espíritu de empresa es la respuesta al nuevo marco**.

Los cambios que han motivado un auge del conocimiento son variados, pero se ha subrayado especialmente el ritmo de avance técnico y el fenómeno de la globalización. Los avances técnicos en los últimos años han sido revolucionarios pero, además, su difusión es extraordinaria: la mayoría de las empresas se están organizando en torno a las nuevas posibilidades tecnológicas, hecho que modifica intensamente las formas de producción. A su vez, a consecuencia de la globalización, la ventaja comparativa de los países y regiones avanzadas (con salarios altos) no es compatible con la actividad económica rutinaria, que puede desplazarse a otras regiones con menores costes laborales. El mantenimiento de salarios altos requiere una especialización en actividades intensivas de conocimiento, que no pueden transferirse en el espacio sin coste, pues gran parte del conocimiento que alimenta los procesos de innovación es de carácter tácito, y la transmisión de este tipo de conocimientos exige la proximidad geográfica. Por tanto, la especialización en actividades intensivas de conocimiento salvaguarda a regiones y países avanzados de la competencia de otras zonas con menores costes laborales.

Por lo tanto, en la Nueva Economía, el conocimiento, la innovación y el espíritu de empresa son la clave de la competitividad y el progreso. Pero, ¿cuál es el agente económico primordial en este nuevo marco?. **Durante los años cincuenta y sesenta**, en un contexto económico de relativa estabilidad, caracterizado por el aprovechamiento de economías de escala y el aumento de la concentración industrial, **las grandes empresas se encontraban en el centro de la actividad innovadora y protagonizaban el proceso de crecimiento económico**. En las últimas dos décadas, sin embargo, numerosos estudios han destacado el papel clave de las pequeñas y medianas empresas para explicar el crecimiento del empleo y la actividad innovadora. Los trabajos pioneros de Birch (1981) **desplazaron la atención desde las grandes empresas hacia las de menor tamaño, al mostrar que las pequeñas empresas constituyen la principal fuente de creación de empleo** en los Estados Unidos y que ésta es mayor en sectores innovadores. Los estudios de Birch parecían sugerir, frente a la opinión dominante hasta los años setenta, que las pequeñas empresas tenían una propensión inno-

vadora superior a la de las grandes empresas. En este sentido apunta una serie de investigaciones de Acs y Audretsch (1988 y 1990), donde se muestra que la tasa de innovación (relativa al empleo) es superior en las pequeñas empresas que en las grandes unidades empresariales.

En cuanto al empleo, se ha acumulado evidencia de que las pequeñas empresas, y **las nuevas empresas** en particular, son la principal fuerza del aumento del empleo neto (Audretsch 1995a, Davis et al 1996a y 1996b, Kirchoff 1994). Recientemente, Atkinson et al (1999) muestran que 350.000 empresas de alto crecimiento (definido por la evolución de las ventas) son responsables de 3/4 del crecimiento neto del empleo en Estados Unidos. Estudios de la OCDE (2000) revelan que este grupo de empresas líder está dominado por jóvenes entrantes con un comportamiento extraordinario en cuanto a la innovación y la creación de empleo.

En conclusión, el cambio a la Nueva Economía podría describirse por el paso de una economía liderada por grandes empresas capaces de aprovechar economías de escala en el uso de los factores de producción tradicionales (capital y trabajo), a una economía liderada por pequeñas empresas e individuos innovadores capaces de obtener mayor productividad de la innovación. En este sentido se pronuncian Audretsch y Thurik (2001), que introducen el término **economía empresarial** para referirse a lo que comúnmente se denomina Nueva Economía o economía del conocimiento.

**El cambio ha afectado de forma decisiva a la política de empresa.** En los años cincuenta y sesenta, el auge de las grandes empresas generó un intenso debate, académico y político, sobre el trade-off entre concentración y eficiencia, por una parte, y descentralización y democracia, por otra parte. La emergencia en estos años de la Organización Industrial como rama de la investigación económica refleja la preocupación por la cuestión de la concentración. Los investigadores desarrollaron una amplia literatura centrada, básicamente, en tres cuestiones: (1) medición de la concentración; (2) implicaciones sobre el bienestar de las estructuras de mercado oligopolistas; (3) implicaciones sobre la política económica de la asociación positiva entre concentración industrial y eficiencia.

El modo de reconciliar el aparente intercambio entre concentración y eficiencia, por una parte, y descentralización y democracia, por otra, se convirtió en un problema fundamental para la política económica del momento. ¿Cómo podía la sociedad beneficiarse de los beneficios de las grandes corporaciones y, al mismo tiempo, evitar o minimizar los costes impuestos por la concentración del poder económico? La respuesta política consistió en reducir o condicionar la libertad de las empresas en el mercado. Las políticas públicas de empresa del período de posguerra fueron en esencia restrictivas, a través de la legislación de defensa de la competencia, la regulación y la propiedad pública.



Aunque ciertas opciones políticas se asocian más con unos países que con otros, como la política de competencia en Estados Unidos, un denominador común de la política de empresa en los países occidentales era la convicción de que el poder de las empresas en el mercado debía ser limitado.

**En la Nueva Economía o economía empresarial se ha producido un cambio importante en la agenda política.** Si la cuestión clave en la “economía dirigida” era cómo podría el Estado impedir el abuso de poder de las grandes empresas, **hoy la atención se centra en la búsqueda de mecanismos para crear un entorno favorable a la generación y comercialización del conocimiento y, en general, al espíritu de empresa.**

La **política de empresa** en los países occidentales ha respondido de dos formas fundamentales al nuevo marco (Audretsch y Thurik 2001). En primer lugar, **la política dirigida a estimular la creación y comercialización de conocimiento** cobra protagonismo, en detrimento de la política restrictiva de la actuación empresarial (mediante la defensa de la competencia, la regulación y la propiedad pública). Los numerosos programas surgidos en los últimos años para impulsar la innovación, la I+D, el capital riesgo o el nacimiento de empresas ponen de manifiesto este cambio de orientación, que hace difícil establecer una barrera entre política de empresa y política de innovación.

#### CUADRO.2

### POLÍTICA DE INNOVACIÓN Y POLÍTICA DE EMPRESA

**En los últimos años se ha producido un progresivo acercamiento o convergencia entre la política de innovación y la política de empresa. Buena parte de esta convergencia es debida al objetivo de lograr “innovaciones de valor”.**

El concepto de “innovación de valor” o “innovación empresarial” aparece al reconsiderar las características del proceso innovador y, por tanto, de los agentes de la innovación. En cuanto al proceso innovador, la visión tradicional pone el acento en el vínculo innovación-investigación, en el empleo de tecnologías avanzadas e innovadoras, pero la innovación es un fenómeno más complejo, puede tener carácter incremental o revolucionario, ser de tipo técnico (ligado a la I+D), organizacional o presentacional (relacionado con el diseño y el marketing). Lo realmente relevante de las innovaciones de diverso tipo no es tanto el tipo de tecnología empleada (punta, alta...), ya que la tecnología es un medio para innovar, sino la capacidad de una innovación para generar valor añadido y beneficios. Ésto se logra cuando la innovación se convierte en una solución de valor ante problemas y oportunidades de mercado. A la innovación con tales características se le podría denominar “innovación de valor”, cuya generación y difusión y debe constituir el objetivo de la política de innovación.

La aparición y difusión de “innovaciones de valor” no está directamente relacionada con el desarrollo de la base científica de un país. La capacidad de científicos y tecnólogos para generar ideas y soluciones tecnológicas es una condición necesaria, pero no suficiente, para el desarrollo de innovaciones de valor. Además, se requiere que tales agentes presenten otras características, como son la capacidad de vislum-

brar oportunidades de mercado, buscar soluciones adecuadas, financiar los proyectos, gestionarlos y comercializarlos. Por lo tanto, los científicos y tecnólogos deben poseer un conjunto de rasgos propios del espíritu empresarial, si se desea pasar de la innovación a la “innovación de valor”, si se desea que las ideas y técnicas se utilicen para generar bienes y servicios de éxito en el mercado. De hecho, cabe denominar a esta última “innovación empresarial”, pues es característica e incluso definitiva de la actividad empresarial, que supone una búsqueda de respuestas generadoras de beneficios o valor añadido en respuesta a las oportunidades de mercado.

Lo anterior implica que el fomento de la “innovación de valor”, en tanto que se trata de una actividad meramente empresarial, requiere actuar para impulsar un Nuevo Espíritu Empresarial, esto es, un conjunto de habilidades y estructuras que permitan la conversión de ideas en bienes y servicios de valor añadido. Esto resultará tanto más necesario cuanto menor sea la inclinación y experiencia empresarial de los agentes innovadores, tal y como suele ocurrir en el caso de las Nuevas Empresas de Base Tecnológica (NEBT). El nivel educativo de los fundadores y trabajadores de estas empresas es, generalmente, muy alto, en comparación con los emprendedores en general. A menudo han realizado estudios de postgrado y posdoctoral, pero la formación habitual es de tipo técnico, tanto por la educación (con predominio de ingenieros) como por la experiencia profesional. Con frecuencia, las NEBT adolecen de personal con formación o experiencia en la gestión de empresas. Por tanto, el desarrollo del espíritu empresarial, que convierta a los científicos y tecnólogos en individuos inclinados a asumir riesgo y capaces de gestionarlos, resultará vital a fin de impulsar el nacimiento y, lo que no es menos importante, la consolidación de estas empresas.

Las consideraciones anteriores apuntan a que la política de innovación tendrá que sustentarse cada día más en una política de empresa dirigida a fortalecer el tejido empresarial, a fomentar la aparición y consolidación de empresas innovadoras, a eliminar los obstáculos al desarrollo del espíritu empresarial y, en general, a fomentar y difundir las cualidades del espíritu empresarial que sustentan la “innovación empresarial”.

Una segunda respuesta de la política de empresa al marco económico actual ha sido el **cambio en la definición de los objetivos operativos de esta política**, que ahora tienden a establecerse en términos de los inputs del proceso de producción, frente al anterior enfoque basado en los outputs de dicho proceso. Para Audretsch y Thurik (2001), en la economía dirigida de la posguerra, de relativa certidumbre en los procesos de producción y en los mercados, la respuesta política adecuada era el establecimiento de objetivos en términos de resultados. Industrias y empresas específicas fueron seleccionadas y apoyadas para impulsar el crecimiento económico, con resultados satisfactorios.

¿Qué ha cambiado en la economía para hacer inadecuada la selección y apoyo de industrias o empresas? La respuesta se encuentra en el input clave del proceso productivo en la Nueva Economía, el conocimiento, y en la mayor incertidumbre asociada a una economía basada en el conocimiento. El aumento de la incertidumbre complica

la selección de outputs correctos y eleva la probabilidad de que se seleccione y apoye a una industria inadecuada<sup>23</sup>. Ello aboga por una política que establezca como objetivos operativos los inputs de producción, en particular, que garantice la disponibilidad del input fundamental en la Nueva Economía: el conocimiento. Estas políticas incluyen las relacionadas con la educación en general, la formación especializada, la investigación básica y aplicada, etc.

**En resumen**, en la Nueva Economía se han producido tres fenómenos con fuertes implicaciones sobre la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas y, en general, sobre la política de empresa:

- ❖ La innovación se ha convertido, para la empresa, en la clave del éxito y, para el país, en la clave del progreso. Por tanto, deben crearse las condiciones que favorezcan la aparición y difusión de innovaciones de valor, la creación de empresas innovadoras y la comercialización de ideas e innovaciones.
- ❖ El espíritu empresarial ha cobrado protagonismo, pues es crucial para lograr un entorno innovador y para que las innovaciones tengan el carácter de “innovación de valor”. En consecuencia, debe apoyarse el nacimiento de un Nuevo Espíritu Empresarial.
- ❖ Las empresas pequeñas y jóvenes han adquirido protagonismo como agentes de la innovación, el crecimiento y el empleo. Esto sugiere que la atención política debe centrarse de forma prioritaria en las necesidades de las PYMEs y en el establecimiento de condiciones adecuadas para su nacimiento y consolidación.

El nuevo marco aboga por una política de empresa que apoye la creación de unas condiciones de entorno adecuadas al desarrollo del espíritu de empresa y de la innovación empresarial, sensible a las particularidades y necesidades de las empresas pequeñas y jóvenes.

### 3.2. La Unión Europea y las pequeñas empresas

Los acontecimientos de los últimos años de la década de los noventa ponen de relieve que la empresa, y en particular la PYME, se encuentra en el centro de atención de las políticas europeas. Así lo evidencia la prioridad otorgada, en el marco del proceso de Luxemburgo, a la promoción del espíritu empresarial entre los ciudadanos europeos, compartida por los Estados miembros (coordinada por la Comisión), y el desarrollo que éstos hacen de un entorno normativo más favorable a la PYME, en el marco del proceso de Cardiff. De esta manera, la acción comunitaria se ha dirigido crecientemente a mejorar las condiciones en las que operan las empresas. El Plan de acción BEST, la invitación de la Comisión a que los Estados Miembros den prioridad a las PYMEs en sus programas dentro de los Fondos Estructurales, el nacimiento de una nueva DG Empresa y las conclusiones del Consejo de Lisboa dan prueba de ello.

<sup>23</sup> Además, la selección de industrias o empresas frena la competencia y es un obstáculo a la innovación con implicaciones inciertas sobre el bienestar. ¿Qué sería hoy de la industria Norteamérica de hardware y software si en 1980 se hubiera seleccionado IBM como empresa de “interés nacional”, y se la hubiera protegido de la amenaza de competidores como Apple Computer o Microsoft? Esta cuestión, planteada por Audretsch y Thurik (2001), genera dudas legítimas sobre la selección de empresas o industrias como objetivos operativos de la política de empresa.

El Consejo de Lisboa (23 y 24 de marzo de 2000) supuso un hito importante para la Europa de los empresarios y la innovación. La Comisión presentó en dicho Consejo la iniciativa *eEurope*, que anima a los Gobiernos a introducir una economía basada en el conocimiento, impulsada por un espíritu empresarial favorable a la financiación y al desarrollo de nuevas ideas. El Consejo Europeo de Lisboa estableció como objetivo estratégico **convertir a Europa en la economía más competitiva y dinámica del mundo, considerando que, para ello, Europa debía ser más emprendedora e innovadora.**

Para lograr estos objetivos, la Comisión adoptó en abril de 2000 la Comunicación sobre **Los Retos de la Política de Empresa en la Economía del Conocimiento** (COM 2000), que identifica los retos de la política europea de empresa en el primer lustro del siglo XXI. A la política europea se le asigna la tarea de fomentar el espíritu empresarial y la innovación, estimular el uso de las tecnologías digitales en las empresas, sacar más partido del Mercado Interior, simplificar los trámites burocráticos y emplear nuevos métodos de coordinación. Una herramienta poderosa para hacer frente a estos retos es el **Nuevo Programa Plurianual de la Empresa y el Espíritu Empresarial (2001-2005)**, aprobado en diciembre del año 2000, que dota a la política de empresa de los recursos suficientes para lograr sus objetivos.

**CUADRO.3**

**LA PARADOJA EUROPEA Y LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL**

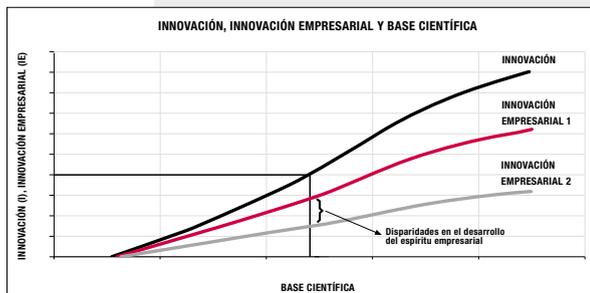
En 1995, la Comisión Europea, en el Libro Verde de la Innovación, señalaba que Europa se encuentra peor posicionada que sus principales competidores. Y ello resultaba paradójico, porque la Unión Europea posee una magnífica base científica, aunque tiene menor capacidad que otras partes del mundo para transformar sus avances científicos y tecnológicos en resultados industriales y comerciales, esto es, para generar lo que pueden denominarse “innovaciones de valor”.

Parte de la explicación de la paradoja debe encontrarse en el menor desarrollo del espíritu empresarial en la UE, que tiene una cultura emprendedora menos profunda que la existente en Estados Unidos, y sufre especialmente ciertas barreras que obstaculizan el desarrollo empresarial (como el acceso a la financiación y la regulación de la entrada de empresas). Por tanto, a pesar de contar con una base científica,

digamos, comparable a la de Estados Unidos, existe una brecha en la capacidad de lograr innovaciones comercializables generadoras de valor añadido, que cabe imputar en parte al menor desarrollo del espíritu empresarial.

La innovación empresarial, generadora de valor añadido en respuesta a oportunidades de mercado, descansa en

dos ejes fundamentales: base científica y espíritu de empresa. Un desarrollo insuficiente del espíritu de empresa es un freno para que la innovación tenga el carácter de “innovación de valor”.



Tras el Consejo Europeo de Lisboa, se adoptó la **Carta Europea de la Pequeña Empresa** (Consejo de Feira, 19-20 de junio de 2000). El documento establece que “**las pequeñas empresas deben ser consideradas generadoras fundamentales de innovación, de empleo y de integración social y local en Europa**”, y reconoce la consiguiente necesidad de crear el entorno lo más favorable posible para la pequeña empresa y el espíritu emprendedor. Tras reconocer el papel estratégico de las pequeñas empresas y el espíritu empresarial en la economía europea, recoge el compromiso de impulsar el espíritu emprendedor, escuchar la voz de las pequeñas empresas y contribuir a crear un entorno favorable a su desarrollo. En particular, con la aprobación de la Carta, la Comisión y los Estados Miembros de la Unión Europea se comprometen a apoyar a las pequeñas empresas siguiendo las siguientes líneas de actuación:

**1. Educación y formación en el espíritu empresarial.** El objetivo es educar en el espíritu empresarial desde una edad temprana, transmitiendo en todos los niveles escolares un conocimiento general sobre la actividad y el espíritu empresarial, creando módulos sobre temas empresariales en los programas educativos de la enseñanza secundaria y superior, y fomentando las iniciativas profesionales de los jóvenes.

**2. Puesta en marcha menos costosa y más rápida.** Se establece la meta de reducir los costes de la creación de empresas, reducir los plazos y ampliar las posibilidades de registro on-line.

**3. Mejorar la legislación y reglamentación.** La acción se dirigirá a evaluar las normativas nacionales en materia de quiebra desde la perspectiva de la nueva práctica, a evaluar la incidencia de las nuevas normativas sobre las pequeñas empresas y a simplificar, siempre que sea posible, las normas nacionales y comunitarias.

**4. Disponibilidad de habilidades.** Se fija el compromiso a promover la adecuación de la formación a las necesidades de la pequeña empresa, con el complemento de los programas de formación en empresas.

**5. Mejorar el acceso en línea.** El objetivo es que las administraciones públicas aumenten la comunicación electrónica con las pequeñas empresas, para que éstas puedan recibir información y cumplimentar trámites on-line.

**6. Sacar más provecho del Mercado Único.** Se insta a la Comisión y a los Estados Miembros a continuar con las reformas para lograr un auténtico mercado interior, que sea fácilmente accesible a las pequeñas empresas. También se señala que ha de aplicarse con firmeza la normativa comunitaria y nacional en materia de defensa de la competencia, para garantizar la posibilidad de las empresas de introducirse en nuevos mercados y competir en condiciones justas.

**7. Fiscalidad y cuestiones financieras.** En materia fiscal, se señala la meta de adaptar los regímenes fiscales para recompensar el éxito, facilitar la creación y expansión de empresas y la creación de puestos de trabajo. Para mejorar la financiación de las pequeñas empresas, se establecen como objetivos: detectar y eliminar los obstáculos a la creación de un mercado de capitales pan-europeo; mejorar las relaciones entre el sistema bancario y las pequeñas empresas; mejorar el acceso a los fondos estructurales.

**8. Promoción de la capacidad tecnológica de las pequeñas empresas.** Se fijan los objetivos de reforzar los programas existentes de fomento tecnológico en las pequeñas empresas y la participación de estas en programas de cooperación empresarial a escala local, nacional, europea e internacional.

**9. Modelos de empresa electrónica próspera y apoyo de alto nivel a la pequeña empresa.**

**10. Potenciar y hacer más eficaz la representación de los intereses de la pequeña empresa a escala nacional y de la UE.** Se propone avanzar hacia estos objetivos mediante el método abierto de coordinación de las políticas nacionales de empresa.

**Todos estos desarrollos ponen de manifiesto que la empresa, y en particular la PYME, constituye una prioridad en numerosos programas de la Unión Europea,** y se perfila una convergencia de políticas centradas en dos ejes: mejorar el entorno de las empresas y aumentar el apoyo que se les brinda.

### **3.3. La política de apoyo a la creación y consolidación de empresas en los países de la Unión Europea**

En este apartado se ofrece una visión panorámica de los principales programas y actuaciones adoptados en los países de la Unión Europea dentro de los siguientes ámbitos de la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas: simplificación administrativa, fiscalidad de la empresa, impulsar las habilidades, financiación de las empresas, innovación y capacidad tecnológica y cultura empresarial.

Podemos anticipar que **buena parte de las actuaciones y programas no han sido específicamente concebidos para impulsar la creación y consolidación de empresas.** Sin embargo, las medidas que tratan de crear un clima más favorable para las empresas en general (por ejemplo, a través de la simplificación administrativa y el establecimiento de una fiscalidad favorable a la PYME) inciden también en la creación y consolidación de empresas. Por esta razón, como se señaló anteriormente, son consideradas como parte integrante de la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas.

#### **3.3.1. Simplificación administrativa y evaluación de la regulación**

Los países de la Unión Europea han tomado medidas para simplificar la regulación de las PYMEs y evaluar la repercusión de la regulación sobre las empresas.

Por lo que se refiere a la **simplificación de la regulación de las pequeñas y medianas empresas,** el objetivo básico es reducir el número de trámites que deben satisfacerse y facilitar su cumplimentación mediante la introducción de formularios más sencillos y el empleo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En algunos países de la Unión Europea, las actuaciones al respecto se integran dentro de procesos de simplificación de ámbito general, destinados a facilitar las relaciones con la administración del público en general. Es el caso de Portugal, donde la Red

Interministerial para la Modernización Administrativa (RIMA) vincula los centros administrativos dedicados a la modernización en cada Ministerio, con el objetivo de promover acciones administrativas de modernización concertada, especialmente acciones dirigidas a reducir trámites, simplificar procedimientos y mejorar la calidad del servicio.

No obstante, en buena parte de los países de la Unión Europea, **se han tomado medidas específicas** para proceder a la simplificación de las relaciones entre **las empresas y la administración**. Es el caso, entre otros, de Irlanda, Bélgica y Dinamarca. En Irlanda, la creación del “**Task Force on Small Business**”, en 1993, marcó el inicio de un proceso de reducción de trámites y un esfuerzo continuo para reducir las cargas administrativas y regulatorias que soporta el sector empresarial, con especial atención a las pequeñas y medianas empresas. En Bélgica, se ha encomendado recientemente al Ministerio responsable de las PYMEs redactar, en coordinación con el Ministerio de Economía, un **plan que permita una simplificación radical de las obligaciones administrativas** que afectan a las empresas. Dinamarca ha tomado diversas medidas en los últimos años para reducir las cargas administrativas de las empresas, que incluyen la aprobación de simplificaciones administrativas y la puesta en funcionamiento de un **Comité para la Mejora de la Regulación**, con participación del sector empresarial, dedicado a revisar la regulación vigente.

En conclusión, se aprecia una voluntad política clara de simplificar la regulación de las pequeñas y medianas empresas. No obstante, el esfuerzo parece mayor en países como Irlanda, Bélgica y Dinamarca, que han creado cauces para estudiar y reducir las cargas administrativas del sector empresarial. En otros países, por el contrario, las actuaciones para simplificar la regulación de las empresas se integran en procesos de simplificación de ámbito general. Es el caso, entre otros, de Portugal.

En cuanto a la **evaluación de la regulación**, ésta se entiende como un sistema de valoración de la eficacia de las nuevas regulaciones, que adopta frecuentemente una óptica comparada de las diversas posibilidades de regulación a fin de seleccionar aquella capaz de producir los resultados esperados al menor coste.

La evaluación de la regulación se encuentra presente en todos los países de la Unión Europea, pero su grado de desarrollo, aplicación y uso de metodologías varía de forma apreciable entre países. Cabe destacar el empleo sistemático de técnicas de evaluación en países como Italia, Dinamarca, Holanda y Suecia, que prestan especial atención al impacto de la regulación sobre las PYMEs. En Italia se introdujo en 1999 el **Análisis del Impacto de la Regulación (AIR)**, que requiere que los legisladores valoren el impacto de formas alternativas de intervención con anterioridad a la adopción de nuevas medidas. La metodología descansa en un sistema de consulta y en la elección de la opción más ventajosa en función de los resultados de un análisis coste beneficio de las diversas opciones sobre ciudadanos, empresas y Sector Público<sup>24</sup>. En Dinamarca, se han desarrollado varias **metodologías a fin de garantizar la calidad de la legislación** que afecta al mundo empresarial, que incluyen una búsqueda de información de los costes de la regulación a partir de las estimaciones de las propias empresas (véase 3.4).

<sup>24</sup> *Se prevé la extensión del Análisis del Impacto de la Regulación, para verificar sistemáticamente el impacto del coste de la regulación sobre los ciudadanos y las empresas, una vez que concluya la fase experimental.*

Holanda, dentro del proyecto-MDW (Competencia, Desregulación y Calidad Legislativa), lleva a cabo una **revisión de los costes y beneficios** de los proyectos de regulación de todos los Ministerios a través del Punto de Apoyo para los Proyectos de Regulación (Steunpunt voorgenomen regelving). En esta línea, pero con mayor énfasis en las PYMEs, se encuentra la Unidad SimpLex del Ministerio de Industria, Empleo y Comunicaciones de Suecia (véase 3.4). En este país, además, es obligatorio el análisis del impacto sobre las empresas de la regulación nueva o modificada.

Este elevado desarrollo de la evaluación de la regulación **contrasta con el uso menos extendido en otros países de la Unión Europea**, como Bélgica y España. En Bélgica, se da un mayor énfasis a la simplificación administrativa que a la evaluación regulatoria, que se encuentra escasamente presente. En España no existen metodologías estandarizadas para realizar valoraciones en el caso de las nuevas regulaciones (aunque las consideraciones de coste-eficacia y coste-beneficio se encuentran presentes en el proceso normativo).

En conclusión, la evaluación de las repercusiones de la regulación (nueva y existente) sobre la PYME muestra un grado de extensión muy variable en los países de la Unión Europea. El elevado grado de desarrollo y aplicación de metodologías para la evaluación del impacto de la regulación sobre la PYME de Suecia y, sobre todo, Dinamarca, contrasta con la situación de países como Bélgica y España, donde prácticamente no se aplican metodologías de evaluación de forma sistemática.

### 3.3.2. Facilitar la creación de empresas

Por lo que se refiere al objetivo de **facilitar el proceso de creación de empresas**, las principales acciones adoptadas en los países de la Unión Europea se han dirigido a **reducir el número de requerimientos y trámites** administrativos, lo que a su vez ha venido acompañado de una reducción del número de días necesarios para poner en marcha las nuevas empresas.

En numerosos países de la UE se está extendiendo una red de **Ventanillas Únicas Empresariales**, donde se realizan todos los pasos necesarios para la creación y modificación de empresas y se ofrecen servicios de información y asesoramiento. España, Italia, Portugal y Finlandia, entre otros países de la Unión, cuentan con una red de ventanillas, y se prevé su extensión en los próximos años.

También cabe destacar el aumento y concentración de la **información** sobre la creación de empresas, que de forma creciente se ofrece **on-line, como mecanismo para facilitar la creación de empresas**. En España esta información se encuentra en la **web de la Dirección General de Política de la PYME ([www.ipyme.org](http://www.ipyme.org))**, e incluye aspectos como la forma jurídica, los trámites generales, ayudas e incentivos y enlaces a las Ventanillas Únicas Empresariales. También destaca la creación de la Ventanilla Única Empresarial Virtual (**[www.vue.es](http://www.vue.es)**), que se integra en el portal de las Cámaras de Comercio. En Alemania, el Ministerio de Economía y el Banco Federal para la Creación de Empresas (DtA) están trabajando en un sistema de información sobre regulaciones y procedimientos, que ofrecerá a las personas que desean iniciar un negocio y a las autoridades información on-line sobre procedimientos y trámites, responsabilidades y el

marco legal de la actividad en cuestión. De mayor envergadura que las anteriores es la **web de las Cámaras de Comercio de Austria**, que ofrece servicios integrales a las personas que se plantean iniciar un negocio (véase 3.4).

En conjunto, las iniciativas adoptadas han permitido facilitar de forma sustancial la creación de empresas. Dinamarca y Reino Unido destacan especialmente por la simplificación alcanzada. Dinamarca, considerada como un caso de buena práctica en la materia por el Enterprise Policy Scoreboard 2000, redujo el periodo de registro de una empresa a una media de siete días en 2000, y recientemente ha hecho posible el registro electrónico, que no conlleva coste alguno. A su vez, el informe “Benchmarking Report 1999” de la Unión de Confederaciones de la Industria y las Empresas Europeas (UNICE) mostraba que Reino Unido tiene uno de los marcos más favorables del mundo para la creación de sociedades de responsabilidad limitada (en términos de coste y plazos). En España, la culminación del proyecto Nueva Empresa<sup>25</sup>, marca un hito en el proceso de simplificación de la creación de empresas.

Cabe concluir señalando que las actuaciones de los países de la Unión Europea han permitido reducir de forma apreciable el número de requerimientos y trámites administrativos. También se han extendido las Ventanillas Unicas Empresariales (especialmente en España, Italia, Portugal y Finlandia) para facilitar la cumplimentación de los trámites. Por último, se ha ampliado la información on-line sobre los aspectos de la creación de empresas, incluyendo servicios de asesoramiento en ciertos casos (web de la Cámara de Comercio de Austria).

Dinamarca y Reino Unido se encuentran entre los países que más han avanzado en la simplificación de la creación de empresas. La entrada en funcionamiento, prevista para el año 2003, del proyecto Nueva Empresa situará a España en una posición muy favorable en cuanto a la facilidad de crear una empresa.

### 3.3.3. Fiscalidad de la empresa

Las líneas generales de las medidas adoptadas en los últimos años en los países de la Unión Europea para establecer una fiscalidad más favorable a la pequeña empresa son comunes, e incluyen las siguientes:

1. Se ha avanzado en la reducción de las cargas fiscales de las pequeñas empresas, especialmente a través de la reforma de la imposición sobre la renta y los beneficios de las sociedades.
2. Los incentivos fiscales a la inversión, el empleo y a la inversión en el extranjero han adquirido mayor protagonismo.
3. Se han establecido regímenes de transmisión de empresas familiares más favorables.
4. Los regímenes fiscales están siendo revisados para establecer sistemas simplificados.

A continuación, se recogen las medidas adoptadas en los últimos años por los países con intervenciones más decisivas en el terreno de la fiscalidad de la pequeña empresa:

---

<sup>25</sup> Véase 4.1.2

- ❖ **Alemania.** En este país existe cierta tradición en el tratamiento fiscal preferencial de las PYMEs, como evidencian los especiales sistemas de depreciación y ciertas exenciones del impuesto sobre las ventas. Recientemente, se ha simplificado y reducido la carga fiscal en la transmisión de empresas familiares.
- ❖ **Austria.** Cabe destacar la adopción, en 2000, de la Ley de Asistencia a la Creación de Empresas, que prevé la exención de ciertos impuestos, tasas y contribuciones. (Véase 3.4).
- ❖ **España.** En los últimos años se ha reformado el IRPF (con una reducción de la carga fiscal de las PYMEs), la fiscalidad sobre las sociedades (estableciendo un tipo impositivo del 30% si la facturación está por debajo de 6 millones de euros) y el impuesto sobre el valor añadido (permitiendo la deducción de las cuotas soportadas en bienes corrientes y de inversión). También se han tomado medidas para facilitar la transmisión de empresas familiares. En 2003, desaparece el impuesto sobre actividades económicas (IAE) para todas las personas físicas y para las personas jurídicas con facturación anual inferior a un millón de euros. Por otra parte, en el terreno de la empresa joven, el proyecto Nueva Empresa incorpora ciertas particularidades fiscales en los primeros años de vida de las empresas (véase 4.1.3).
- ❖ **Francia.** Se han introducido en los últimos años diversas medidas fiscales, algunas de las cuales afectan directamente a las pequeñas empresas. A partir de la Ley Financiera de 1999, comienza a eliminarse la parte del impuesto de sociedades basada en los salarios, proceso que culminará en 2003. La Ley de 2000 introdujo reducciones del IVA en empresas de servicios personales, como las tareas del hogar y ayuda doméstica para el cuidado de los niños, mayores y discapacitados. A su vez, la Ley Financiera de 2001 contempla una reducción del tipo impositivo desde el 25% hasta el 15% en el tramo de beneficios inferior a 38.112,25 euros (en empresas con facturación anual inferior a ciertos límites).
- ❖ **Finlandia.** Se está estudiando la reforma y simplificación de la fiscalidad sobre las ganancias de capital y las rentas sociedades. Por otra parte, recientemente se ha introducido un régimen fiscal más favorable para la transmisión de las empresas familiares.
- ❖ **Grecia.** Se ha reducido la carga fiscal sobre las pequeñas y medianas empresas. Las empresas nuevas, de menos de tres años de antigüedad, se benefician de medidas fiscales especiales (véase 3.4.3).
- ❖ **Irlanda.** Las principales medidas de los últimos años incluyen la reducción del impuesto sobre sociedades (que se acentuará en los próximos años), especialmente en el caso de las empresas que facturan menos de 200.000 libras al año (se establece un tipo impositivo del 12,5%). De mayor antigüedad es el *Programa a la Expansión Empresarial* (Business Expansion Scheme), que fue introducido en 1984 para ofrecer incentivos fiscales a la inversión a largo plazo, especialmente en empresas nuevas y pequeñas de ciertos sectores.

- ❖ **Portugal.** Los aspectos más relevantes de los últimos años son la extensión de incentivos fiscales a la inversión en TIC, a la adquisición de equipos de protección ambiental, al uso de energías renovables y a la inversión en el extranjero.
- ❖ **Reino Unido.** Desde 1997, se ha reducido en, aproximadamente, un 25% el impuesto sobre las sociedades en las pequeñas empresas. También se han introducido incentivos a la reinversión de beneficios en las PYMEs. Por otra parte, se prevé una reducción en el impuesto sobre las ganancias de capital.
- ❖ **Suecia.** La simplificación legislativa constituye una prioridad en la actuación de este país.

En suma, se aprecia que los países de la Unión Europea han avanzado de forma significativa en el establecimiento de un régimen fiscal más favorable a la pequeña empresa. España, Grecia, Reino Unido e Irlanda, entre otros, han reducido de forma apreciable las cargas fiscales, siendo especialmente notable el proceso de reducción del impuesto sobre sociedades emprendido en Irlanda. Ahora bien, la problemática de las empresas en proceso de consolidación, desde la perspectiva fiscal, ha recibido una escasa atención en los países de la UE. Algunas excepciones son los incentivos fiscales para las empresas con menos de tres años en Grecia y la Ley de Asistencia a la Creación de Empresas de Austria.

### 3.3.4. Impulsar las habilidades

Las acciones de formación de los países de la Unión Europea tienen como objetivo la adecuación de la formación a las necesidades de las empresas y el complemento de la formación con la experiencia en puestos de trabajo. Además, se han tomado iniciativas para mejorar y aumentar la formación para la creación y gestión de pequeñas empresas, pero éstas se considerarán en 3.4.7.

En la formación de ocupados, se observa que las medidas adoptadas en los últimos años siguen tres líneas estratégicas. En primer lugar, se está realizando un esfuerzo de **detección de las competencias más necesarias para las empresas hoy y en el futuro**, a fin de definir los contenidos de los programas de formación. Para ello, **se tiende a intensificar la colaboración con el mundo empresarial** a la hora de realizar análisis prospectivos de necesidades y déficit de competencias, como ponen de manifiesto los casos de Alemania, España e Irlanda. En Alemania, que tiene en la educación continua un rasgo clave del sistema educativo, el Gobierno Federal detecta, junto con la industria y los sindicatos, las cualificaciones más demandadas por las PYMEs. En España, las organizaciones empresariales forman, junto con las centrales sindicales y la Administración, la estructura encargada de la formulación y ejecución de la formación de los trabajadores ocupados. En Irlanda, se creó en 1997 un marco institucional para desarrollar estrategias nacionales sobre necesidades de competencias y educación y formación para la empresa. Dicho marco consta de tres elementos: **el Grupo Experto sobre Necesidades Futuras de Competencias, el Foro sobre Empresa, Educación y Formación y el Grupo sobre Implementación de Competencias**. Al Grupo Experto, en el que participan miembros de la comunidad empresarial, se le encomien-

da la tarea de identificar de forma sistemática las competencias que requieren los diversos sectores de la economía, desarrollar técnicas que permitan anticipar las necesidades futuras y asesorar sobre las actuaciones adecuadas para eliminar los déficit de competencias.

En segundo lugar, **la orientación de la formación trata de adecuarse, cada día más, a las exigencias y características de las empresas.** En este sentido, cabe destacar el objetivo explícito del sistema de formación continua en Reino Unido de adaptarse a las presiones del mundo empresarial y al estilo de vida de trabajadores y propietarios de pequeñas y medianas empresas. Para lograrlo, se han introducido nuevos sistemas de formación, como el conocido como *LearnDirect*, que son cursos de formación ofrecidos en el lugar de trabajo, en el hogar o en centros específicos, en función de la conveniencia de la empresa y de la persona que recibe la formación (véase 3.4.).

En tercer lugar, **los programas de formación están otorgando un marcado protagonismo a las competencias relacionadas con el uso de las tecnologías de la información y comunicación.** Por ejemplo, en Dinamarca se ha optado por incluir formación en estas tecnologías desde la escuela primaria, a fin de evitar una falta futura de estas competencias. En Grecia, el programa “Go-Digital” del Ministerio de Desarrollo prevé apoyar a 50.000 PYMEs para que desarrollen y empleen técnicas de e-business, gracias al apoyo financiero y a la formación de las empresas en estas tecnologías. En España, diversos programas e iniciativas tienen como objetivo facilitar la formación y uso de tecnologías de información y comunicación en las empresas, como las que se integran en el Plan de Acción INFO XXI, en el Plan de Consolidación y Competitividad de la PYME y en el Programa CRECE.

En cuanto a **las instituciones que ofrecen formación para garantizar la suficiencia de perfiles adaptados a las necesidades de las empresas**, además de las de carácter público, existen iniciativas relevantes por parte de las Cámaras de Comercio. En este sentido, conviene destacar los programas de las Cámaras de Comercio de Austria y España. En Austria, los **Institutos de Promoción Empresarial** de las Cámaras de Comercio son las mayores instituciones para la formación profesional del país. Se encuentran presentes en la práctica totalidad de las regiones y ofrecen formación en áreas claves de la actividad empresarial. En España, las Cámaras de Comercio, han creado, en colaboración con el Instituto Nacional de Empleo, el **Servicio de Integración Activa en la PYME (SIAP)** que es un programa de formación/empleo, cuyo objetivo central es la inserción laboral contribuyendo a la consolidación de las empresas, especialmente Pymes. Con una orientación clara hacia la empleabilidad el SIAP consigue:

- ❖ Por un lado, el desarrollo de la Pyme fortaleciendo el empleo.
- ❖ Por otro la inserción laboral de personas desempleadas a partir de formación tutorizada y a medida de las necesidades declaradas por las empresas previamente identificadas.

A modo de resumen, cabe subrayar el notable esfuerzo realizado en los países de la Unión Europea para identificar las competencias más necesarias en las empresas, a fin de adecuar la formación de ocupados a los déficit existentes. Irlanda, con la creación

del Grupo Experto sobre Necesidades Futuras de Competencias, ha avanzado de forma decisiva en esta línea. También se ha avanzado de forma general hacia una mayor formación de las empresas en TIC, con programas de gran cobertura en países como Grecia. En cuanto a las instituciones que imparten formación, cabe destacar la participación, en Austria y España, de las Cámaras de Comercio, que ayudan a detectar déficit de competencias y a dar formación de acuerdos con los déficit encontrados.

### 3.3.5. Financiación de las empresas

Las dificultades constatadas en el ámbito de la financiación de las pequeñas empresas, especialmente en el proceso de creación y en los proyectos más innovadores, han llevado a aumentar el protagonismo de los programas y actuaciones dirigidos a facilitar el acceso de las PYMEs a la financiación.

Parte de la actuación de los países de la Unión Europea se ha centrado en **facilitar el acceso de las PYMEs a la financiación**, estableciendo líneas de financiación preferente para el desarrollo de los proyectos de inversión de las pequeñas y medianas empresas. Cabe destacar en este sentido las iniciativas de España y Suecia. En España, **la línea ICO-PYME**, ofrece financiación preferente para proyectos de inversión de la PYME en forma de préstamos canalizados por bancos y cajas de ahorro, mientras que la línea para la financiación de la creación de empresas apoya el proceso de creación de nuevos negocios. A su vez, Suecia cuenta con un amplio número de **programas públicos para facilitar la financiación de las PYMES**. La agencia pública ALMI concede préstamos a PYMEs con potencial de crecimiento, y actúa como catalizador para lograr financiación privada. Dicha agencia también financia la creación de empresas en general y la creación y expansión de empresas propiedad exclusiva de mujeres. Respecto a este último tipo de empresas, las marcadas dificultades de las mujeres para acceder al mundo empresarial han llevado a adoptar medidas específicas en varios países de la UE, como es el caso de España a través del sistema de microcréditos para las mujeres empresarias y otros colectivos preferentes.

Por otra parte, **se han adoptado iniciativas para resolver el problema que plantea a las PYMEs las garantías que se exigen en las instituciones financieras**. Con la finalidad de animar a los bancos a financiar proyectos de las PYMEs, se han ampliado los programas públicos de garantías en Grecia, Italia, Dinamarca y España, entre otros países, con los que se apoya a las sociedades de garantía recíproca.

**Pero la mayor parte de las actuaciones adoptadas en los últimos años en los países de la Unión Europea se han centrado en la problemática específica de las empresas innovadoras**, a las que se dirigen buena parte de las medidas de apoyo. Los principales instrumentos empleados para facilitar el nacimiento y expansión de empresas innovadoras son los siguientes:

- ❖ **Fomento del capital riesgo.** Se ha ampliado el capital riesgo disponible para empresas jóvenes e innovadoras mediante la creación de fondos de capital riesgo de carácter público. En Francia, se estableció en 1998 el Fondo Público de Capital Riesgo. En Reino Unido se está avanzando en la constitución de fondos de capital riesgo regionales, mediante colaboraciones público/privadas, cuyas

inversiones se dirigirán preferentemente a empresas pequeñas y en expansión. Además, el Fondo de Alta Tecnología realiza inversiones, en términos comerciales, en otros fondos de capital riesgo que tienen como empresas objetivo las jóvenes de alto crecimiento y elevado contenido tecnológico. En esta dirección se encuentra la línea de apoyo a la capitalización de empresas de base tecnológica lanzada recientemente por el Ministerio de Ciencia y Tecnología en España.

- ❖ **Otros instrumentos de financiación de empresas innovadoras.** Se han introducido nuevos mecanismos públicos de financiación de empresas innovadoras, entre los que cabe subrayar los siguientes:
  - **Programa para la financiación semilla (Austria).** Se financia la creación o expansión inicial de empresas de alto contenido tecnológico y potencial de crecimiento, además de ofrecer asesoramiento en el período de desarrollo del proyecto empresarial.
  - **Bourses de préactivité (Bélgica).** Son subvenciones concedidas a las personas que deseen transformar ideas originales en proyectos empresariales. La subvención máxima se fija en 15.500 euros.
  - **Préstamos participativos (España).** Concedidos por la Empresa Nacional de Innovación, S.A. (ENISA) a PYMEs de base tecnológica, son préstamos subordinados, a largo plazo, con intereses variables en función de los resultados de las empresa y sin garantías adicionales.
  - **Empresas de innovación (Dinamarca).** En 1998, se crearon dos compañías de innovación, que invierten en empresas jóvenes y pequeñas donde el riesgo impide la participación de las empresas de capital riesgo. (Véase 3.4).
- ❖ **Redes de Business Angels.** Se ha impulsado la creación de redes y bases de datos de Business Angels en Austria, Irlanda, Dinamarca y Suecia. Para fomentar la actividad de estos inversores, Francia ha optado por conceder incentivos fiscales a las inversiones.

Cabe concluir señalando que las actuaciones de apoyo a la financiación de las empresas han adquirido protagonismo en los países de la UE. Dentro de estas acciones, las dirigidas a facilitar la financiación de las empresas innovadoras tienen un peso elevado. Además de impulsar el capital riesgo (con creación de fondos públicos, fondos público-privados y mediante préstamos a entidades existentes) y las redes de Business Angels, se han puesto en marcha nuevos instrumentos, como los préstamos participativos de España y las Empresas de Innovación de Dinamarca.

### 3.3.6. Fomento de la innovación y la capacidad tecnológica

La política de innovación ha ganado relevancia en los países de la Unión Europea desde los años noventa. En el terreno de la pequeña y mediana empresa, los países de la UE se han fijado como objetivo reforzar los programas existentes de fomento tecnológico en las pequeñas empresas y la participación de éstas en programas de cooperación empresarial a escala local, nacional, europea e internacional.

La actual política de innovación dirigida a la pequeña y mediana empresa en los Estados Miembros sigue cinco grandes líneas de actuación: la creación de infraestructuras de soporte de empresas innovadoras, el aumento de los recursos disponibles para la innovación y creación de empresas innovadoras, mayor interrelación entre la oferta y la demanda tecnológica, la sensibilización y preparación de las pequeñas empresas ante los cambios del entorno tecnológico y, por último, el apoyo a la comercialización de los resultados de la investigación.

En cuanto a la **creación de infraestructuras de soporte de empresas innovadoras**, las incubadoras y parques científicos y tecnológicos (PCyT) han cobrado indiscutible relevancia en los últimos años, especialmente en países como Grecia, Francia y España. Grecia ha apostado por los PCyT y las incubadoras como una pieza clave para impulsar el nacimiento y consolidación de PYMEs (sobre todo microempresas) usuarias de tecnologías punta. Francia puso en marcha en 2001 un sistema de incubadoras tecnológicas (31) para apoyar la creación de empresas innovadoras. En España, se ha apoyado el despegue de los PCyT, que han aumentado de forma espectacular desde mediados de los años noventa (pasan de 10 a 41 entre 1994 y 2002).

Por lo que se refiere al **aumento de los recursos disponibles** para las empresas innovadoras, buena parte de las actuaciones tienen como objetivo mejorar el acceso a la financiación de las empresas innovadoras, nuevas y existentes (véase 3.3.5). Otras medidas se dirigen a **mejorar la información de las empresas sobre el impacto potencial de las innovaciones y sus perspectivas de éxito**. Bélgica apoya a las empresas innovadoras mediante esta vía, otorgando financiación pública parcial para la subcontratación de estudios de viabilidad de nuevos productos, servicios y procesos, de estudios sobre las perspectivas de éxito de innovaciones (basados en la valoración de la demanda potencial, el grado de competencia, el estado del arte de la tecnología, etc) y de estudios sectoriales encaminados a mostrar la situación general de una industria en términos tecnológicos (véase 3.4). Por otra parte, para completar los recursos y competencias de las empresas innovadoras, existe una gama de servicios de apoyo y asesoramiento, que frecuentemente forman parte de los servicios ofrecidos en los PCyT, Incubadoras Tecnológicas y Centros Europeos de Empresas e Innovación. También se ofrecen estos servicios fuera de las infraestructuras de soporte de la innovación, como sucede en Finlandia a través del programa eSTEP, que se basa en una red de consultores privados especializados que realizan planes individualizados para la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en las empresas.

Por otra parte, se han lanzado programas e iniciativas para aumentar la interrelación entre la oferta y la demanda tecnológica, en particular, para **facilitar el acceso de las empresas al conocimiento científico y adecuar la investigación a las necesidades de las empresas**. En Alemania, la política federal de innovación da una importancia considerable a la transferencia de know-how y tecnología entre la base científica y la industria y viceversa, mediante programas (PRO INNO, InnoNet, etc) que promueven el intercambio de know-how y personal entre empresas y centros de investigación (véase 3.4). En Dinamarca, a fin de facilitar el acceso de las empresas al conocimiento científico mediante la movilidad de personal entre Universidades y empresas, se ha establecido un nuevo programa de doctorado resultante de la colaboración entre

empresas y Universidades, que supone la realización de un proyecto de investigación en una empresa, relacionado con la formación del doctorando. Finalmente, cabe destacar la creación en Reino Unido, en 2000, de un fondo para financiar actuaciones con el objetivo de aumentar la capacidad de las Universidades para trabajar con pequeñas empresas.

Con respecto a la sensibilización y preparación de las pequeñas empresas ante los cambios del entorno tecnológico, se deben subrayar las iniciativas que inciden en la **concienciación de las pequeñas empresas sobre el carácter estratégico de la innovación**. En esta línea se encuentran en Austria los informes sobre innovación (Innovation Survey), que ofrecen información de calidad y a medida de las PYMEs sobre aspectos clave de la innovación, y el programa IT.SME de Suecia, que tiene como objetivo mostrar a las empresas pequeñas las posibilidades y beneficios del uso de tecnologías de información y comunicación. De mayor envergadura es el programa FORE-SIGHT lanzado en 1993 en Reino Unido a fin de identificar oportunidades potenciales para la economía y la sociedad resultantes de los desarrollos científico-tecnológicos y diseñar acciones para obtener efectivamente tales beneficios. Con la finalidad de llegar a las pequeñas y medianas empresas, en 2000-2001 se ha desarrollado una herramienta de formación (Foresight Training Toolkit) que se emplea para animar a las empresas a adoptar visiones estratégicas que anticipen los cambios del entorno, incluidos los tecnológicos.

Finalmente, nos referimos a las actuaciones para apoyar **la comercialización de los resultados de la investigación**, que frecuentemente forman parte de una estrategia de asesoramiento de empresas innovadoras. Así, por ejemplo, en Finlandia, el Programa TULI fomenta la creación de empresas de base tecnológica mediante la búsqueda y evaluación de ideas empresariales (procedentes de resultados de investigación aplicada), cuyas perspectivas comerciales son evaluadas por consultores expertos (véase 3.4). En Dinamarca se crearon en 2001 ocho empresas (innovation environments) dedicadas específicamente a impulsar la comercialización de ideas innovadoras. Las empresas innovadoras, estudiantes, investigadores e inventores reciben asesoramiento y apoyo financiero para completar el desarrollo de proyectos innovadores. Por último, cabe mencionar el proyecto lanzado en Escocia (Innovators Counselling and Advisory Service for Scotland) para evaluar el potencial comercial de las ideas de pequeñas empresas innovadoras desde una etapa temprana.

En resumen, **el fomento de la innovación constituye otra área prioritaria en el conjunto de la UE**. Pero algunos países de la UE sobresalen por el mayor énfasis otorgado a ciertos ámbitos de esta política y el desarrollo de programas e iniciativas. Cabe destacar el caso de Bélgica, por el apoyo que se ofrece a las empresas para informarse sobre el impacto de la innovación, y de Finlandia, por el impulso de los servicios a medida de las empresas para la incorporación de TIC. Suecia y, especialmente, Reino Unido, destacan por las actuaciones implementadas para concienciar a las pequeñas empresas sobre el carácter crítico de la innovación. Finalmente, en el ámbito de la comercialización de la innovación, sobresalen las iniciativas de Finlandia, Dinamarca y Escocia.

### 3.3.7. Impulsar una cultura emprendedora

Las actuaciones para impulsar una cultura más emprendedora en la Unión Europea se basan en la creación de un clima social favorable a la aparición y desarrollo de actividades emprendedoras, que reconozca los beneficios que comporta la iniciativa empresarial para las economías locales.

Para ello, una buena parte de las iniciativas se dirigen a **educar, desde etapas tempranas, en el espíritu empresarial**, transmitiendo la idea de emprendimiento a los más jóvenes y dando formación clave para el futuro desarrollo de iniciativas empresariales. La importancia que tiene actualmente esta línea de actuación queda ilustrada por las estrategias adoptadas en diversos países de la Unión Europea a fin de estudiar e implementar las medidas más eficaces para promover las actitudes empresariales de los jóvenes. Cabe destacar en este sentido los programas de Holanda, Francia, Reino Unido y Dinamarca.

En Holanda, el Gobierno ha establecido una **Comisión consultiva sobre espíritu de empresa y educación**, de la que forman parte representantes del mundo empresarial, sectores de la educación y organizaciones sociales (estudiantes multiculturales, mujeres empresarias y trabajadores). A la Comisión se le han otorgado tres funciones: 1) crear un clima de concienciación en las esferas educativas y empresariales; 2) proponer proyectos piloto para fomentar las actitudes y habilidades empresariales, que puedan ser implementados e imitados en las escuelas; 3) proponer fórmulas que eliminen los obstáculos que impiden estimular el desarrollo del espíritu empresarial en las escuelas. En Francia se ha establecido un **observatorio para la detección y estudio de prácticas de formación sobre el espíritu de empresa**, con el objetivo de recopilar información sobre métodos e iniciativas de formación en el terreno del espíritu empresarial y dar a conocer prácticas que puedan ser empleadas en el conjunto del sistema educativo. En Dinamarca, el Ministerio de Educación puso en marcha, en 1996, un **Plan de acción para promover las actitudes empresariales de los jóvenes**. El objetivo es aumentar la motivación de los jóvenes a crear sus propios negocios, generando una actitud favorable hacia el autoempleo, a través de actuaciones de formación de alumnos y de formadores (véase 3.4). A su vez, el Gobierno de Reino Unido anunció en 2001 la intención de llevar a cabo una **Evaluación sobre la Empresa y la Economía en la Educación**. El objetivo de la evaluación es analizar el modo en que la noción de empresa y economía se transmite en las escuelas y otros centros de educación, y proponer métodos y prácticas para mejorar la formación sobre estas cuestiones.

Por lo que se refiere al **tipo de medidas utilizadas para educar en el espíritu empresarial**, es posible agruparlas en las cuatro categorías siguientes:

1. **Aumentar la oferta formativa sobre empresas y economía, y el número de estudiantes receptores de esta formación.**

La mayoría de los países de la Unión Europea han tendido, en los últimos años, a **introducir la noción de emprendimiento** dentro de las materias impartidas en la educación primaria, secundaria y la formación profesional. Algunos Estados Miembros, además, han puesto énfasis en la necesidad de **“formar a los formadores”**, y se han elaborado materiales específicos para guiar la enseñanza sobre cuestiones empresariales.

Este es un objetivo primordial del plan de acción para promover las actitudes empresariales de los jóvenes del Gobierno de Dinamarca, como se vio anteriormente. En Austria, se ha puesto en marcha un curso de formación a medida de profesores de escuelas primarias, secundarias y de centros de formación profesional que, en caso de satisfacer las pruebas exigidas, permite obtener un diploma de “Cualificación para impartir formación sobre emprendimiento”. En Suecia, “Young Enterprise” ha desarrollado el programa Plankton, que facilita a profesores de escuelas primarias y secundarias herramientas para guiar la formación de estudiantes en cuestiones empresariales.

En cuanto a la **formación universitaria**, se ha tendido a aumentar el número de departamentos y escuelas dedicados a la formación empresarial, especialmente en lo relativo a la creación y gestión de pequeñas empresas. A título de ejemplo cabe mencionar el aumento, en Alemania, del número de departamentos universitarios sobre creación de empresas de 9 a 42 entre 1999 y 2001, o la creación, en 2000/2001 del Instituto para la Creación y Desarrollo Empresarial en la Universidad de Linz (Austria).

En algunos países, se ha ampliado la formación en materia empresarial de estudiantes universitarios para resolver problemáticas específicas. Por ejemplo, para **facilitar la transmisión de las empresas familiares**, la Cámara de Comercio de Bélgica y la Universidad de Lieja crearon, en 1997, la Escuela Internacional de Emprendedores. En esta escuela se da formación, de forma primordial, a los hijos de los emprendedores, con vistas a facilitar la transferencia de negocios familiares. También cabe destacar el programa del Gobierno Irlandés destinado a ofrecer **formación sistemática sobre la empresa y su gestión en los 14 Institutos de Tecnología**. En este caso, se trata de reducir el déficit de competencias de los tecnólogos en materia empresarial, que reduce las posibilidades de convertir ideas e innovaciones tecnológicas en productos comercializables generadores de valor añadido a través de la creación y expansión de empresas.

## **2. Fomentar las experiencias empresariales desde edades tempranas.**

Algunos países de la Unión Europea han ampliado los programas de apoyo a la creación de empresas de los jóvenes, desde la escuela secundaria, y han implantado nuevos programas. La idea básica de este tipo de iniciativas es que el contacto directo y activo de los jóvenes, mediante la creación y gestión de una empresa propia, es un instrumento de gran capacidad para fomentar la inclinación empresarial.

Entre los programas existentes, cabe destacar los siguientes:

- Proyecto JUNIOR (Alemania). Introduce a los alumnos a partir del noveno grado en la noción de autoempleo, animándoles a crear pequeñas empresas para aprender cómo funciona la economía en la práctica.
- Proyecto JUNIOR-Alumnos crean empresas (Austria). Los alumnos, entre 15 y 19 años, crean una empresa a partir de una idea y la desarrollan en la escuela a lo largo de un año escolar (la actividad forma parte del currículo escolar), vendiendo sus productos o servicios en el mercado local.

- Iniciativa “Jóvenes Empresas” (Bélgica). Esta iniciativa, apoyada por las autoridades regionales, ha permitido a los estudiantes crear y gestionar pequeñas empresas durante un año escolar. Se dirige especialmente a los alumnos de las últimas etapas de la educación secundaria.

### 3. Premiar las iniciativas empresariales de los jóvenes.

Son relativamente frecuentes los premios otorgados a los empeños empresariales de los más jóvenes, medida con la que se desea animar a la participación en el desarrollo de iniciativas e ideas empresariales, contribuyendo así a crear una cultura más emprendedora.

### 4. Otras iniciativas de fomento y divulgación de la noción de empresa.

En Bélgica, que es un país especialmente activo en el fomento del espíritu de empresa desde edades tempranas, se desarrolla desde hace cuatro años la iniciativa DREAM (Démarré la Recherche d'une Entreprise a ta Mesure), impulsada por organismos públicos y privados para impulsar el espíritu de empresa (véase 3.4). También en Bélgica, cabe destacar la iniciativa “Avenir Création”, organizada por la Unión de Pequeñas Empresas y el Instituto de Formación Continua para PYMEs. La iniciativa ofrece sesiones informativas en las escuelas con la idea de sensibilizar a los estudiantes al autoempleo, informarles sobre la creación de empresas y promover contactos entre los jóvenes (de educación secundaria o superior) y los emprendedores participantes en las sesiones.

Si bien las acciones de fomento de la cultura emprendedora están muy dirigidas a los jóvenes, también se actúa para **mejorar la sensibilidad ante el mundo empresarial de la población en general, y estimular la actividad empresarial**. A estos objetivos contribuyen los premios concedidos a las empresas dinámicas e innovadoras, entre los que cabe mencionar los Premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial, en España, o los premios “Talentis et Hermes” en Bélgica. En este último país, existen iniciativas dirigidas específicamente a mejorar la sensibilidad del público en general ante el mundo de los negocios. Así, el programa de televisión “**Objetivo PYME**” destaca los aspectos positivos del espíritu de empresa para la economía de Walonia, y ofrece información sobre las ayudas disponibles y las estructuras de apoyo a la empresa de la región. En esta línea se encuentra también el programa televisivo titulado “**Se ha fabricado cerca de Usted**”. Por último, en Bélgica existen desde 1994 **días de puertas abiertas en las empresas** (un fin de semana), durante los cuales la población tiene la oportunidad de visitar y descubrir el funcionamiento de las empresas (más de 1,3 millones de personas visitaron unas 450 empresas en 2001).

En conclusión, se aprecia que en el conjunto de los países de la Unión Europea se presta notable atención a la creación de un clima social favorable a la actividad emprendedora, sobre todo a través de acciones educativas implementadas desde etapas tempranas. Los países que destacan especialmente por la magnitud y amplitud de acciones desarrolladas son Austria, Dinamarca y, sobre todo, Bélgica. Este último país, a través de sesiones informativas en las escuelas, visitas a empresas y programas de creación de empresas de jóvenes, se está fomentando la cultura e inclinación a emprender entre los más jóvenes. Además, se actúa sobre la población en general, tratando de concienciar, con programas televisivos o la introducción de días de puertas abiertas de

las empresas, sobre los beneficios sociales de la actividad emprendedora. En los restantes países de la Unión Europea, los esfuerzos para promover un clima favorable a la empresa son sensiblemente más modestos.

### 3.3.8. Conclusiones

La revisión de las actuaciones de apoyo a la creación y consolidación de empresas en los países de la UE pone de manifiesto que **una parte sustancial de estas actuaciones no ha sido diseñada para incidir de forma exclusiva o directa sobre el colectivo de empresas nacientes y en proceso consolidación**, sino para incidir en las PYMEs en general.

Dentro del grupo de actuaciones que afectan indirectamente a las perspectivas de creación de empresas y su consolidación (porque favorecen la actividad de las pequeñas empresas en general), se encuentran:

- ◆ Los procesos de simplificación administrativa (excluyendo los dirigidos a simplificar la creación de empresas).
- ◆ La evaluación de la regulación de las PYMEs.
- ◆ La mejora de la fiscalidad de la pequeña empresa.
- ◆ Los programas de formación de trabajadores en coherencia con las necesidades de las PYMEs.
- ◆ Los programas de mejora del acceso a la financiación, cuyos destinatarios son las PYMEs de cualquier edad.
- ◆ Algunas medidas de fomento de la capacidad tecnológica y de innovación, como las de mejora de la información sobre el impacto y carácter estratégico de las innovaciones y las destinadas a facilitar el acceso de las empresas al conocimiento científico.

Estas actuaciones se complementan con **otras medidas que afectan directamente a la creación y consolidación de empresas** (porque han sido concebidas con esta finalidad o bien afectan de forma significativa a los determinantes de la creación y consolidación empresarial), a saber,

- ◆ Las medidas destinadas a facilitar el proceso de creación de empresas (como el sistema de Ventanilla Única Empresarial).
- ◆ Los programas de financiación de empresas jóvenes (como las empresas de innovación de Dinamarca, las “Bourses de préactivité” en Bélgica o los fondos de capital riesgo especializados en fases de semilla y arranque).
- ◆ La creación de infraestructuras de apoyo a empresas innovadoras y jóvenes (en los Parques Científicos y Tecnológicos y en los Viveros de empresas).
- ◆ El establecimiento de regímenes fiscales preferenciales para las empresas jóvenes (como sucede en Austria a través de la Ley para la Asistencia a la Creación de Empresas).

Por otra parte, **las medidas de fomento de la cultura emprendedora son susceptibles de afectar de forma significativa al ritmo de creación de empresas y a las perspectivas de consolidación, especialmente a largo plazo.** En este sentido, cabe considerar que estas medidas constituyen un apoyo específico y directo a la creación y consolidación de empresas a largo plazo. E incluso algunas de estas actuaciones, como los programas de formación para la creación de empresas, tienen un impacto a corto y medio plazo sobre las perspectivas de creación y consolidación de empresas.

En suma, **la política de apoyo a la creación y consolidación en los países de la Unión Europea se basa, en gran medida, en actuaciones que no se dirigen en exclusiva a las empresas en proceso de creación y consolidación, sino al colectivo de PYMEs de cualquier edad.** Pero no cabe duda de que, por ejemplo, una fiscalidad más favorable a la PYME y una mayor formación de los trabajadores resultarán beneficiosas para las nuevas empresas. Las principales medidas especialmente concebidas para actuar sobre las empresas nacientes y en proceso de consolidación son las destinadas a crear infraestructuras de apoyo a las empresas innovadoras jóvenes, facilitar la creación de empresas y favorecer la financiación de empresas jóvenes. Por otra parte, las medidas de fomento de la cultura emprendedora tienen un elevado impacto a largo plazo sobre la creación y consolidación de empresas. Dentro de éstas, la formación para la creación de empresas, tiene un impacto notable, a corto y medio plazo.

### 3.4. Análisis detallado de programas de apoyo

Este último apartado se centra en algunas de las iniciativas de apoyo a la creación y consolidación de la PYME mencionadas en el apartado anterior. El objetivo es describir con mayor detalle cómo se desarrollan algunos de los programas más novedosos o relevantes para el apoyo a las empresas jóvenes. Este análisis no incluye las actuaciones implementadas en España, que se encuentran recogidas en la siguiente sección.

#### 3.4.1. Simplificación administrativa y evaluación de la regulación

En el ámbito de la evaluación de la regulación, merece especial mención la iniciativa de **Dinamarca, país que ha adoptado una estrategia extensiva para garantizar la calidad de la legislación que afecta al mundo empresarial.** Los objetivos de esta estrategia son:

- Mejorar la calidad del proceso de generación de la regulación.
- Investigar formas alternativas de regulación y aumentar su uso.
- Mejorar el análisis del impacto de la regulación sobre los negocios.
- Reducir las cargas administrativas impuestas por la regulación gubernamental.

Las herramientas utilizadas para lograr estos objetivos son las siguientes:

1. **“Checklists”**. En 1998 se introdujo una lista para la mejora de la regulación, basada en las recomendaciones de la OCDE (1995). Uno de los elementos de la nueva lista es el requerimiento de que los ministerios consideren las alternativas en la regulación. Otros aspectos que deben ser considerados antes de adoptar nuevas regulaciones son: la especificación del problema político que se regula, la discusión de instrumentos alternativo de política y un análisis del impacto de la regulación más comprehensivo.
2. **“Account of burdens”**. Es una nueva metodología lanzada por el Ministerio de Economía y Asuntos Empresariales en 2000 para valorar las cargas que impone la regulación sobre las empresas. **Se basa en la recopilación anual de información sobre las cargas administrativas de las empresas a través de encuestas a una muestra de, aproximadamente, 1.000 empresas**. El método permite valorar las cargas administrativas totales que soportan las empresas, pero también ofrece información clave para adoptar iniciativas que permitan su reducción porque, por ejemplo, muestra cuáles son los factores que determinan el nivel de las cargas administrativas (como el tamaño de la empresa, la línea de negocio, el uso de tecnologías de la información y comunicación).
3. **“Test Panels”**. Comenzaron como proyecto piloto en 1996 y se consolidaron de forma permanente un año más tarde. Consisten en tres paneles, cada uno con 500 empresas, que participan de forma voluntaria y gratuita evaluando las consecuencias de nuevas reglamentaciones<sup>26</sup>. Cualquier ministerio puede solicitar el empleo de los Test Panels para evaluar el impacto de la regulación. Para ello, el ministerio competente se dirige a la Unidad Especial de Regulación<sup>27</sup>, y se prepara un resumen de la nueva regulación y un cuestionario que las empresas del Panel deben cumplimentar en un plazo de 10-14 días. La Unidad Especial de Regulación recibe el cuestionario, introduce las respuestas en una base de datos y explota la información estadísticamente. Finalmente, se realiza un informe de evaluación que se remite al ministerio competente.
4. **“Model businesses”**. Es un método empleado para estimar la carga administrativa total de la empresa media, y su evolución en el tiempo. Se basa en la obtención de información directamente de las empresas y en la estimación, a partir de tal información, del coste total soportado por la industria para satisfacer los requerimientos de la regulación.

<sup>26</sup> *Los paneles son representativos de las industrias (teniendo en cuenta el número de empleados y forma jurídica de las empresas).*

<sup>27</sup> *El Ministerio de Economía y Asuntos Empresariales de Dinamarca ha establecido una unidad especial de regulación con el objetivo de desarrollar nuevos métodos y herramientas para la evaluación de las consecuencias de nuevas legislaciones y regulaciones sobre las empresas. Con ello se desea reforzar las competencias y conocimientos, y ofrecer información sobre las formas alternativas de regulación.*

También se debe mencionar el caso de **Suecia, donde la evaluación de la regulación se estructura en torno a la llamada “Unidad SimpLex”**, que opera bajo la responsabilidad del Ministerio de Industria, Empleo y Comunicaciones, y es apoyada por las secretarías de estado de otros ministerios. La Unidad SimpLex realiza las siguientes funciones:

1. Da apoyo técnico para la realización de análisis del impacto de la regulación sobre las empresas.
2. Realiza un seguimiento de las decisiones del Gobierno, destinado a garantizar que éstas son efectivas.
3. Es un punto de encuentro que permite a empresarios poner de manifiesto sus opiniones sobre la regulación.
4. Recopila estadísticas sobre todas las regulaciones nuevas y modificadas (por ejemplo, la medida en que las propuestas tienen implicaciones sobre las empresas pequeñas, en cuántos casos se realizan análisis del impacto de la regulación, qué medidas se han tomado como resultado de tales análisis, etc.).

### 3.4.2. Facilitar la creación de empresas

Dentro de los instrumentos concebidos para facilitar el proceso de creación de empresas, merecen especial mención los servicios de información y asesoramiento que se ofrecen en Austria a las nuevas empresas a través de la **página web de las Cámaras de Comercio ([www.gruenderservice.net](http://www.gruenderservice.net))**. Dicha página canaliza información sobre procedimientos administrativos y otros aspectos legales relacionados con la creación de empresas. Sin embargo, este tipo de información se ofrece frecuentemente en páginas web similares de otros países europeos. Más novedosas resultan las herramientas de asesoramiento que se ponen a disposición, de forma gratuita, de los futuros emprendedores, a saber, el Test-Emprendedor y el conjunto de servicios incluidos en Cash-Net.

El **Test-Emprendedor** ofrece a los futuros emprendedores información sobre su potencial empresarial. El punto de partida es la información recogida mediante sesenta cuestiones que debe responder el usuario. Estas cuestiones incluyen los datos básicos (sexo, edad, nivel de formación, localización geográfica), las características del negocio que se planea, las estrategias que se emplearían a medio y largo plazo, los rasgos del entorno familiar y personal del emprendedor potencial, sus actitudes ante la empresa y el riesgo. Esta información, procesada, permite llegar a un diagnóstico o valoración del potencial emprendedor de un individuo dado.



### 3.4.3. Fiscalidad de la empresa

En el terreno de la fiscalidad de la empresa joven, las actuaciones de los países de la Unión Europea son escasas, aunque llama la atención la aprobación, en Austria, de **la Ley de Asistencia a la Creación de Empresas (NEUFÖG)**, adoptada en el marco de la reforma fiscal del año 2000. Para beneficiarse de la citada Ley, se han de cumplir los siguientes requisitos:

- ❖ La fecha de inauguración del negocio debe encontrarse entre el mes de mayo de 1999 y enero de 2003 (la Ley tiene carácter retroactivo).
- ❖ Con el nuevo negocio se crea una estructura industrial previamente inexistente.
- ❖ Las personas que gestionan el negocio no han estado activas, durante los 15 años anteriores, en posiciones de gestión comparables.

La Ley de Asistencia a la Creación de Empresas (NEUFÖG) prevé que, los sujetos pasivos que cumplan los requisitos establecidos no deberán satisfacer los siguientes impuestos, tasas y contribuciones:

1. Tasas cargadas por los documentos que se exigen para crear una empresa, por ejemplo, las relacionadas con:
  - Solicitudes de licencias y concesiones comerciales.
  - Registro de una licencia comercial.
  - Reconocimiento y aprobación de un Director General.
  - Permisos de la planta industrial.
  - Certificados de penales solicitados como consecuencia de la apertura de una empresa.
2. Impuestos sobre la adquisición de propiedades inmobiliarias, en el caso de que tales propiedades se encuentren directamente afectadas a la puesta en marcha de la nueva empresa.
3. Gastos satisfechos por el registro de la empresa en el Registro Mercantil.
4. Gastos satisfechos en el Registro de la Propiedad por la adquisición de propiedades inmobiliarias, en el caso de que se encuentren directamente afectadas a la puesta en marcha de la nueva empresa.
5. Contribuciones sociales. Durante los 12 primeros meses de actividad, las empresas quedan exentas del pago de diversas contribuciones, como la contribución para la promoción de la vivienda y las contribuciones para el seguro obligatorio de accidentes.

Resta señalar que la Ley se aplica, aunque con ciertas restricciones, con carácter retroactivo. Las tasas, impuestos, gastos de registro y contribuciones mencionados son reembolsados a las empresas beneficiarias a instancia de las mismas.

En Grecia, la fiscalidad de la pequeña y mediana empresa se encuentra inmersa en un proceso de reforma, aún no culminado, dirigido a modernizar y simplificar el sistema fiscal y reducir el coste de funcionamiento de las empresas. En este marco de reforma, se han adoptado medidas específicamente destinadas a las empresas jóvenes, en particular:

- Durante los tres primeros años de actividad de las empresas, pueden evitar el pago de amortizaciones de sus activos fijos, o bien establecer un coeficiente del 50% (Ley 2556/1997).
- En un intento de apoyar a las empresas jóvenes, se ha reducido el impuesto sobre las ganancias de capital desde el 20% hasta el 10% en la transferencia de empresas al cónyuge o los hijos a causa de la jubilación del propietario (ley 2753/1999).

Otras medidas adoptadas en Grecia, susceptibles de beneficiar a las empresas jóvenes, se enumeran a continuación:

- Se ha reducido de forma significativa la presión fiscal sobre las pequeñas y medianas empresas (Ley 2753/1999). Entre otros aspectos, cabe destacar la expansión de las exenciones fiscales, por el aumento de categorías de gasto que adquieren carácter deducible a efectos fiscales (por ejemplo, los salarios).
- Se establece una rebaja fiscal, con un límite de 74 euros, en caso de cumplimentar y enviar los formularios fiscales electrónicamente (Ley 2892/2001).

#### 3.4.4. Impulsar las habilidades

Por lo que se refiere a la formación, especialmente de la formación permanente, conviene referirse a las actividades realizadas en Reino Unido mediante la agencia Ufi Ltd (**University for Industry Ltd**), que tiene carácter independiente, si bien el principal accionista es el gobierno. El objetivo de Ufi es fomentar la demanda de educación permanente, ayudar a los adultos a mejorar su empleabilidad mediante la adquisición de nuevas habilidades y conocimientos, así como ayudar a los negocios a alcanzar posiciones más competitivas. Ufi trata de adaptarse a las características y exigencias que en la actualidad tienen empleados y empleadores, y se busca una máxima flexibilidad mediante el uso de las nuevas tecnologías de comunicación para impartir la formación.

**Ufi ha creado, en el año 2000, una red de servicios de formación e información, llamada “learndirect” (<http://www.learndirect.co.uk>)**, que es la herramienta básica para ofrecer formación. En 2002, se habían implantado en Inglaterra, Gales y Norte de Irlanda un total de 1.855 centros de e-formación “learndirect”. La mayoría de estos centros de e-formación son gestionados por organizaciones locales y nacionales conocidas como centros Ufi (Ufi hubs), que en conjunto constituyen la red Ufi y desarrolla sus servicios. En la actualidad, hay unos 600 centros Ufi, que suelen ser empresas, organizaciones empresariales, universidades, centros de formación privados o autoridades locales.

En cuanto a la oferta de formación, en 2002 había unos 814 cursos “learndirect” (TIC, aspectos básicos de la lectura, escritura, comercio y distribución, servicios medioambientales, componentes de la automoción y otros). Más del 75% de los cursos se ofrecen on-line, a través de la página web propia, para lo cual ha sido necesario desarrollar



material de aprendizaje que permita a las personas y las empresas aprender mediante el material facilitado on-line. Puesto que una de las prioridades de Ufl es atender las necesidades de formación específica de las pequeñas y medianas empresas, **300 de los cursos disponibles han sido preparados teniendo en cuenta las características y necesidades de las pequeñas y medianas empresas.**

## ILUSTRACIÓN.2 APRENDIZAJE ON-LINE A TRAVÉS DE “LEARNDIRECT”



Resta mencionar que “learndirect” también ofrece información para guiar la elección de formación de los individuos. Cuenta con una línea telefónica que ayuda al usuario potencial a decidir qué, dónde y cómo realizar actividades de formación. Para ello, se emplea una base de datos con, aproximadamente, un millón de cursos de formación de centros de todo el país (no sólo los centros Ufl). También se ofrece información (interactiva y multimedia) on-line, en la página [www.learndirect.co.uk](http://www.learndirect.co.uk).

### 3.4.5. Financiación de las empresas

La financiación de las empresas y, en particular, de las empresas innovadoras, ha recibido un empuje especial en Dinamarca, mediante diversas actividades llevadas a cabo por el Fondo para el Crecimiento Danés (VeekstFonden), **entidad financiera de carácter público que contribuye a la promoción de las empresas danesas.** De forma genérica, el FCD (Fondo para el Crecimiento Danés) tiene la misión de reforzar el desarrollo y renovación de la economía danesa, facilitando la financiación de proyectos con

buenas perspectivas de empresas pequeñas y medianas. Puesto que el FCD se ha marcado el objetivo de crear condiciones más favorables para la innovación, **los proyectos considerados son normalmente aquellos que se rechazan en el mercado (esto es, se especializan en la financiación de proyectos que encuentran grandes dificultades para obtener financiación privada).**

El principal instrumento utilizado por el FCD para lograr sus objetivos es el fomento del capital riesgo, habiéndose establecido la meta de situar el mercado de capital riesgo danés en las primeras posiciones de Europa, para lo cual **se apoya de forma creciente las inversiones en las etapas iniciales de las empresas (semilla y arranque).** Adicionalmente, el FCD administra un fondo destinado a prestar garantías a las empresas para facilitar la obtención de créditos privados.

Por lo que se refiere al impulso del capital riesgo, el FCD ofrece financiación de forma directa a empresas, actuando como fondo de capital riesgo, pero también es un **“fondo de fondos”**, tomando participaciones en numerosos fondos de capital riesgo y fomentando el nacimiento de nuevos fondos. En 1998, tras constatarse un apoyo insuficiente para el desarrollo adecuado del capital riesgo, **se decidió que el FCD participaría en la creación de dos nuevos fondos, aportado una parte significativa del capital, que se especializarían en la concesión de financiación a empresas de alto riesgo en etapas semilla y arranque.** Fruto de estas inquietudes sería el nacimiento de dos nuevos fondos especializados: *“Dansk Innovationsinvestering P/S”* e *“InnoFond”*.

*“Dansk Innovationsinvestering P/S”* se fundó en verano de 2000, por el FCD y *“A/S Dansk Erhvervsinvestering”* (con aportación del capital 50% cada uno), actuando *“Dansk Complementar”* como socio general. El fondo se estableció con el objetivo invertir en empresas pequeñas, jóvenes e innovadoras, sobre todo en los sectores de sanidad y biotecnología. Los siguientes principios guían su política de inversiones:

- ❖ Son inversores en empresas pequeñas, jóvenes e innovadoras sin un socio mayoritario.
- ❖ Aportan a las empresas en las que invierten conocimientos técnicos y comerciales.
- ❖ Facilitan el contacto con otros inversores y fuentes de financiación, en función de las necesidades de cada empresa.
- ❖ Tratan de impulsar un desarrollo de las empresas en las que invierten que sería muy poco probable sin su participación.

A su vez, *“InnoFond”* (con un capital de 300 millones DKK aportados por FCD y NOVI A/S) se estableció con la finalidad de invertir en empresas nuevas e innovadoras. Se encuentra especializado en la inversión semilla de empresas tecnológicas posicionadas en mercados emergentes. Las inversiones se realizan habitualmente en etapas iniciales de las empresas, donde los inversores de capital riesgo tradicionales son reacios a participar. El objetivo del fondo consiste en respaldar (financiera y operacionalmente) el desarrollo de las empresas, hasta que se llega a un punto en que la empresa resulta atractiva para el mercado convencional de capital riesgo.

### 3.4.6. Fomento de la innovación

En el terreno del fomento de la innovación, las actuaciones de los países de la Unión Europea son prolijas. No obstante, ciertas actuaciones merecen una especial mención, a saber, el apoyo informativo a las empresas (Bélgica), el apoyo para el acceso al conocimiento científico (Alemania) y el apoyo para la comercialización (Finlandia).

Con respecto al apoyo informativo a las empresas, **llama la atención el empleo generalizado de subvenciones en Bélgica para ayudar a las empresas y sectores a obtener información de alto nivel sobre el impacto de la innovación.** En efecto, en los últimos años se han concedido subvenciones para realizar los siguientes tipos de estudios:

- ❖ **Estudio de viabilidad para el soporte técnico** (*Étude de faisabilité au titre de support technique*). Las empresas realizan estudios de viabilidad de nuevos productos, procesos o servicios con el apoyo de un organismo externo que efectúa estudios de medidas, test y analiza las posibilidades de patentar las innovaciones. Este trabajo tiene carácter exploratorio, permitiendo verificar hipótesis y calibrando posibilidades de desarrollo.
- ❖ **Estudio técnico-económico** (*Étude técnico-économique*). Se valora el potencial de demanda, el nivel de competencia, los segmentos de mercado accesibles, las regulaciones vigentes en los mercados objetivo, se evalúa la relación coste-precio necesaria para garantizar la competitividad, las posibilidades de patentar, las necesidades de inversión y los socios potenciales. En suma, es un estudio dirigido a informar a la empresa sobre las posibilidades de éxito de un nuevo producto, proceso o servicio.
- ❖ **Estudio sectorial** (*Étude sectorielle*). Empresas o grupos de empresas pueden solicitar subvenciones para realizar este tipo de estudio, que tiene como objetivo generar información sobre la situación general de un sector y situar la posición tecnológica de las empresas respecto a la media del sector. También informa sobre las perspectivas de desarrollo del sector, facilitando la toma de decisiones sobre el desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos.
- ❖ **Estudio de viabilidad de software innovador** (*Étude de faisabilité de logiciel innovant*). Son estudios específicos de prospección de la viabilidad de software de carácter innovador.

Dentro de las actuaciones dirigidas a facilitar **el acceso de las pequeñas empresas al conocimiento científico, destacan los programas del Ministerio de Economía y Tecnología de Alemania, como el denominado PRO INNO.** A través de este programa, se da respaldo financiero a la investigación y desarrollo de proyectos, con el objetivo final de ayudar a las pequeñas y medianas empresas a responder a las exigencias y oportunidades derivadas de la globalización y otros cambios estructurales. El programa aspira a mejorar las condiciones de uso de nuevos desarrollos tecnológicos y, por tanto, a ayudar a las empresas a reforzar su capacidad innovadora y su competitividad. La idea en la que se basa el programa es que mediante actividades de I+D o gracias a la cooperación tecnológica, las empresas pueden generar innovaciones que abran nuevas oportunidades en sus mercados domésticos e internacionales.

Con el programa PRO INNO, **se da respaldo a proyectos de I+D y a la transferencia temporal de personal**. Los proyectos apoyados son aquellos que llevan aparejado un riesgo técnico significativo en el desarrollo de productos, servicios o procesos claramente diferentes de los existentes en la empresa y que tienen buenas perspectivas de mejorar la competitividad y nivel de innovación de la empresa a largo plazo. Además, se establece como requisito de elegibilidad que el proyecto:

- ❖ suponga un avance claro en la actuación tecnológica de la empresa (por ejemplo, porque sea la primera vez que se realiza I+D, o porque se desarrolle una nueva área tecnológica, etc.), o bien, que
- ❖ suponga un avance claro en la cooperación tecnológica de la empresa (por ejemplo, porque sea el primer acuerdo de cooperación tecnológica, o se coopere con un nuevo socio, o en un área tecnológica nueva, etc.).

**El programa también respalda el intercambio de personal entre empresas o entre empresas y centros de investigación** que tenga lugar en el marco de proyectos de investigación y desarrollo, con el objetivo de entrar en un área tecnológica nueva o adquirir competencias.

**Las empresas elegibles son aquellas con menos de 250 empleados** y una facturación anual inferior a 80 millones de marcos. Anualmente, han recibido ayuda unas 1.200 empresas. Las principales beneficiarias del programa son empresas pequeñas, con menos de 10 trabajadores, de orientación tecnológica. Un 39% de las empresas cubiertas por el programa tiene menos de 10 trabajadores, y un 80% tiene menos de 50 trabajadores.

Por último, **las acciones a favor de la comercialización tienen un referente en el programa TULI de Finlandia**, coordinado por Tekes, la Agencia Nacional para la Tecnología que financia proyectos de I+D de empresas y universidades, con fondos procedentes del Ministerio de Comercio e Industria. El proyecto se puso en marcha en 1993 y ha sido evaluado y rediseñado en 1996 y 2001. El objetivo del programa es **asegurar que los resultados potenciales de la investigación sean explotados comercialmente**. Se implementa mediante una serie de proyectos regionales que llevan a cabo empresas locales para la transferencia de tecnologías, habitualmente ubicados en el marco de un Parque Científico y Tecnológico.

Un proyecto TULI (generalmente hay de 5 a 10 proyectos operativos) se desarrolla en dos etapas:

- ❖ En la primera etapa, **se buscan y evalúan ideas empresariales** de carácter tecnológico en el entorno tecnológico local.
- ❖ En la segunda etapa **se impulsa la comercialización de las ideas que presenten mejores perspectivas de viabilidad**. Para ello, se suele contratar a un consultor externo que realiza un estudio de mercado preliminar o diseña un plan de negocio. La idea se comercializa mediante una empresa existente (se crea una nueva área tecnológica) o mediante la constitución de una nueva empresa.

### 3.4.7. Impulsar una cultura emprendedora

Las actuaciones dirigidas para impulsar la cultura emprendedora en los países de la Unión Europea son, como se ha visto anteriormente, numerosas y abarcan variados ámbitos. Dentro de estas actuaciones, se profundizará en las dos siguientes: el fomento de la educación en el espíritu de empresa en Dinamarca y las iniciativas dirigidas a impulsar las experiencias empresariales de los jóvenes en países como Bélgica, entre las que cabe mencionar la iniciativa DREAM.

**A su vez, DREAM es un proyecto ciudadano que tiene como objetivo estimular la iniciativa y el espíritu de empresa de los jóvenes para prepararlos a ejercer una profesión en el futuro.** Los socios activos que financian la iniciativa son la Región de Walonia, la Comisión comunitaria francesa de la Región de Bruselas, La Libre Belgique, Carrefour, Creyf's Interim, D'leteren, Tractebel, la Fondation Chimay Watoise y FUN Radio.

A fin de llevar a cabo los objetivos del proyecto, se emplean diversos medios para poner en contacto a los jóvenes con el mundo de la empresa, incitarles a pensar de forma proactiva y familiarizarles con la idea del autoempleo. Un instrumento clave es la página web de DREAM ([www.dream-it.be](http://www.dream-it.be)), en la que:

- ❖ Se proponen acciones que pongan en contacto a los jóvenes con el mundo profesional y empresarial. Por ejemplo, cómo preparar un CV y cómo lograr trabajos de estudiantes. También se incluye información básica sobre la creación de empresas y la capacidad de los jóvenes para ser emprendedores (Test pour se situer: “**Suis-je un créateur d'entreprise en puissance?**”).
- ❖ Se invita a los jóvenes visitantes a conocer historias de personas que han **hecho realidad sus sueños de crear empresas**, se les insta a reflexionar sobre tales historias y a descubrir cuáles son sus aspiraciones profesionales.
- ❖ Juegos: **simulaciones virtuales de creación de empresas** (se encuentra en construcción). Los jóvenes que se inscriban (en equipos de tres miembros) tomarán cada dos días, durante los dos meses de duración del juego, decisiones sobre la gestión de la empresa. A final de los dos meses, la empresa ganadora será la que tenga un mayor beneficio acumulado.

### ILUSTRACIÓN.3 DREAM ON-LINE



Otro elemento importante del proyecto es la visita de jóvenes estudiantes y sus profesores a empresas. Los profesionales y empresarios reciben a los jóvenes para contar sus trayectorias, objetivos, experiencias, éxitos y fracasos. Estos encuentros se desarrollan por todo el país en una fecha precisa, el Día Dream (20 de marzo en 2003).

Con respecto al fomento de la educación en el espíritu empresarial en Dinamarca, el Ministerio de Educación puso en marcha, en 1996, un **Plan de acción para promover las actitudes empresariales de los jóvenes**. El objetivo es aumentar la motivación de los jóvenes a crear sus propios negocios, generando una actitud favorable hacia el autoempleo. Para llevar a la práctica este objetivo, el plan de acción, con un presupuesto cercano a los 2,8 millones de euros, ha fijado unas 200 iniciativas, que de forma mayoritaria aspiran a mejorar los métodos de enseñanza y la cualificación del profesorado en materia empresarial. Así, algunas de las actividades realizadas en el contexto del plan de acción incluyen:

- Se han elaborado y distribuido materiales de formación en 2000 escuelas primarias, 130 centros de formación profesional y en 240 escuelas de educación secundaria.
- 23.000 alumnos de 13 y 14 años han recibido material de formación especial.
- 65.000 alumnos de 14 y 15 años han recibido material de formación especial.



- 24.000 profesores de niños de 13 y 14 años han recibido material pedagógico específico.
- Organización de conferencias y cursos de formación para profesores, donde han participado más de 5.000 profesores.
- 25.000 alumnos han visitado un stand sobre espíritu de empresa.
- Organización de competiciones y premios a alumnos sobre cuestiones y proyectos empresariales.



**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

**4. La política  
de apoyo  
a la Empresa  
en España**

## La Política de apoyo a la Empresa en España

Esta sección aborda análisis de la política de empresa de España con mayor incidencia sobre la creación y consolidación empresarial. El objetivo es, por una parte, situar la política española en el contexto de la política desarrollada por los países de la Unión Europea, identificando ámbitos y medidas que parecen poco desarrollados respecto a nuestros socios comunitarios. Por otra parte, se desea profundizar en la valoración de la política de apoyo a la creación de empresas y su consolidación, la suficiencia de las actuaciones y la idoneidad de sus líneas de actuación.

Para cumplir los objetivos establecidos, el análisis de la política de apoyo se efectúa desde una doble óptica. En primer lugar, se realiza un estudio “positivo” que tiene como finalidad señalar **las actuaciones en las que actualmente se materializa el apoyo a la creación y consolidación de empresas en nuestro país**. Tal estudio no tiene ánimos de exhaustividad y, de hecho se limita a dar una visión panorámica de la política desarrollada principalmente desde la Administración Central del Estado. Como sabemos, las Comunidades Autónomas han adquirido un papel descollante en ciertos ámbitos de la política de empresa desde finales de los años ochenta, cuando empiezan a desarrollar una importante labor en materia de política industrial y de empresa, que se consolida de forma notable en los años noventa<sup>28</sup>. Sin embargo, a efectos del presente estudio, más que realizar una base de datos de programas y medidas de apoyo, resulta interesante identificar los principales campos de actuación, que en buena medida son comunes a escala nacional y regional.

En segundo lugar, **se contrastan y valoran las líneas de la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas** identificadas previamente. Para ello, se señalarán las líneas de actuación que, en comparación con los países de la Unión Europea, están poco desarrolladas en España. Además, se recoge la opinión del panel de expertos entrevistado para la realización de este estudio sobre la situación actual de la política de apoyo y las líneas de actuación que requieren atención especial.

<sup>28</sup> La política de empresa a escala regional se ejecuta, mayoritariamente, desde las respectivas Consejerías de Industria y Economía, buena parte de las cuales 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 industrial regional en España.

Debe subrayarse que en España, como en los países de la Unión Europea, la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas no existe como tal, encontrándose integrada en la política de empresa, de carácter más general. Por lo tanto, el análisis de la política de apoyo que se realiza a continuación se basa en la identificación y valoración de las **actuaciones de la política de empresa que inciden, directa e indirectamente, sobre las empresas nacientes y en proceso de consolidación.**

El resto de la sección consta de tres apartados. En el apartado 4.1. se muestran las principales actuaciones, especialmente de la Administración Central, de apoyo (directo e indirecto) a la creación y consolidación empresarial. La comparación de la política española con la del conjunto de países de la UE se realiza en 4.2. Por último, en el apartado 4.3 se entra en la valoración del panel de expertos.

## 4.1. Desarrollos recientes de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial

En este apartado se ofrece una visión panorámica de los desarrollos recientes de la política de apoyo a creación y consolidación de empresas en España. Como se ha subrayado anteriormente, este empeño no tiene ánimos de exhaustividad, no se trata de cubrir el amplio espectro de medidas adoptadas a nivel del Estado, Comunidades Autónomas y de la Administración Local, ni de realizar un directorio del conjunto de programas e iniciativas de apoyo existentes.

A efectos del análisis, lo que interesa es **poner de manifiesto la orientación preferente de la política de apoyo en España.** Para ello, tal y como se hizo en la sección 3.3. para el conjunto de los países de la Unión Europea, nos limitaremos a señalar las actuaciones clave, especialmente de la Administración Central, en los siguientes ámbitos: Simplificación administrativa y evaluación de la regulación, Facilitar la creación de empresas, Fiscalidad de la empresa, Impulsar las habilidades, Financiación de las empresas, Innovación y capacidad tecnológica e Impulso de una cultura emprendedora.

### 4.1.1. Simplificación administrativa y evaluación regulatoria

Las actuales medidas del Gobierno español para reducir y eliminar las trabas administrativas se recogen en diversos planes y acciones de las Administraciones Públicas como, el Plan de Agilización y Simplificación Normativa para la Competitividad de la PYME, que fue aprobado en julio de 1999, tendente a simplificar la actividad empresarial especialmente en la fase de la creación de la empresa. Su objetivo es mitigar y, en lo posible, eliminar, los obstáculos, entendidos en la doble vertiente de plazo y coste, que dificultan o impiden el desarrollo fluido de la actividad emprendedora.

Por lo que se refiere a la evaluación de la regulación, del impacto de las normativas nuevas sobre la PYME, en España, las consideraciones de coste-eficacia y coste-beneficio deben tenerse presentes en el proceso normativo, si bien no existen metodologías estandarizadas para realizar tales valoraciones en el caso de las nuevas regulaciones.

Tampoco se realizan de forma sistemática evaluaciones del impacto y coste de la regulación existente sobre la PYME.

#### 4.1.2. Facilitar la creación de empresas

Para crear un marco administrativo más favorable a la creación de empresas, se han introducido dos importantes novedades en los últimos años: la implantación del sistema de Ventanilla Única Empresarial y el proyecto Nueva Empresa.

La **Ventanilla Única Empresarial** (VUE) forma parte del Plan de Simplificación. Se configuran como un conjunto de centros, conectados telemáticamente con la Administración Central, Autonómica y Local, desde los que se prestan servicios de información, asesoramiento y se realizan los 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.

La atención en las VUE se traduce en los siguientes servicios: 1) Información. Se atienden las peticiones de información básica sobre la creación de empresas del emprendedor solicitante. 2) Asesoramiento. Se informa al emprendedor, en función de las características del proyecto, sobre las posibles formas jurídicas, fuentes de financiación privada y sobre subvenciones y ayudas públicas. 3) Tramitación. Se coordina la ejecución de los trámites para la creación de la empresa, en estrecha coordinación con la Administración Tributaria, la Seguridad Social, la Administración Regional y Local.

A mediados de 2003 están abiertas al público 26 ventanillas Únicas Empresariales, en Palma de Mallorca, Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas de Gran Canaria, Segovia, Navarra, Zamora, Valladolid, Oviedo, Madrid, Getafe, Burgos, Zamora, Toledo, Sevilla, Valencia, Ávila, Zaragoza, Cartagena, Salamanca, Ciudad Real, Albacete, Miranda de Ebro, Cuenca, León, Santander y Guadalajara. En consecuencia, son doce las Comunidades Autónomas que cuentan con este servicio (Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla-León, Castilla la Mancha, Comunidad Valenciana, Madrid, Murcia y Navarra). En la actualidad, está prevista la apertura de nuevas oficinas en Andalucía, Aragón, Cataluña, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Extremadura y Valencia. Y se prevé una expansión geográfica de la VUE. La VUE ha sido complementada con la creación de un mapa en Internet con todos los trámites para la creación de empresas (Ventanilla Única Empresarial virtual [www.vue.es](http://www.vue.es)).

Por lo que se refiere al **proyecto Nueva Empresa**, lanzado por el Ministerio de Economía, en colaboración con los ministerios de Justicia, Hacienda, Trabajo y Seguridad Social y Administraciones Públicas, el objetivo es potenciar y estimular la creación de empresas, especialmente las de menor dimensión, a través de las siguientes medidas:

- ❖ Crear las bases para que las empresas puedan ponerse en marcha de forma más rápida y con un menor coste.
- ❖ Mejorar la legislación y reglamentación sobre creación de empresas.
- ❖ Agilizar la relación entre la Administración y las empresas.

La iniciativa se sustenta sobre cuatro pilares fundamentales: el Estatuto de Nueva Empresa, el Plan de Contabilidad Simplificada, el Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE) y el Documento Electrónico Único. **El Estatuto de Nueva Empresa** es la norma jurídica fundamental que dota de contenido jurídico al proyecto, al permitir la constitución de este tipo de sociedades de forma sencilla y rápida. En dicho Estatuto, la Nueva empresa se configura como una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada, con la finalidad de proporcionar a las empresas más pequeñas un marco jurídico más sencillo y adaptado a sus necesidades. También prevé un nuevo procedimiento para la constitución de las sociedades, basado en las tecnologías de la información y comunicación. Con ello, se reducen los plazos necesarios para constituir la sociedad de forma espectacular, desde los 30-60 días actuales a, aproximadamente, 48 horas.

El Estatuto se completa con el **Plan de Contabilidad Simplificada**, que aspira a facilitar el cumplimiento de las obligaciones contables. El modelo está basado en la llevanza del Libro Diario, favoreciendo la composición inmediata de las partidas. También se caracteriza porque permite formalizar las obligaciones contables utilizando un único registro.

El proyecto Nueva Empresa pretende dar servicios de información y asesoramiento, para lo que se constituye el **Centro de Información y Red de Creación de Empresas** (CIRCE). Se configura como una red de Centros de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT) en los que se asesora y presta servicio a los emprendedores (de forma presencial y telemática), tanto para la gestación y puesta en marcha de las iniciativas empresariales, como durante los primeros años críticos de la empresa. Este sistema integra a las Ventanillas Únicas Empresariales, que tendrán la consideración de PAIT.

Un último pilar del proyecto es el **Documento Único Electrónico** (DUE), concebido para agrupar todas las informaciones necesarias para la realización telemática de los trámites administrativos de constitución de las empresas que se acojan al nuevo régimen jurídico. Las principales novedades de este documento son la reducción en el número de formularios a cumplimentar, la reducción del número de visitas a efectuar por el empresario y la naturaleza electrónica-telemática del instrumento.

El 3 de junio de 2003 entró en vigor la Ley 7/2003, de 1 de abril, de la sociedad limitada Nueva Empresa por la que se modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada, y constituye una pieza clave para la culminación del proyecto Nueva Empresa. Las novedades que incorpora esta ley son, de forma sintética, las siguientes:

- La creación de la sociedad limitada Nueva Empresa y sus especialidades fiscales.
- La modificación del régimen jurídico de la sociedad limitada.
- La modificación del Código Civil.

Este texto legal deberá ser completado con el desarrollo de los restantes pilares del proyecto (Plan de Contabilidad Simplificada, la red CIRCE y el Documento Único Electrónico) a fin de hacer plenamente operativo el proyecto Nueva Empresa.

### 4.1.3. Fiscalidad de la empresa

En los últimos años se ha implementado una serie de reformas en el régimen fiscal que en conjunto tienden a crear un marco fiscal más adecuado a las características de las pequeñas y medianas empresas<sup>29</sup>.

En el ámbito del **IRPF**, la reforma fiscal de 1998 redujo la carga fiscal de las PYME e introdujo una nueva modalidad para la estimación del rendimiento de actividades empresariales y profesionales (con cifra de negocios por debajo de 600.000 euros), la Estimación Directa Simplificada, en sustitución a la anterior Estimación Objetiva por Coeficientes. Este sistema simplifica el cálculo del rendimiento y, además, permite deducir todos los gastos necesarios para el desarrollo de las actividades. A su vez, **la reforma parcial del IRPF de diciembre de 2002**, en vigor desde enero de 2003, autoriza al empresario o profesional en estimación directa a deducir del rendimiento de su actividad las primas de seguro de enfermedades satisfechas para la cobertura propia, de su cónyuge e hijos menores de 25 años. Además, se incrementa del 30% al 40% el porcentaje de reducción de las rentas empresariales con período de generación superior a dos años u obtenidas en períodos notoriamente irregulares en el tiempo.

También se han operado reducciones en el **impuesto sobre sociedades**, estableciéndose en 1996 un tipo del 30% para las sociedades con facturación inferior a 1,5 millones de euros (Ley 13/1996 de 30 de diciembre). Posteriormente, la Ley 6/2000 de medidas fiscales urgentes de estímulo al ahorro familiar y a la pequeña y mediana empresa establece las siguientes previsiones:

- ❖ Se amplía de 1,5 a 3 millones de euros la cifra de negocios de las empresas que se beneficiarán, en el Impuesto de Sociedades, del régimen de empresas de reducida dimensión.
- ❖ Para favorecer la renovación de equipos, se prevé la amortización acelerada de los bienes del inmovilizado.
- ❖ A fin de favorecer el acceso a Internet y facilitar la formación del personal en nuevas tecnologías, se incorporan deducciones por adquisición de nuevas tecnologías de la información y comunicación y por gastos de formación.
- ❖ Deducción por inversiones para la implantación de empresas en el extranjero.

A partir de 2002, la reducción del tipo de gravamen del Impuesto sobre Sociedades al 30% (para los primeros 90.151,82 euros de beneficio) se extiende a las empresas con un volumen de negocio inferior a 5 millones de euros. Además, desde enero de 2002 se reduce la fiscalidad de las plusvalías reinvertidas del 30% al 13% para los primeros 90.151,82 euros, mediante una deducción del 17% en la cuota íntegra del Impuesto sobre Sociedades en el momento en que se produzca la reinversión.

Por otra parte, con el nuevo sistema para el régimen simplificado del **Impuesto sobre el Valor Añadido**, se puede deducir el IVA soportado por las adquisiciones de bienes

<sup>29</sup> La OCDE (2000) señala que en los últimos años se ha producido una mejora de la fiscalidad de las PYMES en España, especialmente por los incentivos a la inversión y creación de empleo, la simplificación y coordinación de los sistemas fiscales, la reducción del impuesto sobre sociedades en las pequeñas empresas, la posibilidad de transferir las empresas familiares con un coste fiscal prácticamente nulo y la promoción de la innovación y la internacionalización.

de inversión y bienes y servicios corrientes necesarios para el desarrollo de la actividad. De esta forma, la cuantía del IVA a ingresar se determina por la diferencia entre el IVA devengado y el IVA soportado por la adquisición de bienes y servicios. Otra novedad es la reducción de la base imponible del IVA por operaciones incobrables (Ley 66/1997 de 30 de diciembre). La base imponible podrá reducirse cuando los créditos correspondientes a las cuotas repercutidas por operaciones gravadas sean parcial o totalmente incobrables.

Para facilitar la supervivencia de la empresa familiar, se han ampliado los criterios de aplicación de la exención del impuesto sobre el Patrimonio de los activos empresariales y participaciones empresariales. Además, se facilitan las transmisiones inter vivos y mortis causa de las empresas familiares, con una bonificación del 95% del impuesto sobre sucesiones y donaciones.

En 2003 se han producido importantes novedades en el ámbito de la fiscalidad de la pequeña y mediana empresa y de la empresa joven. Por una parte, entra en vigor la Ley 51/2002, de 27 de diciembre, de reforma de las Haciendas Locales. La Ley establece, entre otras medidas, la **desaparición del Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)** para todas las personas físicas y para las personas jurídicas con facturación anual inferior a un millón de euros. De esta medida se benefician 2,12 millones de PYME y autónomos, que se ahorrarán una media de 400 euros anuales.

Por otra parte, la Ley 7/2003, pieza clave del proyecto **Nueva Empresa**, contiene ciertas medidas fiscales para facilitar el desarrollo de estas empresas en sus primeros años de actividad. A saber,

- ❖ Se prevé el aplazamiento sin aportación de garantías de la deuda tributaria correspondiente al importe del impuesto satisfecho por Transmisiones Patrimoniales Onerosas, en la modalidad de Operaciones Societarias, durante el plazo de un año desde su constitución.
- ❖ Se prevé el aplazamiento sin aportación de garantías de la deuda tributaria correspondiente al importe del impuesto sobre Sociedades de los dos primeros periodos impositivos.
- ❖ Se prevé el aplazamiento sin aportación de garantías de la deuda tributaria correspondiente a las cantidades derivadas de retenciones o ingresos a cuenta del IRPF que se devenguen en el primer año desde su constitución.

Finalmente, se debe hacer mención al **Real Decreto Ley 2/2003**, que introduce nuevas medidas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas y mejora la protección de la Seguridad Social de los trabajadores por cuenta propia o autónomos. Respecto al apoyo a la PYME, cabe destacar la ampliación de la cifra de negocios de las empresas que se beneficiarán, en el Impuesto de Sociedades, del régimen de empresas de reducida dimensión a 6 millones de euros y la creación de una cuenta ahorro empresa. Esta última, similar a la cuenta ahorro vivienda, establece una devolución en el IRPF del 15% por un importe máximo de 9.015,18 euros anuales en un plazo máximo de vigencia de cuatro años. Los fondos de esta cuenta deberán destinarse a la constitución de una empresa, con una duración mínima de dos años y, al menos, un local y un empleado como sociedad limitada Nueva Empresa.

En relación con los trabajadores autónomos, se trata de mejorar la protección social y fomentar su actividad, a través de medidas como:

1. Minoración temporal (a opción del interesado) en la cotización para quienes se incorporan por vez primera al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, en el caso de menores de treinta años de edad y de mujeres mayores de cuarenta y cinco.
2. La exoneración de cuotas para trabajadores mayores de sesenta y cinco años, que continúen en el ejercicio de su actividad, incluidos en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, se hace extensiva a los trabajadores por cuenta propia incluidos en los Regímenes Especiales Agrario y de los Trabajadores del Mar.
2. Se amplían los efectos económicos del subsidio por incapacidad temporal para la totalidad de los trabajadores por cuenta propia o autónomos, dando cobertura al período comprendido entre el cuarto y el decimoquinto día a partir de la baja, estableciendo las correspondientes cotizaciones adicionales. En el caso de contingencias profesionales, la prestación nacerá a partir del día siguiente al de la baja.

#### 4.1.4. Impulsar las habilidades

Las acciones de formación se centran en la formación de ocupados, la formación específica para puestos de trabajo y la formación en nuevas tecnologías. Por otra parte, cabe destacar la formación específica para la creación y consolidación de empresas que, en coherencia con el análisis precedente, figuran en el apartado 4.1.7 (Impulsar una cultura emprendedora).

En lo referente a la **formación de ocupados**, en los últimos años se ha configurado un sistema de formación bipartito y tripartito en su formulación y ejecución. El 19 de enero de 2001 se firmó el III Acuerdo Nacional de Formación Continua y el III Acuerdo Tripartito de Formación Continua. Siguiendo lo que ha sido una práctica de concertación social bastante habitual en España, el primero de ellos es un acuerdo bipartito celebrado por las principales centrales sindicales y empresariales y el segundo es un acuerdo tripartito en el que, además de aquéllas, aparece también la Administración. Mediante el Acuerdo Tripartito de Formación Continua, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales financia las acciones de formación de los ocupados siguiendo las siguientes líneas de actuación: 1) Se abren las ayudas a todas las empresas y trabajadores por cuenta propia y ajena; 2) Mayor agilidad y transparencia en la concesión de las ayudas; 3) Especialización de la formación, adaptándola a las necesidades de las empresas; 4) Especial consideración de trabajadores no cualificados, mayores de 45 años y mujeres, y de la formación en nuevas tecnologías; 5) Se prevén acciones prospectivas para detectar déficit de competencias.

Por otra parte, destaca la iniciativa de las Cámaras de Comercio, que han creado, en colaboración con el Instituto Nacional de Empleo, **el Servicio de Integración Activa en la PYME (SIAP)** cuyo objetivo es la formación específica para puestos de trabajo concretos. Con una metodología novedosa en el campo de la formación, trata de detectar los puestos de trabajo demandados antes de que el sector se colapse por falta de mano de obra, forma a los profesionales necesarios a la medida de las empresas y permite planificar las necesidades provincialmente.

El tejido económico español ha registrado en los últimos años cambios sustanciales. El incremento progresivo del sector servicios, el impulso arrollador de las nuevas tecnologías, junto con el fenómeno de la mundialización económica, demanda nuevas estrategias frente al desempleo, desde una perspectiva cada vez más europea y pegada a la empresa, especialmente a la Pyme.

Se plantea por tanto la necesidad de un nuevo marco para la formación ocupacional que tenga en cuenta, por un lado, los requerimientos de las Pymes y, por otro, que eleve sustancialmente los niveles de inserción laboral.

El Plan integral de formación/empleo “Servicio de Integración Activa en la Pyme (SIAP)” constituye una propuesta innovadora en el campo de la formación ocupacional que se apoya en el encuentro de dos líneas de actuación:

1. Proceso de mejora de valor para la Pyme, al permitir la incorporación de personal que cuenta con la capacidad técnica, las habilidades y las actitudes ajustadas a la demanda real actual de las empresas.
2. La configuración de un cambio individual de empleabilidad que se apoya en una metodología de proceso (es decir, atendiendo a las circunstancias individuales que cada demandante de empleo precisa para mejorar sus posibilidades de inserción laboral).

Al actuar en ambas líneas, la metodología del Plan garantiza un nexo de unión efectivo entre los requerimientos de los desempleados y los de las empresas.

Para conseguir este objetivo, el programa sigue las siguientes fases:

1. Campaña de **sensibilización** entre empresas y recogida de **información** a través de la identificación de las necesidades de 1200 empresas por medio de una encuesta corta elaborada a tal efecto sobre “Perfiles de necesidades ocupacionales”.
2. Diseño de un **plan formativo** multisegmento en función de la demanda declarada por las empresas. El plan formativo comprende tres áreas:
  - Área de desarrollo personal (30 horas)
  - Formación transversal (60 horas)
  - Formación técnica (120 horas)
3. Realización de **formación tutorizada** a medida. La esencia del SIAP reside en que la formación ocupacional es un camino individual guiado que debe incluir tanto el proceso formativo como la práctica ocupacional, atendiendo a las necesidades reales de la empresa y de la persona.
4. Desarrollo de **prácticas formativas** en empresas con buenas perspectivas de contratación. Para el SIAP las prácticas establecen el vínculo necesario potenciador de la inserción en el mundo laboral, (entre 300 y 350 horas).
5. **Inserción laboral** de al menos un tercio de los participantes.

En el ámbito específico de la **formación en nuevas tecnologías de la información**, se han adoptado en los últimos años diversas medidas, como las que se integran en el Plan de Acción INFO XXI o en el Plan de Consolidación y Competitividad de la PYME, que se verán más adelante. Además, con el objetivo específico de dar formación a emprendedores para facilitar la creación y consolidación de empresas basadas en nuevas tecnologías o usuarias de las mismas, el Ministerio de Ciencia y Tecnología lanzó en 2001 el Programa CRECE.

#### 4.1.5. Financiación de las empresas

Los instrumentos empleados para facilitar la financiación de la PYME incluyen los préstamos participativos, las líneas de financiación del Instituto de Crédito Oficial (ICO), el Sistema de Garantías Recíprocas y el capital riesgo.

**Los préstamos participativos** han sido desarrollados desde 1997 por la Empresa Nacional de Innovación (ENISA), que es una entidad colaboradora de la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa en la búsqueda y utilización de nuevos instrumentos financieros para las PYMES. Las características de los préstamos participativos son las siguientes: 1) El tipo de interés es variable, y se determina según la evolución de la actividad de la empresa prestataria; 2) En orden a la prelación de créditos, los préstamos participativos se sitúan después de los acreedores comunes; 3) Se consideran patrimonio contable a efectos de reducción de capital y liquidación de sociedades; 4) Los intereses pagados son deducibles del Impuesto de Sociedades. A ello hay que añadir que los préstamos concedidos por ENISA tienen vencimiento a largo plazo (5 a 10 años), un período de carencia largo (de 3 a 8 años) y no se exigen garantías.

El préstamo participativo es una figura intermedia entre el préstamo tradicional y el capital riesgo. Respecto al primero, se diferencia porque respeta más los ciclos de las empresas, acomodando el pago a los resultados, así como por su carácter subordinado y por la no exigencia de garantías (salvo la solvencia del proyecto empresarial y el equipo gestor). Frente al capital riesgo, el préstamo participativo facilita los procesos de desinversión y de valoración de las participaciones, evita tensiones por la entrada de terceros en la empresa y permite la deducción del Impuesto de Sociedades de los gastos financieros (a diferencia del tratamiento fiscal si fueran dividendos).

La Ley 6/2000 de medidas fiscales urgentes de estímulo al ahorro familiar y a la PYME ha introducido una línea de **préstamos participativos para PYMEs de base tecnológica**. Esto es, los beneficiarios son empresas que desarrollen proyectos para conseguir nuevos productos, procesos o servicios, o mejoras significativas de los ya existentes.

En cuanto a las **líneas de financiación de la PYME lanzadas por el ICO**, cabe destacar las siguientes:

1. La línea ICO-PYME, que facilita la financiación en condiciones preferentes, para el desarrollo de proyectos de inversión de las pequeñas y medianas empresas en España. Los préstamos se conceden a través de bancos y cajas de ahorro, y son beneficiarios potenciales las personas físicas o jurídicas que cumplan el requisito de ser PYME y destinen los recursos a financiar inversiones en inmovilizado fijo o inma-

terial. La línea ICO-PYME 2002 puso a disposición de las PYME 2.700 millones de euros, de los cuales 2.300 millones proceden de fondos del ICO y 400 millones de la titulización de activos.

2. Línea para la innovación tecnológica. Es una línea de Financiación para Proyectos de Innovación y Desarrollo Tecnológico en colaboración con el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI). Los beneficiarios son sociedades mercantiles (sin limitación de PYME) que realicen inversiones destinadas a la mejora y modernización del componente tecnológico de la empresa, previamente evaluadas y aprobadas por el CDTI.
3. Línea para la internacionalización de la empresa española. Esta línea de créditos facilita financiación a las empresas españolas en condiciones preferentes para el desarrollo de proyectos de inversión en el exterior. Los beneficiarios son empresas de hasta 500 empleados y las operaciones financiables son proyectos de inversión sujetos a ciertos requisitos.
4. Programa de Microcréditos. Se trata de un instrumento financiero dirigido a facilitar la creación y la expansión de microempresas, facilitando acceso a la financiación de personas físicas o actividades económicas que encuentren dificultades de acceso a los canales habituales de financiación. Se establecen como preferentes para obtener la financiación los mayores de 45 años, hogares monoparentales, inmigrantes, mujeres, discapacitados y parados de larga duración.

**Otros instrumentos clave para facilitar la financiación de la PYME son el Sistema de Garantías Recíprocas y el capital riesgo.**

En cuanto al **Sistema de Garantías Recíprocas (SGR)**, constituye un elemento central de las políticas desarrolladas por las distintas Administraciones Públicas en apoyo a la creación y consolidación de la PYME. **Las Administraciones Públicas han apoyado la expansión de la actividad de las SGR, actuando como socios protectores de las mismas.** Las Comunidades Autónomas son el socio protector y promotor fundamental, aportando, en 2001, el 25% del capital de forma directa. Si a esta aportación se suma la del Estado y las Administraciones locales, se alcanza una participación del Sector Público en el capital social de las SGR igual al 29%<sup>30</sup>. Las funciones de protectorado de las Comunidades Autónomas (y del Sector Público en general) son complementadas por las de una serie de entidades privadas, entre las que destacan las Cajas de Ahorro, con una participación en el capital social del 8,7% en 2001 (Tabla 5).

<sup>30</sup> *La pérdida de peso del Sector Público y, en general, de los socios promotores en el capital social, en beneficio de los socios partícipes, es un reflejo del proceso de consolidación y expansión de las SGR.*

TABLA.5

<b>ESTRUCTURA DEL CAPITAL DE LAS SGR (% CAPITAL DESEMBOLSADO)</b>				
	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
<b>Socios protectores</b>	<b>48,6</b>	<b>47,9</b>	<b>47,2</b>	<b>44,5</b>
Sector Público	33,5	31	30,3	28,7
C.C.AA.	29,6	27,4	27	25,3
Estado	0,1	0,1	0,1	0,1
Administraciones Locales	3,8	3,5	3,2	3,3
Entidades Privadas	15,1	16,9	16,7	16
Entidades Financieras	11,2	12,7	12,4	11,8
Cajas de ahorro	8,8	10	9,4	8,7
Asociación empresas, otros	3,9	4,2	4,3	4,2
<b>Socios partícipes</b>	<b>51,4</b>	<b>52,1</b>	<b>52,8</b>	<b>55,5</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Banco de España (2002).

Por otra parte, el Estado refuerza el sistema de garantías recíprocas a través de la **Compañía Española de Refianzamiento (CERSA)**, que es una sociedad con mayoría de capital público, adscrita a la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Su actividad se basa en el refianzamiento o cobertura parcial del riesgo asumido por las Sociedades de Garantía Recíproca con las pequeñas y medianas empresas que precisan de garantías adicionales para resolver su problemática financiera, con prioridad a la financiación de inversiones y proyectos innovadores, así como las microempresas y las de nueva o reciente creación.

Hasta 1999, la cobertura de los contratos de refianzamiento de CERSA era de un 50%. A partir de 2000, se ha ampliado la cobertura de provisiones y fallidos gracias a la colaboración del Fondo Europeo de Inversiones, el Ministerio de Ciencia y Tecnología (operaciones de inversión en innovación), el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través del FROM (Fondos de Regulación y Ordenación del Mar) y la Dirección General de Política de la PYME.

Por lo que se refiere al **capital riesgo**, la actuación pública marcó el inicio de la actividad de capital riesgo en España, en los años setenta y parte de los ochenta, como se ha mencionado anteriormente. Con posterioridad, en 1987-1991, se produjo un cambio de protagonismo del sector público al sector privado en esta actividad financiera. Al término de esta etapa, se constata una mayor importancia de las sociedades gestoras de fondos respecto al sector público. Esta situación, común a la de otros países de nuestro entorno, se mantiene en nuestros días. En efecto, los aportantes de los capitales totales gestionados por los operadores de capital riesgo en España son fundamentalmente, privados. Destacan, en primer lugar, los inversores extranjeros, con una participación del 45,9% del total de capitales a finales de 2001. Le siguen en importancia las instituciones financieras nacionales (20,9%). La participación del Sector Público es del 7,4%<sup>31</sup>.

<sup>31</sup> Martí Pellón (2002).

Entre las iniciativas recientes para el fomento del capital riesgo por parte del sector público, sobresalen tanto las actuaciones de las Comunidades Autónomas como las del Estado. A nivel regional, se impulsa esta actividad financiera mediante la creación de nuevas entidades, como es el caso de las sociedades Capital Riesgo Madrid (creada en 1997 por la Comunidad de Madrid) o el fondo de capital riesgo Andalucía 21 (constituido en 1998 a iniciativa del Instituto de Fomento Andaluz). Por otra parte, el Ministerio de Ciencia y Tecnología ha lanzado una **línea de apoyo a la capitalización de empresas de base tecnológica**, basada en la concesión de préstamos en condiciones preferenciales a las entidades de capital riesgo para que éstas, a su vez, inviertan en empresas tecnológicas que inicien su actividad o tengan menos de dos años de funcionamiento<sup>32</sup>.

#### 4.1.6. Fomento de la innovación y la capacidad tecnológica de las empresas

Existe un conjunto amplio de programas de fomento de la innovación y la capacidad tecnológica de las PYMES. A algunos de los instrumentos existentes ya nos hemos referido anteriormente, como es el caso de los préstamos participativos de ENISA y la línea ICO-CDTI para apoyar la financiación de la innovación tecnológica. Otros programas e instrumentos relevantes incluyen el PROFIT, las iniciativas para el acceso de las empresas a la sociedad de la información, los préstamos del CDTI, el Plan de Consolidación y Competitividad de las PYME (Plan PYME) y el fomento de los Parques Tecnológicos y Científicos.

**El Programa de Fomento de la Investigación Técnica 2000-2003 (PROFIT)**, integrado en el Plan Nacional de I+D+i, es el principal instrumento para la gestión de las políticas de investigación y desarrollo tecnológico que el Ministerio de Ciencia y Tecnología tiene atribuidas. El PROFIT se fundamenta en un nuevo modelo de proceso de innovación, que se debe entender hoy en día como interactivo, sistémico e internacional, en el que hay que tener en cuenta los múltiples agentes que intervienen (empresas, proveedores, clientes, centro tecnológicos) y las diferentes funciones (I+D, calidad, ingeniería, marketing, producción, distribución). El Sistema Nacional de Innovación es el destinatario de las estrategias de la nueva política, orientada principalmente a reducir los fallos sistémicos que impiden la innovación, a fortalecer las redes de agentes de la innovación, a fin de promover la generación y difusión de conocimientos, su absorción por las empresas, el fortalecimiento de sectores y mercados de alto crecimiento y el desarrollo de empresas de base tecnológica.

Por su parte, las **iniciativas para fomentar el acceso de las empresas a la sociedad de la información incluyen:**

1. INFO XXI (2001-2003) es una iniciativa del Gobierno para el desarrollo de la sociedad de la información. Pretende fomentar la generación y desarrollo de las tecnologías de la sociedad de la información, estimular la adopción y uso más generalizado de estas tecnologías en las empresas (especialmente en las PYME) e impulsar la adopción de las nuevas tecnologías en la Administración. Las medidas específicamente dirigidas

<sup>32</sup> La creación de la línea de apoyo se contempla en la Ley 6/2000, de 13 de diciembre, por la que se aprueban medidas fiscales urgentes de estímulo al ahorro familiar y a la pequeña y mediana empresa. La regulación y régimen de funcionamiento se regula mediante el Real Decreto 601/2002, de 28 de junio.

a las PYME son: impulsar un marco normativo que garantice la seguridad en el uso del Internet y el comercio electrónico, fomentar el comercio electrónico y el uso de nuevas tecnologías, difundir nuevas tecnologías de la información y formar a usuarios y profesionales en el uso de las mismas.

2. Programa Arte PYME. Programa del Ministerio de Ciencia y Tecnología, cofinanciado con fondos FEDER, que tiene como objetivo promover el uso de las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías y el desarrollo del comercio electrónico en las PYME, especialmente en las situadas en regiones objetivo 1.
3. Iniciativa PISTA, dirigida a los sectores de mayor importancia económica y con estructuras empresariales más pequeñas, se pretende fomentar el uso del teletrabajo y el comercio electrónico a partir del desarrollo de aplicaciones de interés común identificadas por los Grupos de Usuarios formados por agentes representativos de cada sector.

Por otra parte, el **Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI)** financia la realización de proyectos empresariales de investigación y desarrollo tecnológico que pueden implicar la creación o mejora de un producto o de un proceso productivo, o la incorporación y adaptación de tecnologías emergentes en la empresa. La financiación ofrecida consiste en créditos sin interés, a largo plazo, sin exigir garantías reales y que cubren hasta el 60% del presupuesto total del proyecto inversor.

**A través del CDTI, el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MCYT) ha lanzado la iniciativa NEOTEC**, destinada a facilitar la creación de empresas tecnológicas y apoyarlas en sus primeras fases de desarrollo. NEOTEC tiene el objetivo de fomentar la generación de proyectos empresariales tecnológicos y apoyar su transformación en empresas profesionales, viables y con perspectivas de crecimiento. El CDTI se encarga de la gestión de los proyectos NEOTEC, donde las empresas solicitantes son siempre de reciente creación y/o cuentan con equipos emprendedores pluridisciplinares. Por lo que se refiere a las tecnologías elegibles, todas las que tengan carácter innovador pueden ser propuestas.

En cuanto al **Plan de Consolidación y Competitividad de las PYME (Plan PYME) 2000-2006**, puesto en marcha por la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, prevé la concesión de ayudas a organismos (públicos, semipúblicos o privados) sin ánimo de lucro que presten servicios de apoyo empresarial a las PYME, a fin de acercar la sociedad de la información a los mismos. Igualmente se contemplan ayudas para impulsar la plena integración de la PYME en la sociedad de la información y la innovación en técnicas empresariales (diseño, redes interempresariales de cooperación, sistemas de calidad e innovación de procesos).

Para terminar, conviene referirse a las iniciativas de **fomento de las estructuras de apoyo a las empresas innovadoras, como son los Parques Científicos y Tecnológicos**. El Ministerio de Ciencia y Tecnología y la Asociación Española de Parques Tecnológicos (APTE) firmaron en septiembre de 2001 un Acuerdo Marco de Colaboración, por el que ambas partes se comprometían a apoyar las acciones de interés mutuo, que faciliten las políticas del MCYT y las actividades de la APTE. En el marco de este acuerdo, el MCYT ha suscrito, en octubre de 2002, un Convenio de



Colaboración con el Instituto de Crédito Oficial (ICO) por el que el MCYT subvencionará parcialmente el tipo de interés de los préstamos que el ICO conceda a las entidades promotoras de parques científicos y tecnológicos pertenecientes a la APTE o a las empresas instaladas o que proyecten su instalación en dichos parques.

#### 4.1.7. Impulsar una cultura emprendedora

**Dentro del sistema educativo, se promueve la cultura emprendedora**, mediante la introducción de la idea de empresa y de emprendimiento en el Área Tecnológica de la Educación Secundaria y en el contexto de las materias tecnológicas del Bachillerato. Además, dentro de los ciclos de Formación Profesional Específica existen módulos profesionales de Formación y orientación laboral, Relaciones con el entorno de trabajo y la Administración y Gestión y Comercialización de una pequeña empresa. Actualmente se están tomando medidas para incrementar el número de estudiantes de las materias anteriores y para promover la formación empresarial de profesores y formadores. Cabe hacer especial mención del Módulo Profesional de “Formación en Centros de Trabajo”, que completa la formación adquirida en centros educativos con la adquirida mediante la experiencia obtenida a través de períodos de prácticas en empresas.

**Para fomentar la inclinación y capacidad emprendedora de los jóvenes universitarios**, la Fundación Universidad Empresa ha puesto en marcha las becas LIDER y las becas CITIUS, que incluyen la realización de prácticas en empresas como parte del proceso de formación.

En el ámbito de la **formación y asesoramiento para la creación de empresas**, cabe destacar la actuación de la Fundación INCYDE (Instituto Cameral de Creación y Desarrollo de la Empresa), nacida a iniciativa de las Cámaras de Comercio para fomentar la vocación empresarial. INCYDE ha desarrollado una metodología propia, en función del tipo de proyectos desarrollados (Emprendedores y creación de empresas, Apoyo a empresas para universitarios, Apoyo a mujeres empresarias, etc.). Resultan claves las funciones de asesoramiento de consultores, una vez materializados los proyectos en empresas, que continúan con su labor de asesoría durante dos años con el fin de favorecer la consolidación.

Por último, existen actuaciones dirigidas a **premiar los esfuerzos empresariales**, como los Premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial, que se conceden desde 1993, y son convocados en la actualidad por el Ministerio de Economía y el Ministerio de Ciencia y Tecnología. Su finalidad es reconocer el mérito y avalar el prestigio de las empresas españolas que han realizado un esfuerzo importante para mejorar su competitividad y animar a otras empresas a seguir trabajando en el camino de la excelencia empresarial. Las categorías son la Calidad Industrial, el Diseño, la Innovación Tecnológica, las Energías Renovables y la Eficiencia Energética, la Internacionalización, la Empresa Turística, la Sociedad de la Información y a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Gestión de la Marca Renombrada.

#### 4.1.8. Conclusiones

Tal como se ha mencionado en varias ocasiones, la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas comprende dos tipos de medidas: las que afectan directamente a la creación y consolidación de empresas (porque han sido concebidas con esta finalidad o bien afectan de forma significativa a los determinantes de la creación y consolidación empresarial), por una parte, y las actuaciones que afectan indirectamente a las perspectivas de creación de empresas y su consolidación (porque favorecen la actividad de las pequeñas empresas en general).

Dentro de las dificultades que en ocasiones entraña la distinción entre ambos tipos de medidas, podemos señalar que, **en España, las actuaciones que afectan de forma indirecta a la creación y consolidación de empresas incluyen:**

- ❖ Simplificación administrativa (Plan de Agilización y Simplificación Normativa de la PYME).
- ❖ Establecimiento de un régimen fiscal más favorable a la PYME en general.
- ❖ Formación de ocupados, formación para puestos de trabajo específicos y formación en nuevas tecnologías.
- ❖ Financiación empresarial (préstamos participativos, la mayoría de las líneas de ICO, SGR y fondos de capital riesgo).
- ❖ Innovación (PROFIT, INFO XXI, Arte PYME, iniciativa PISTA, préstamos CDTI, Plan PYME).

**A su vez, las principales actuaciones que afectan directamente a la creación y consolidación de empresas incluyen:**

- ❖ Facilitar la creación de empresas (VUE, proyecto Nueva Empresa).
- ❖ Eliminación del IAE<sup>33</sup> para personas físicas y jurídicas con facturación anual inferior a 1 millón de euros.
- ❖ Ventajas fiscales a favor de empresas jóvenes (Nueva Empresa).
- ❖ Financiación de empresas jóvenes (microcréditos del ICO, refianzamiento de CERSA a favor de microempresas y de empresas nueva o reciente creación, línea de apoyo a la capitalización de empresas de base tecnológica –que inicien su actividad o tengan menos de dos años de funcionamiento– del MCYT).
- ❖ Fomento de la innovación de empresas jóvenes (iniciativa NEOTEC, fomento de los Parques Científicos y Tecnológicos).
- ❖ Formación y asesoramiento para la creación y consolidación de empresas (Fundación INCYDE).
- ❖ Otras medidas de fomento de la cultura emprendedora (introducción de la idea de empresa en la formación secundaria, becas LIDER y CITIUS, Premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial).

<sup>33</sup> La suspensión del IAE afecta a un colectivo de empresas muy numeroso, sin embargo, de acuerdo con el panel de expertos entrevistado a finales de 2002, beneficia de forma muy particular a las empresas nacientes y jóvenes. Por esta razón se ha incluido la reforma del IAE en este grupo de medidas.

## 4.2. La política de apoyo española en el contexto de la Unión Europea

El análisis de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial de España en el contexto de la desarrollada por el conjunto de los países de la Unión Europea apunta a que **en España, como sucede en los países de la UE, hay una cierta escasez de medidas diseñadas específicamente para impulsar la creación y consolidación de empresas**. Una buena parte de las actuaciones a favor de la creación y consolidación de empresas tiene carácter general, es decir, se han diseñado para apoyar al conjunto de las pequeñas empresas (de cualquier edad).

Respecto a las líneas de actuación y los instrumentos empleados para apoyar la creación y consolidación de empresas, el análisis comparado sugiere que **ciertas líneas de actuación y ciertos instrumentos se encuentran algo menos desarrollados en España que en los países de la Unión Europea**. Esto se aprecia sobre todo en los siguientes ámbitos de la política de apoyo: Impulso de una cultura emprendedora, Fomento de la innovación y la capacidad tecnológica y Evaluación de la regulación.

En cuanto al **impulso a la cultura emprendedora**, el análisis precedente (3.3.7) ha puesto de manifiesto que es un área especialmente activa en la política de empresa de los países de la Unión Europea. La comparación con las actuaciones que llevan los países más avanzados en este ámbito, sugiere que en España todavía existe un amplio margen para impulsar la cultura emprendedora. A fin de profundizar en esta cuestión, conviene centrarse en algunas de las medidas más utilizadas para educar en el espíritu empresarial y fomentar un clima social que reconozca la labor del emprendedor:

- a) **Introducir la noción de empresa y economía desde la escuela primaria.** España ha avanzado en esta línea, con la introducción de la idea de empresa y emprendimiento en ciertas áreas de la Educación Secundaria y Formación Profesional. No obstante, los avances han sido más decisivos en países como Dinamarca (Plan de acción para promover las actitudes empresariales de los jóvenes) y Holanda (Comisión consultiva sobre espíritu de empresa y educación), que están realizando un esfuerzo para identificar e implementar en las escuelas proyectos de fomento de habilidades empresariales, elaborar y distribuir material para la formación y, lo que no es menos importante, formar a los formadores.
- b) **Fomentar el contacto con la empresa y las experiencias empresariales desde una edad temprana.** En claro contraste con la situación española, los programas de creación de empresas de escolares y la toma de contacto desde las escuelas con la realidad empresarial están muy extendidos en países como Alemania, Austria y, muy especialmente, Bélgica. Las iniciativas realizadas en estos países incluyen:
  - *Programas para la creación de empresas (temporales) en la escuela secundaria*, como el proyecto JUNIOR (Alemania), el proyecto JUNIOR-Alumnos crean empresas (Austria) y la iniciativa “Jóvenes empresas” (Bélgica).
  - *La iniciativa DREAM*, en Bélgica, para promover la inclinación empresarial de los jóvenes.

- *Sesiones informativas en las escuelas*, en Bélgica, para sensibilizar a los estudiantes al mundo empresarial.
- c) **Aumentar la oferta de formación superior pública para la creación de empresas.** En España, la oferta de formación en la Universidad pública para la creación y gestión de pequeñas empresas es muy limitada<sup>34</sup>. Por el contrario, algunos países de la Unión Europea han aumentado el número de departamentos y escuelas especializados, así como los departamentos no especializados (de tipo técnico) donde se imparte esta formación. Algunas iniciativas relevantes incluyen:
- Aumento del número de departamentos universitarios sobre creación de empresas de 9 a 42 entre 1999 y 2001 en Alemania.
  - Creación del Instituto para la Creación y Desarrollo Empresarial en la Universidad de Linz (Austria).
  - Creación de la Escuela Internacional de Emprendedores, por la Cámara de Comercio de Bélgica y la Universidad de Lieja, especializada en la preparación de hijos de emprendedores para facilitar la transmisión de negocios familiares.
  - Introducción de formación sistemática sobre la empresa y su gestión en los 14 Institutos de Tecnología de Irlanda.
- d) **Sensibilizar a la población en general.** En España, existen numerosas iniciativas, desde organismos públicos, Cámaras de Comercio y otras organizaciones, para premiar los esfuerzos de los empresarios, concediendo distinciones y premios, lo que a su vez debe coadyuvar a crear un clima social de reconocimiento al emprendedor. En algunos países de la Unión, especialmente en Bélgica, se otorga una gran relevancia a esta línea y, además de conceder premios a empresarios, se trata de mejorar la sensibilidad social ante la actividad emprendedora mediante:
- Programas regulares de TV, que informan sobre los aspectos positivos del espíritu de empresa para la economía local y sobre las estructuras locales de apoyo al emprendedor.
  - Organización de días de puertas abiertas a las empresas, durante los cuales la población tiene la oportunidad de visitar y descubrir el funcionamiento de las empresas.

Por lo que se refiere al **fomento de la innovación y la capacidad tecnológica de las empresas**, no cabe duda de que en España esta política ha adquirido importancia creciente en los últimos años. Ello lo ilustra, a nivel institucional, la reciente constitución del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Sin embargo, la revisión de la política española de innovación dirigida a la PYME en el contexto de la política de los países de la UE apunta a que **ciertas actuaciones están siendo relativamente menos aprovechadas en España**. En particular:

<sup>34</sup> *La formación para la creación de empresas en España se canaliza mayoritariamente a través de escuelas de negocios privadas, como la Fundación San Telmo (programa CREARA), ESÁDE, IESE, Instituto de empresa y EOI.*

- ❖ *Concienciación de las pequeñas empresas sobre el carácter crítico de la innovación.* Algunas iniciativas relevantes de los Estados Miembros de la UE incluyen las siguientes:
  - El *Innovation Survey*, en Austria, elabora y difunde información a medida de las necesidades de las PYMEs sobre aspectos clave de la innovación.
  - Programa IT.SME, en Suecia, muestra a las empresas pequeñas los beneficios y posibilidades de uso de TIC.
  - Programa FORESIGHT (Reino Unido). Se ha desarrollado una herramienta de formación que se emplea para animar a la pequeña empresa a adoptar visiones estratégicas que anticipen los cambios del entorno, incluidos los tecnológicos.
- ❖ *Comercialización de los resultados de la investigación.* Se han creado estructuras para buscar ideas empresariales innovadoras, evaluar su potencial comercial y apoyar el lanzamiento de las nuevas empresas. En esta línea de actuación se encuentran las ocho empresas (innovation environments) creadas en 2001 en Dinamarca, o el Programa TULI de Finlandia de búsqueda y evaluación de ideas empresariales procedentes de resultados de investigación aplicada.

En cuanto a **la evaluación del impacto de la regulación nueva y existente**, España parece encontrarse entre los países de la UE que otorga un menor énfasis al ejercicio sistemático de la evaluación de las repercusiones de la regulación sobre las PYMEs. Un principio básico de nuestro proceso normativo es que las consideraciones de coste-eficacia y coste-beneficio deben estar presentes en este proceso. Pero, como se ha mencionado con anterioridad, no existen metodologías estandarizadas para realizar tales valoraciones. Esta situación contrasta vivamente con la de países como Italia, Dinamarca, Holanda y Suecia, que están aplicando técnicas de evaluación del impacto de la regulación sobre la PYME capaces de contabilizar el coste de la regulación y ofrecer información básica para guiar la adopción de nueva legislación y la modificación de la regulación existente bajo criterios coste/eficacia.

Para concluir, cabe realizar una mención sobre **la fiscalidad de la pequeña empresa** en España, en el contexto de la Unión Europea. Como se ha mencionado anteriormente, en España se ha mejorado y simplificado de forma apreciable la fiscalidad de la PYME en los últimos años. Sin embargo, la cuestión de la fiscalidad desde la perspectiva de las empresas jóvenes ha sido poco considerada, como, en realidad, sucede en la mayoría de los países de la Unión Europea. Ello sugiere que, en línea con las actuaciones de Austria y Grecia, podría plantearse la idoneidad del régimen fiscal desde la perspectiva de la consolidación de empresas y, en su caso, contemplarse el establecimiento de un régimen (transitorio) preferencial. El Estatuto Nueva Empresa, a través de las ventajas fiscales a favor de las empresas jóvenes, constituye un paso en este sentido.

En conclusión, el análisis de la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas en el contexto europeo sugiere, por una parte, que **tanto en España como en otros países de la Unión Europea las medidas diseñadas específicamente para favorecer la creación y consolidación de empresas son relativamente escasas**, teniendo gran relevancia las actuaciones dirigidas al conjunto de las PYMEs de cualquier edad. Por otra parte, el análisis apunta a que **ciertos ámbitos de actuación están menos desarrollados en nuestro país**. Esto sucede de forma muy especial con las iniciativas de fomento de una cultura emprendedora. En materia de innovación, a pesar del protagonismo adquirido por esta política, se ha constatado que ciertas actuaciones están siendo relativamente menos aprovechadas en nuestro país (las destinadas a concienciar a las pequeñas empresas sobre el carácter crítico de la innovación y a facilitar la comercialización de los resultados de investigación). Otro ámbito de la política de empresas relativamente poco desarrollado en España es el que evalúa y compara el impacto de la regulación (nueva y existente) sobre la PYME. Finalmente, se ha subrayado que la fiscalidad desde la perspectiva de las empresas jóvenes ha sido poco considerada en España.

### 4.3. Valoración de los expertos

Las entrevistas personales realizadas a los expertos (primera ronda de contactos) permiten mostrar la opinión de éstos sobre las actuaciones más relevantes para el apoyo a la creación y consolidación de empresas y los instrumentos y programas más eficaces<sup>35</sup>. Los expertos han señalado que dicha política debería fijarse los siguientes objetivos:

1. Mejorar las condiciones de acceso a la financiación para la creación de empresas.
2. Facilitar el apoyo de consultores a las empresas jóvenes, que suplan la falta de experiencia de los nuevos empresarios.
3. Facilitar las relaciones con clientes, socios, proveedores, etc.
4. Mejorar la formación de los emprendedores efectivos y potenciales.
5. Valorar la eficacia de las medidas de apoyo existentes.
6. Promover una cultura más emprendedora y el reconocimiento social del empresario.
7. Reducir las cargas fiscales en los momentos iniciales de las empresas.
8. Reforma en profundidad de la legislación y normativa laboral.
9. Mejora de los trámites administrativos que se exigen para el inicio de una actividad.

---

<sup>35</sup> En el Anexo 1 se incluye una recopilación más exhaustiva de las opiniones de los expertos obtenidas mediante las entrevistas personales de carácter abierto (primera ronda de entrevistas).

Algunos de estos aspectos, requieren una especial atención. En primer lugar, conviene subrayar que, en el ámbito de **la regulación de las empresas y de su entrada en el mercado**, los expertos han valorado, en general, de forma positiva los esfuerzos realizados en los últimos años para reducir los trámites administrativos y simplificar su cumplimiento. Sin embargo, se considera que todavía hay margen para mejorar el funcionamiento de la administración y que esta mejora favorecerá el desarrollo empresarial.

Para ello, los expertos han señalado que se debe ir hacia un sistema más ágil, flexible e ideado desde la perspectiva de la empresa. Este objetivo se puede cumplir, por una parte, con la extensión y mejora del funcionamiento de los instrumentos existentes, especialmente las Ventanillas Únicas Empresariales y, por otra parte, con la revisión de los documentos administrativos, que deben adaptarse en forma y en la terminología empleada a la realidad de la pequeña empresa.

Algunos expertos han destacado que la acción pública debería orientarse, idealmente, a eliminar de raíz el problema de la complejidad de la regulación. El sistema de VUE, a pesar de sus ventajas, no ataja el problema de base (el número de requisitos y administraciones que intervienen en la creación de una empresa), aunque facilita la tarea del emprendedor. En este sentido, se ha valorado muy favorablemente el proyecto Nueva Empresa, pues supondrá una reducción drástica en los requerimientos y el tiempo necesario para crear empresas.

También han apuntado que los emprendedores deben estar preparados para satisfacer las exigencias administrativas que conlleva la actividad empresarial. Por lo tanto, parte de la acción pública debería dirigirse a fomentar la formación y capacidad de los empresarios.

Por lo que se refiere a la **fiscalidad de las pequeñas empresas**, los expertos<sup>36</sup> valoran de forma positiva las mejoras experimentadas en este ámbito a lo largo de los últimos años. No obstante, se ha subrayado que las especiales dificultades que soportan las empresas jóvenes podrían hacer deseable una revisión de sus cargas fiscales. En particular, se ha señalado que las cuotas de la Seguridad Social de los autónomos desalientan la iniciativa empresarial. Además, para impulsar la consolidación y expansión empresarial, se podría plantear un régimen fiscal preferencial, con exención temporal de impuestos mediante una moratoria fiscal.

En cuanto a las actuaciones para **mejorar las habilidades de los trabajadores**, a pesar de valorarse favorablemente el nivel de cualificación alcanzado por la población española, los expertos han sugerido ciertos aspectos que requerirían una mayor atención pública. A saber, la falta de aceptación social de la Formación Profesional como una opción atractiva y, por otra parte, la falta de adecuación de la formación universitaria a las necesidades de las empresas.

Con respecto a la **formación de la población para la creación de pequeñas empresas**, los expertos han tendido a señalar que este tipo de formación se encuentra insuficientemente extendida en España y, sobre todo, que la calidad de la formación es discutible en numerosas ocasiones. Esto se considera como un factor poco favorable para el desarrollo empresarial, pues la formación específica para el mundo de la empresa, que aumente la capacidad de los emprendedores, es crítica para el éxito empresarial.

<sup>36</sup> *Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.*

Por ello, han considerado que sería deseable:

- ❖ Implantar en (todas) las licenciaturas universitarias cursos sobre creación de empresas.
- ❖ Impulsar los programas de formación especializados para la creación de empresas, que den a los empresarios futuros herramientas susceptibles de maximizar sus perspectivas de éxito, incluyendo el asesoramiento de expertos y facilidades de acceso a capital inteligente.
- ❖ Realizar valoraciones de la eficacia de los programas de formación existentes, a fin de apoyar los métodos que ofrezcan mejores resultados desde una perspectiva coste-eficacia.

En el terreno de la **política de apoyo a la financiación de la empresa, especialmente de la creación de nuevas empresas**, la mayoría de los expertos consultados se muestran partidarios de cambiar la orientación del apoyo, para restar relevancia a la intervención directa, en beneficio de las medidas tendentes a facilitar la obtención de financiación en el mercado privado. Según los expertos, el empleo de subvenciones puede resultar dañino para el desarrollo empresarial, porque es susceptible de ejercer un efecto adverso sobre las empresas establecidas que no se han beneficiado de apoyos similares. Además, no se debe ignorar la posibilidad de que el emprendedor diseñe su proyecto condicionado por los requisitos a los que debe ajustarse para recibir la subvención. Otro tipo de problema con la financiación pública para la creación de empresas, es que las consideraciones de eficiencia exigirían extremar los filtros utilizados para determinar la solidez de los proyectos, evitando la financiación de proyectos sin suficiente consistencia.

En general, los expertos consideran que hay margen para apoyar la financiación para la creación de empresas, especialmente a través de **actuaciones que ayuden a activar la rueda de la financiación privada**. Se ha subrayado que en España, a diferencia de otros países con mayor tradición emprendedora, existen especiales barreras que dificultan la movilización de capitales para poner en marcha nuevos negocios. Parte de esta dificultad es de tipo cultural, pues el ahorrador no tiene hábito de invertir en negocios (salvo los de familiares y amigos cercanos). Por otra parte, bancos y cajas de ahorro parecen relativamente menos inclinadas a involucrarse en la financiación de proyectos emergentes que en otros países con mayor tradición emprendedora.

Todo ello ha llevado a los expertos a subrayar la conveniencia de incrementar las actuaciones públicas que faciliten la disponibilidad de financiación privada y la accesibilidad de los emprendedores a estos fondos. Para ello, se ha apuntado la posibilidad de contemplar la concesión de incentivos fiscales de envergadura (al menos temporalmente) a los inversores en capital riesgo, con la idea de que se extienda en la población este hábito inversor, y ampliar el apoyo público a las entidades inversoras en pequeñas empresas en fase de expansión. Los expertos han señalado que también se debe mejorar la interconexión entre los demandantes y oferentes de financiación. En este sentido, además de potenciarse las redes de inversores, la formación para la empresa deberá insistir en las cuestiones de acceso a la financiación.

Otro aspecto enfatizado por los expertos es la evaluación de proyectos empresariales. La evaluación es costosa y puede desanimar a las entidades financieras a plantearse la valoración de pequeños proyectos de inversión. Por lo tanto, una medida facilitadora del acceso a la financiación de la pequeña empresa consistiría en subvencionar la evaluación experta de proyectos empresariales. Siempre que se garantizara el prestigio y carácter independiente de los evaluadores, los proyectos aprobados mejorarían significativamente sus perspectivas de acceso a la financiación.

Por lo que se refiere a la **innovación empresarial**, los expertos tienden a coincidir en que la política de innovación española continúa sesgada a favor de las grandes empresas y no atiende suficientemente las necesidades de las pequeñas empresas. Algunos informadores han argumentado que la política se basa excesivamente en la promoción de empresas de alto contenido tecnológico, pero quizás se debería desplazar el centro de interés hacia las empresas usuarias de tecnologías medias con gran capacidad de crecimiento y generación de valor añadido, donde España podría tener una ventaja comparativa.

Para llegar más y mejor a la pequeña empresa, los expertos han señalado que debería confiarse menos en el empleo de subvenciones a la inversión en innovación, porque éstas benefician principalmente a las grandes empresas y, además no resuelve el problema principal que se encuentra tras la escasa actividad innovadora de las pequeñas empresas, a saber, la falta de cultura innovadora y de formación para la innovación. Por ello, algunos expertos abogan por intervenciones más decisivas para concienciar a los pequeños empresarios sobre la rentabilidad que pueden obtener a través de la innovación. Las campañas divulgativas, la concesión de premios y la elaboración y difusión amplia de historias de pequeños empresarios innovadores pueden tener un papel en este sentido.

Por otra parte, la falta de formación que se da con frecuencia en las pequeñas empresas ha llevado a proponer la mejora de las estructuras de soporte de la innovación de estos negocios. A corto plazo, se requieren interlocutores que sepan comunicar con los empresarios y les asesoren en materia de innovación. Los servicios de asesoramiento a través de tecnoceldas de geometría variable esto es, pequeños centros de empresas, innovación y tecnología, que interactúen con la economía local podrían tener un mayor papel para encontrar a las pequeñas y medianas empresas de la economía local e interrelacionarlas, fomentando la innovación empresarial.

Finalmente, en lo que respecta a **la cultura emprendedora**, los expertos tienden a coincidir en que éste es un aspecto de gran relevancia para el desarrollo empresarial y que en España la cultura emprendedora es débil. El fracaso empresarial estigmatiza al empresario, no se valora de forma tan positiva como se debiera el esfuerzo del emprendedor, se le mira con suspicacia y faltan modelos de emprendedores serios, con vocación de continuidad, que ayuden a eliminar la idea de la empresa como forma de ganar mucho dinero y muy rápido.

En conjunto, los expertos consideran que **las acciones destinadas a mejorar la cultura emprendedora deberían tener mayor peso en nuestro país**. Estas acciones incluyen algunas ya mencionadas, como la introducción generalizada de cursos sobre

creación de empresas en las licenciaturas universitarias, para impulsar la inclinación empresarial de los universitarios. También se ha planteado la conveniencia de introducir de forma masiva la idea de empresa y emprendimiento en las escuelas (desde la primaria), la difusión de historias de éxito de empresarios locales y la concesión de premios a emprendedores que, durante años, hayan trabajado activamente en crear y consolidar negocios (transmitir la idea de continuidad, frente a la imagen de la empresa como forma de ganar dinero rápido).

En conclusión, de las entrevistas personales realizadas al panel de expertos cabe extraer las siguientes recomendaciones sobre la orientación de la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial:

- ❖ La acción pública debería orientarse, idealmente, a eliminar de raíz la complejidad de la regulación de las empresas y su creación, por lo que se valora de forma muy positiva el proyecto Nueva Empresa.
- ❖ Se podría considerar la revisión de la fiscalidad de las empresas jóvenes, a fin de mejorar sus perspectivas de consolidación.
- ❖ Se debe conceder más atención al problema que plantea la insuficiente adecuación de la formación universitaria a las necesidades de las empresas y la falta de aceptación social de la Formación Profesional como una opción educativa atractiva.
- ❖ Las acciones en el terreno de la formación para la creación y gestión de empresas deben dirigirse tanto a ampliar la oferta formativa como a evaluar la eficacia de los programas de formación existentes y apoyar las buenas prácticas.
- ❖ La mejora de las condiciones de acceso a la financiación para la creación de empresas debería pasar, más que por el apoyo financiero público directo, por la implementación de medidas que activen la rueda de la financiación privada.
- ❖ El fomento de la innovación empresarial debería adecuarse más a las necesidades de las pequeñas empresas, mediante actuaciones que aumenten la concienciación de estas empresas y las estructuras de soporte de la innovación.
- ❖ Las acciones destinadas a mejorar la cultura emprendedora deberían tener mayor peso en nuestro país.



# R

## Recomendaciones

En esta sección se plantea un conjunto de recomendaciones para mejorar y ampliar el apoyo público a la creación y consolidación de empresas, con especial atención a la problemática de la pequeña empresa. Las recomendaciones son el resultado de la investigación efectuada y tienen como objetivo genérico ayudar a responder al reto que supone contar con una política de apoyo coherente con el protagonismo de la pequeña empresa, que sea al mismo tiempo sensible a las características y restricciones impuestas por el entorno económico e institucional.

El resto de la sección desarrolla estas cuestiones. En el apartado 5.1 se plantea, primero, una reflexión sobre las razones que abogan por un esfuerzo de mejora y ampliación del apoyo a la pequeña empresa. Posteriormente, se establece como objetivo señalar las líneas de actuación que deberían ser objeto de mayor atención en España y los instrumentos susceptibles de apoyar la acción pública. En el apartado 5.2, tras subrayar los principios generales que se consideran oportunos para guiar el apoyo a la PYME, se proponen las líneas de actuación e instrumentos y se muestra la valoración que de éstos ha realizado el panel de expertos en la segunda ronda de contactos<sup>37</sup>.

### 5.1. Motivación y objetivos

#### 5.1.1. ¿Por qué es necesario reconsiderar el apoyo público a la PYME?

La investigación efectuada, a través de las fuentes de información existentes y la consulta a un panel de expertos, permite identificar una serie de aspectos que avalan la necesidad de mejorar y ampliar el apoyo público a la creación y consolidación de empresas en España.

En primer lugar, la empresa, y en particular **la pequeña empresa, se ha situado en el centro del proceso económico actual de los países occidentales**. Durante los años cincuenta y sesenta las grandes empresas se encontraban en el centro de la actividad innovadora y protagonizaban el proceso de crecimiento económico. En las últimas dos décadas, sin embargo, numerosos estudios han destacado el papel clave de las pequeñas y medianas empresas para explicar el crecimiento del empleo y la actividad

<sup>37</sup> Como se ha señalado anteriormente, en esta segunda ronda de contactos se facilitó a los expertos un cuestionario estructurado para valorar las líneas de actuación y los instrumentos propuestos en este estudio. Tales valoraciones son las que se recogen en esta sección (5.2).

innovadora. Los trabajos pioneros de Birch (1981) desplazaron la atención desde las grandes empresas hacia las de menor tamaño, al mostrar que las pequeñas empresas constituyen la principal fuente de creación de empleo en los Estados Unidos y que ésta es mayor en sectores innovadores. En cuanto al empleo, se ha acumulado evidencia de que las pequeñas empresas, y las nuevas empresas en particular, son la principal fuerza del aumento del empleo neto.

Por lo tanto, las perspectivas de crecimiento del producto y el empleo en España, como en otros países de nuestro entorno, dependen cada día más de la inclinación y capacidad de la población para crear empresas y gestionarlas con vocación de continuidad. Y ello aboga por un mayor protagonismo de las actuaciones dirigidas a apoyar la creación y consolidación empresarial, cuya eficacia y orientación debe ser objeto de especial atención.

Estas consideraciones adquieren una dimensión adicional si se tiene en cuenta que **en España existen obstáculos de envergadura para el nacimiento y consolidación empresarial**. En particular

- ❖ Los trámites administrativos para la creación de empresas en España son todavía complejos. Desvían la atención de lo que realmente es importante para el futuro de las empresas (la planificación estratégica), y esto sitúa a las empresas españolas en una posición desfavorable respecto a las situadas en países con regulaciones más simplificadas.
- ❖ La fiscalidad, especialmente ciertos impuestos y cargas sociales independientes del volumen de actividad y beneficios, desalienta la iniciativa empresarial y dificulta la consolidación de nuevas empresas.
- ❖ Existe una brecha entre las habilidades de los trabajadores y las competencias demandadas por las empresas.
- ❖ Falta formación específica para la creación y gestión de nuevas empresas.
- ❖ Existen dificultades severas para la obtención de recursos para financiar la creación de nuevas empresas, de mayor intensidad que en otros países de nuestro entorno.
- ❖ Las PYMEs dan poca relevancia a la innovación como estrategia empresarial y están escasamente concienciadas de los beneficios de la innovación.
- ❖ Las normas sociales y culturales en España son un obstáculo al aumento de la actividad empresarial, porque frenan la aparición de vocaciones empresariales y la continuidad de los empresarios que fracasan.
- ❖ La escasa participación de la mujer en el mundo empresarial sumada al proceso de envejecimiento de la población española siembran dudas sobre las posibilidades de aumentar o incluso mantener el ritmo de actividad empresarial a medio y largo plazo.

**Las políticas articuladas para apoyar la creación y consolidación de empresas son tanto más importantes cuanto mayores sean los obstáculos a la actividad**

**empresarial.** La situación en España, donde se han detectado obstáculos significativos, aboga por una reconsideración de la política de empresa para actuar con decisión sobre los principales obstáculos.

Una tercera razón para reconsiderar el apoyo público a la creación y consolidación de empresas en España es la constatación de **ciertos ámbitos de esta política que están relativamente menos desarrollados en España que en los países de la Unión Europea.** Esto sucede de forma muy especial con las iniciativas de fomento de la cultura emprendedora, con ciertas actuaciones en materia de innovación y con las iniciativas para evaluar el impacto de la regulación en las empresas. Además, en España se ha considerado poco el impacto de la fiscalidad sobre las empresas jóvenes. Ello apunta a la existencia de **oportunidades de actuación para mejorar y ampliar la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial** en España.

Por último, **los expertos consultados en esta investigación han subrayado la existencia de obstáculos significativos a la actividad empresarial en España y la conveniencia de apoyar la creación y consolidación empresarial.** Para ello, se considera de vital importancia la mejora de las condiciones de acceso a la financiación de las nuevas empresas. Los expertos también han apuntado la necesidad de mejorar la fiscalidad de las empresas jóvenes y de impulsar una cultura más innovadora y emprendedora. **Actuar en estos ámbitos constituye una oportunidad innegable para facilitar e impulsar el nacimiento y consolidación de nuevas empresas.**

Las premisas para la reconsideración de políticas de apoyo a la creación y consolidación empresarial se resumen en el cuadro 4.

**CUADRO.4**

#### **¿POR QUÉ SE DEBE RECONSIDERAR LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL?**

##### **EL PROTAGONISMO DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

1. Por el papel central de las empresas jóvenes y pequeñas para el crecimiento, actual y futuro, de la renta y el empleo

##### **LOS OBSTÁCULOS DE ENTORNO**

2. Por las dificultades encontradas para el nacimiento y consolidación de empresas como resultado de las características del marco empresarial

##### **LAS OPORTUNIDADES DE AMPLIAR Y MEJORAR EL APOYO**

3. Por la constatación de que hay ámbitos de la política de empresa relativamente menos desarrollados en España que en la UE.
4. La opinión de expertos del mundo empresarial sobre la necesidad y la posibilidad de reforzar y mejorar el apoyo a la pequeña empresa en España.

### 5.1.2. Objetivos

Las recomendaciones para la mejora del apoyo público a la creación y consolidación empresarial se presentan como **una respuesta al actual reto que supone para España, como para el conjunto de los países de la Unión Europea, el diseño de una política de apoyo coherente con el protagonismo de la pequeña empresa, por una parte, y con las características y restricciones que impone el entorno económico e institucional, por otra parte.**

El **objetivo genérico** de las recomendaciones propuestas es orientar y facilitar la mejora de las actuaciones dirigidas a crear un entorno más empresarial y dinámico en España, proclive a la aparición y comercialización de ideas innovadoras y, en general, favorable al aumento de la inclinación y capacidad emprendedora de la población.

El **objetivo operativo** consiste en señalar las líneas de actuación que deberían ser objeto de mayor atención en España y las herramientas susceptibles de apoyar la acción pública en el conjunto de líneas estratégicas que marcan el apoyo a la PYME.

## 5.2. Recomendaciones estratégicas

En este apartado se recogen las recomendaciones sobre la política de apoyo a la creación y consolidación de empresas. Antes de entrar en las actuaciones concretas dentro de los distintos ámbitos de esta política, se señalaran tres principios generales que deberían orientar la actuación a favor de la PYME.

En primer lugar, **las políticas de “incentive-pull”** deben ganar protagonismo en el apoyo a la pequeña empresa<sup>38</sup>. Esto significa que las políticas deben dirigirse crecientemente a crear un marco social de reconocimiento del emprendedor y un marco fiscal, regulatorio, laboral, etc., que premie la creación de empresas. Con ello se pretende crear incentivos económicos y sociales que atraigan la atención de nuevos emprendedores.

En segundo lugar, la política de apoyo debe ser diseñada teniendo en cuenta la existencia de **colectivos poco emprendedores**, como son las mujeres, por una parte, y los hombres y mujeres mayores de 40 años, por otra. Esto abre la puerta a la posible promoción de estos dos colectivos, objetivo que se enfrenta con la falta de información sobre los obstáculos relevantes para una mayor actividad emprendedora de estos grupos sociales.

En tercer lugar, se podría plantear la adopción de **una estrategia nacional para coordinar la política de apoyo a la PYME**. Esta política afecta a las competencias de numerosos departamentos ministeriales (Ministerio de Economía, Ministerio de Educación y Cultura, Ministerio de Ciencia y Tecnología, etc), y también intervienen las Comunidades Autónomas y la Administración local. En consecuencia, se debería con-

<sup>38</sup> La noción de políticas del tipo “incentive-pull” fue introducida en el Informe GEM 1999. Frente a éstas, las políticas del tipo “support-push” suponen un enfoque asistencial del empresario, en parte a través de subvenciones, creando un clima de seguridad que no favorece la búsqueda de ideas innovadoras.

templar la elaboración de un plan nacional para el apoyo a la PYME que organice y coordine las actuaciones y recursos existentes, además de **simplificar el acceso de la empresa a los instrumentos de apoyo**.

### 5.2.1. Líneas estratégicas

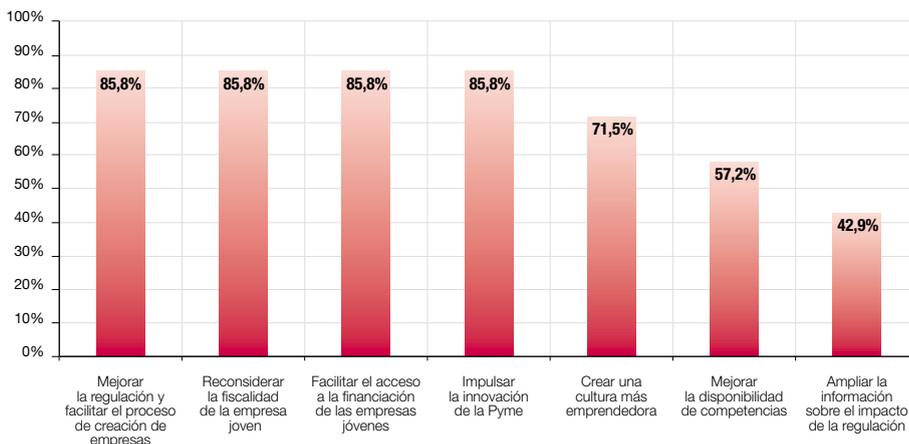
Las líneas estratégicas que se proponen para el apoyo a la creación y consolidación de la PYME son las siguientes:

- ◆ Mejorar la regulación y facilitar el proceso de creación de empresas.
- ◆ Ampliar la información sobre el impacto de la regulación.
- ◆ Reconsiderar la fiscalidad de la empresa joven.
- ◆ Mejorar la disponibilidad de competencias.
- ◆ Facilitar el acceso a la financiación para la creación de empresas.
- ◆ Impulsar la innovación de la PYME.
- ◆ Crear una cultura más emprendedora.

**GRÁFICO.15**

#### IMPORTANCIA PARA LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

(% de expertos que las considera bastante o muy importantes)



Fuente: Cámaras de Comercio

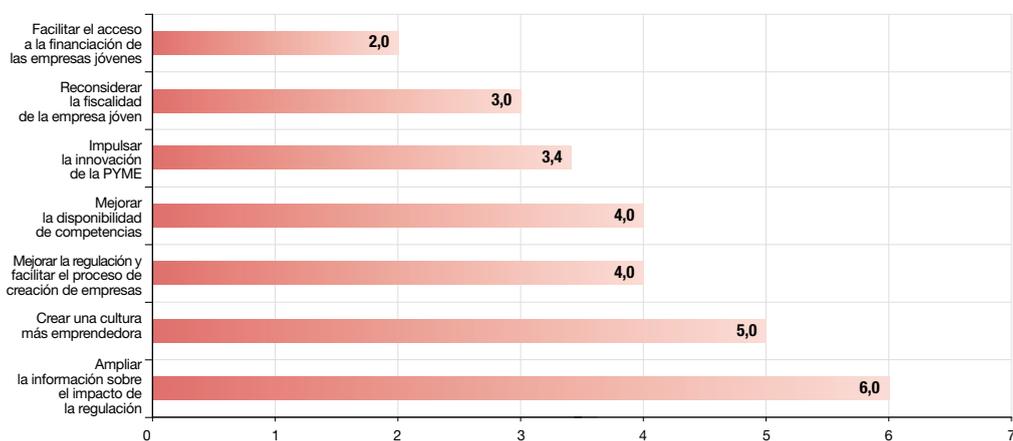


Por lo que se refiere a la valoración de los expertos sobre la importancia de las líneas de actuación, **todas son consideradas como bastante o muy importantes por la mayoría de los expertos**, con la excepción de “Ampliar la información sobre el impacto de la regulación” (Gráfico 15). Las líneas estratégicas centradas en los aspectos de financiación, innovación, fiscalidad y simplificación de la regulación son las que consideran bastante o muy importantes por un mayor número de los expertos consultados<sup>39</sup>.

GRÁFICO.16

### RANKING DE LAS LÍNEAS DE ACTUACIÓN DE LA POLÍTICA DE APOYO A LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL, VALORACIÓN MEDIA DE LOS EXPERTOS

1=Máxima Importancia 7=Mínima Importancia



Fuente: Cámaras de Comercio

La importancia que los expertos conceden a la mejora de las condiciones de acceso a la financiación para la creación de empresas queda patente en el Gráfico 16, que muestra el ranking de las líneas estratégicas que ha efectuado el panel de expertos. En promedio, **la línea relativamente más valorada es “Facilitar acceso a la financiación de las empresas jóvenes”**, seguida a cierta distancia de “Reconsiderar la fiscalidad de la empresa joven” e “Impulsar la innovación del PYME”. La línea relativamente menos valorada es “Ampliar la información sobre el impacto de la regulación” y, a cierta distancia, “Crear una cultura más emprendedora”. Por tanto, aunque los expertos consideran bastante relevantes todas las líneas estratégicas, parecen conceder una importancia relativamente muy superior a las actuaciones centradas en el acceso a la financiación de las nuevas empresas, la fiscalidad y la innovación. “Mejorar la disponibilidad de competencias” y “Mejorar la regulación y el proceso de creación de empresas” ocupan posiciones intermedias en el ranking.

<sup>39</sup> Debe advertirse que la información de los gráficos y tablas incluidos en este apartado con las valoraciones de los expertos no tiene representatividad estadística, puesto que se ha consultado a un número reducido de expertos. Sin embargo, puede considerarse orientativa de la opinión de los expertos, y la representación en forma de porcentajes facilita la interpretación de los resultados de la consulta.

El resto del apartado realiza un análisis de los instrumentos más relevantes dentro de cada una de las líneas de actuación, incluyendo la valoración de su eficacia según el panel de expertos.

## **5.2.2. Mejorar la regulación y facilitar el proceso de creación de empresas**

### **OBJETIVO**

Continuar con el proceso de simplificación de la regulación, con especial atención a las pequeñas empresas, y establecer un régimen administrativo para la creación de empresas que no minore la competitividad de nuestras empresas respecto a las de los países con procedimientos menos complejos y costosos.

### **INSTRUMENTOS**

Para mejorar la regulación de las empresas y facilitar el proceso de creación, se pueden contemplar las siguientes actuaciones:

1. Extender el sistema de Ventanilla Única Empresarial y estudiar medidas para incrementar su eficacia y promover el acceso de las PYMEs.
2. Continuar con el estudio y simplificación de los trámites administrativos, consultando a organizaciones empresariales sobre las medidas más necesarias, e impulsando los sistemas electrónicos.
3. Simplificar los formularios administrativos, mediante el uso de un lenguaje más adaptado al nivel de formación media de los pequeños emprendedores.
4. Contemplar la posibilidad de extender el procedimiento simplificado para la creación de empresas previsto en el proyecto Nueva Empresa a otras formas jurídicas de la empresa.

### **VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS**

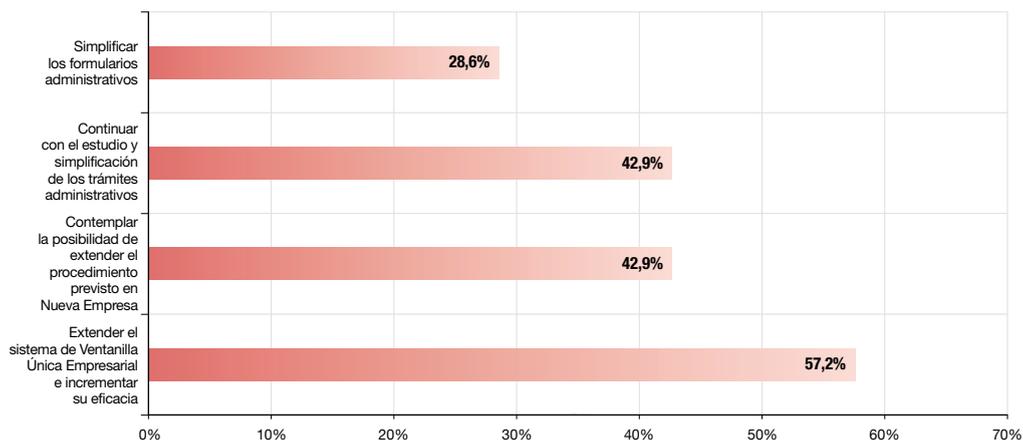
El Gráfico 17 recoge la valoración de los expertos en relación a los instrumentos propuestos para mejorar la regulación y facilitar el proceso de creación de empresas. En particular, se muestra el porcentaje de los expertos del panel que los considera bastante o muy eficaces, porcentaje que consideramos indicativo de la eficacia de un instrumento dado.



GRÁFICO.17

### EFICACIA DE LOS INSTRUMENTOS PARA “MEJORAR LA REGULACIÓN Y FACILITAR EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESAS”

(% de expertos los considera bastante o muy eficaces)



Fuente: Cámaras de Comercio

De acuerdo con lo anterior, la medida más eficaz de las consideradas sería la extensión del sistema de VUE y el aumento de su eficacia (un 57,2% de los expertos consultados lo considera bastante o muy eficaz). También tienen un cierto apoyo las actuaciones dirigidas a extender el procedimiento de creación de empresas simplificado de Nueva Empresa, así como el estudio y simplificación de trámites administrativos. La medida considerada como menos eficaz es la simplificación de los formularios administrativos.

### 5.2.3. Ampliar la información sobre el impacto de la regulación

#### OBJETIVO

En coherencia con los esfuerzos realizados en la Unión Europea, se trata de mejorar de forma sustantiva la información sobre la carga que impone la regulación en las pequeñas empresas y el coste asociado a la misma, así como de identificar los factores que determinan el nivel de cargas administrativas y las iniciativas que permitan su reducción.

#### INSTRUMENTOS

Con el objeto de mejorar la información sobre el impacto de la regulación y proponer medidas para reducir este impacto, se podría considerar:

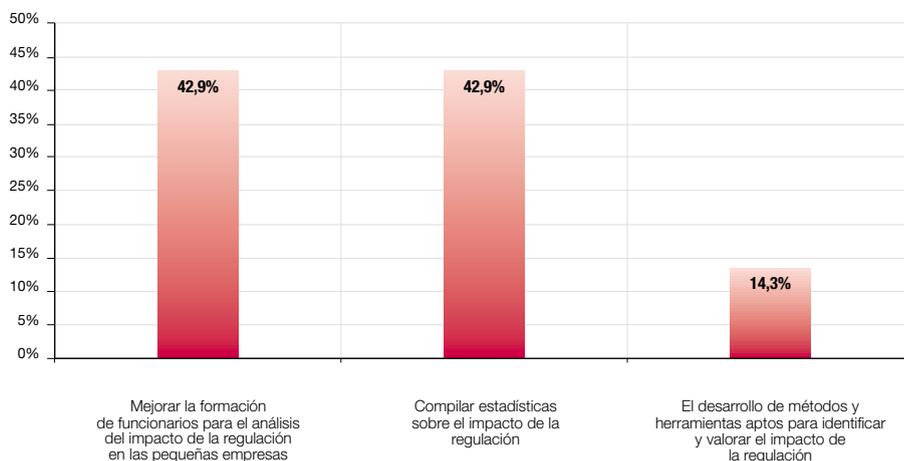
- ❖ El desarrollo de métodos y herramientas aptos para identificar y valorar el impacto de la regulación (nueva y existente) en España a partir de la opinión de empresas y expertos.
- ❖ Mejorar la formación de funcionarios para el análisis del impacto de la regulación en las pequeñas empresas.
- ❖ Compilar estadísticas sobre el impacto de la regulación y las actuaciones adoptadas en respuesta al impacto estimado.

## VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS

Por lo que se refiere a la valoración de la eficacia de los instrumentos propuestos, los expertos parecen considerar medianamente eficaz la mejora de la formación de funcionarios para el análisis del impacto de la regulación en las pequeñas empresas y la compilación de estadísticas sobre el impacto de la regulación (Gráfico 18). La medida considerada como menos eficaz es el desarrollo de métodos y herramientas de valoración del impacto de la regulación.

**GRÁFICO.18**

**EFICACIA DE LOS INSTRUMENTOS PARA “AMPLIAR LA INFORMACIÓN SOBRE EL IMPACTO DE LA REGULACIÓN”**  
(% de expertos los considera bastante o muy eficaces)



Fuente: Cámaras de Comercio

Esta escasa valoración de la eficacia de los instrumentos podría guardar relación con la menor importancia que los expertos conceden a esta línea de actuación. En efecto, anteriormente se vio que la línea de actuación considerada bastante o muy importante por un menor porcentaje de los expertos es “Ampliar la información sobre el impacto de la regulación”. En el ranking de las líneas estratégicas, ocupa la última posición en importancia.

#### 5.2.4. Fiscalidad de la empresa joven

##### OBJETIVO

Conceder prioridad al establecimiento de un régimen fiscal más acorde a las características y dificultades de consolidación de las empresas pequeñas en sus primeros años de actividad, en línea con las iniciativas adoptadas por algunos países de la Unión Europea.

##### INSTRUMENTOS

Los instrumentos susceptibles de mejorar la fiscalidad de las empresas pequeñas y jóvenes son<sup>40</sup>:

1. Plantear la eliminación del impuesto que grava el inicio y desarrollo de una actividad empresarial (IAE).
2. Contemplar la reducción de las cuotas de la Seguridad Social de los autónomos en los momentos iniciales de su actividad o ligar el pago a la efectiva obtención de beneficios.
3. Reforma de la fiscalidad de las empresas jóvenes, estableciendo unos tipos impositivos preferenciales de forma temporal, o bien permitiendo el pago diferido de ciertos impuestos.

##### VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS

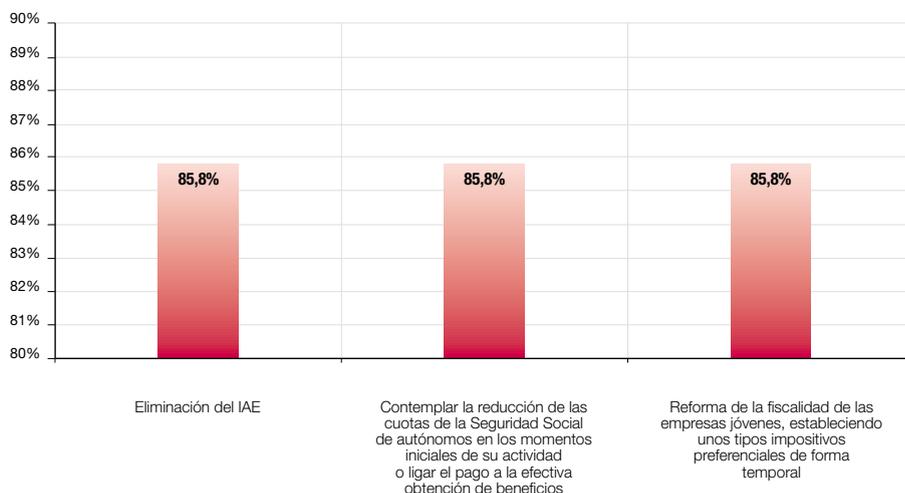
**Los expertos han considerado como muy eficaces los instrumentos propuestos para mejorar la fiscalidad de las empresas pequeñas y jóvenes.** Como puede apreciarse en el Gráfico 19, la gran mayoría de los expertos consultados (más del 80%) considera bastante o muy eficaz la eliminación del IAE, la reducción (selectiva) de las cuotas de la Seguridad Social de los autónomos y la reforma de la fiscalidad de las empresas jóvenes.

<sup>40</sup> Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.

## GRÁFICO.19

### EFICACIA DE LOS INSTRUMENTOS PARA “RECONSIDERAR LA FISCALIDAD DE LA EMPRESA JOVEN”

(% de expertos los considera bastante o muy eficaces)\*



\* Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002

Fuente: Cámaras de Comercio

## 5.2.5. Mejorar la disponibilidad de competencias

### OBJETIVO

Extender y mejorar la calidad de la preparación de nuevos emprendedores para crear y gestionar pequeños negocios, con atención a las necesidades de colectivos especiales como son los tecnólogos y los futuros herederos de negocios familiares.

Continuar el esfuerzo de adecuación de las competencias de los trabajadores a las necesidades cambiantes de las empresas.

### INSTRUMENTOS

Para alcanzar los objetivos propuestos, podrían contemplarse las siguientes actuaciones:

1. Valorar la eficacia de los actuales programas de formación para la creación y gestión de empresas, públicos y privados, impulsando el desarrollo de los que ofrezcan mejores resultados y difundiendo, en lo posible, las buenas prácticas en materia de formación.

2. Incrementar el número de departamentos universitarios y escuelas especializadas en la formación para la creación y gestión de pequeñas empresas, con una participación significativa de miembros activos del mundo empresarial en la elaboración de programas de formación y en el desarrollo de los mismos.
3. En departamentos universitarios de carácter tecnológico y otros centros de formación tecnológica, se debería aumentar la formación para la creación de empresas.
4. Facilitar la transmisión de empresas familiares, impulsando los programas de formación a medida de las necesidades de este colectivo.
5. Avanzar, mediante una mayor colaboración entre las autoridades públicas competentes, el sector empresarial y las Cámaras de Comercio, en la prospección de déficit de competencias.
6. Impulsar un mayor contacto y colaboración entre las Universidades y el sector empresarial para facilitar la adecuación de la formación universitaria a las necesidades de las empresas.
7. Realizar campañas divulgativas que incidan positivamente en la aceptación social de la Formación Profesional, incluyendo la elaboración y divulgación de historias de éxito de personas que han optado por esta formación.

## VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS

Por lo que se refiere a la valoración de los expertos de la eficacia de estas medidas, se aprecia que, en general, tienden a considerarlas bastante eficaces (Tabla 6). A la cabeza figura **“Facilitar la transmisión de las empresas familiares”**, que se estima como bastante o muy eficaz por el 85,7% de los expertos consultados. Algo más del 70% considera bastante o muy eficaz el aumento de la oferta de formación para la creación y gestión de empresas y la introducción de este tipo de formación en centros de formación tecnológica. Las restantes actuaciones son consideradas bastante o muy eficaces por un número bastante inferior de expertos.

**TABLA.6**

**EFICACIA DE LOS INSTRUMENTOS PARA “MEJORAR LA DISPONIBILIDAD DE COMPETENCIAS”**

(% expertos los considera bastante o muy eficaces)

Facilitar la transmisión de empresas familiares, impulsando los programas de formación a medida de las necesidades de este colectivo.	85,7%
En departamentos universitarios de carácter tecnológico y otros centros de formación tecnológica, se debería aumentar la formación para la creación de empresas.	71,5%
Incrementar el número de departamentos universitarios y escuelas especializadas en la formación para la creación y gestión de pequeñas empresas.	71,5%
Avanzar, mediante una mayor colaboración entre las autoridades públicas competentes, el sector empresarial y las Cámaras de Comercio, en la prospección de déficit de competencias.	71,5%
Valorar la eficacia de los actuales programas de formación para la creación y gestión de empresas, públicos y privados, impulsando el desarrollo de los que ofrezcan mejores resultados y difundiendo, en lo posible, las buenas prácticas en materia de formación.	57,2%
Impulsar un mayor contacto y colaboración entre las Universidades y el sector empresarial para facilitar la adecuación de la formación universitaria a las necesidades de las empresas.	42,9%
Realizar campañas divulgativas que incidan positivamente en la aceptación social de la Formación Profesional, incluyendo la elaboración y divulgación de historias de éxito de personas que han optado por esta formación.	42,9 %

Fuente: Cámaras de Comercio.

### 5.2.6. Facilitar el acceso a la financiación de las empresas jóvenes

#### OBJETIVO

Contribuir a activar la rueda de la financiación privada para la creación y expansión de empresas, facilitando una mayor disponibilidad de fondos privados para las empresas y el acceso de los emprendedores a los mismos.

#### INSTRUMENTOS

El cumplimiento de estos objetivos puede sustentarse en las siguientes acciones:

1. Contemplar la concesión de incentivos fiscales a los inversores privados en empresas en fase de arranque y consolidación.
2. Convertir los centros y departamentos de creación de empresas en puntos de encuentro entre el capital inteligente y los proyectos empresariales.

3. Facilitar la evaluación de los proyectos empresariales como paso previo a la búsqueda de financiación, mediante la intervención de evaluadores expertos de carácter independiente y reconocido prestigio.
4. Difundir las redes y puntos de contacto entre inversores y emprendedores, a escala nacional, regional y local.

En tanto el acceso a la financiación privada continúe siendo limitado, se debe considerar el mantenimiento e incluso la extensión del apoyo a la financiación por las actuales vías, en particular, a través de las líneas de financiación preferente canalizadas por instituciones financieras privadas, el impulso a la sociedades de capital riesgo y la extensión del sistema de garantías.

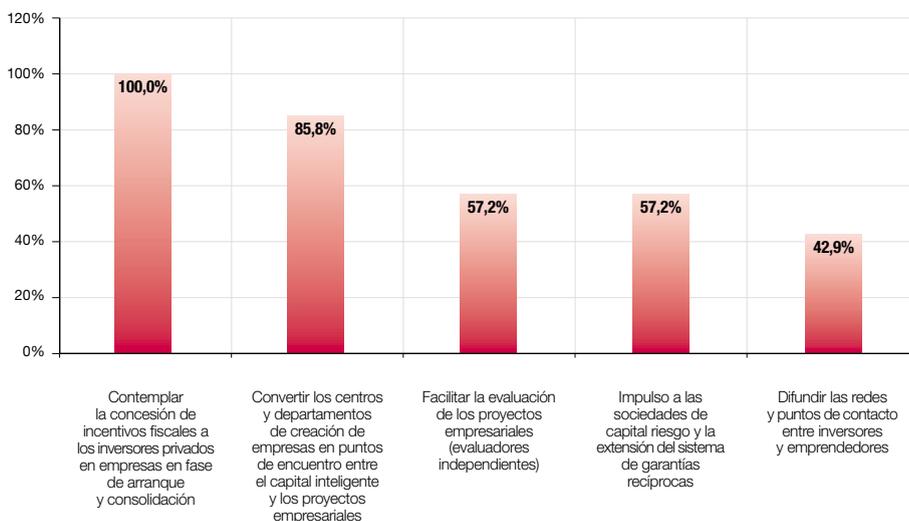
## VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS

La información recogida en el Gráfico 20 sugiere que, según los expertos, **para facilitar el acceso a la financiación de la empresa joven, tendría gran eficacia la concesión de incentivos fiscales a los inversores de estas empresas** (todos los expertos valoran bastante o muy eficaz esta medida). También se considera muy positivamente el uso de los centros de formación para la creación de empresas como puntos de contacto entre emprendedores potenciales e inversores (85,7% de los expertos lo consideran bastante o muy eficaz). El impulso del capital riesgo y del SGR, así como la evaluación de proyectos, se consideran bastante o muy eficaces por algo más del 50% de los encuestados. La medida considerada relativamente menos eficaz es la difusión de redes de búsqueda de socios.

## GRÁFICO.20

### EFICACIA DE LOS INSTRUMENTOS PARA “FACILITAR EL ACCESO A LA FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA JOVEN”

(% de expertos los considera bastante o muy eficaces)



Fuente: Cámaras de Comercio

## 5.2.7. Impulsar la innovación de la PYME

### OBJETIVO

Aumentar el apoyo a la innovación de las pequeñas empresas, a partir del reconocimiento de los principales obstáculos a la innovación de estas empresas y mediante el pleno aprovechamiento de los instrumentos y posibilidades de actuación.

### INSTRUMENTOS

Con vistas a cumplir estos objetivos, debería plantearse un mayor énfasis en los siguientes ámbitos: concienciación de los emprendedores, comercialización de la innovación y formación y asesoramiento para la innovación. Con esta finalidad, los instrumentos disponibles incluyen:

- ◆ Mejorar la información existente sobre el impacto efectivo de la innovación en la rentabilidad empresarial, y difundir esta información entre los pequeños empresarios.

- ❖ Desarrollar herramientas de formación específicamente dirigidas a animar a los pequeños empresarios a adoptar visiones estratégicas que anticipen los cambios tecnológicos.
- ❖ Apoyar la realización de estudios de viabilidad de innovaciones que muestren las perspectivas de éxito de los nuevos productos/servicios/procesos.
- ❖ Fomentar los acuerdos de colaboración entre Universidades, centros de investigación y las pequeñas empresas.
- ❖ Impulsar el desarrollo y la actividad de los foros y otros puntos de encuentro entre investigadores y empresarios.
- ❖ Identificar y estimular las buenas prácticas en materia de apoyo a la creación de empresas innovadoras. Para ello, se debe mejorar la información existente sobre la eficacia efectiva de Parques Científicos y Tecnológicos, incubadoras y viveros tecnológicos y CEEI. Las preguntas a las que se debe responder son: en qué medida se están creando empresas innovadoras, el alcance de la transferencia de tecnología, el impulso a la investigación orientada al mercado, el impacto sobre la economía local y las formas de gestión, cooperación y apoyo que se encuentran tras las estructuras que obtienen mejores resultados.
- ❖ Recopilar y difundir ampliamente, a través de los medios de comunicación, historias de pequeñas empresas innovadoras.
- ❖ Conceder premios a los pequeños empresarios innovadores.

## VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS

En cuanto a la valoración de la eficacia de los instrumentos señalados, **los expertos conceden gran relevancia a ciertas medidas susceptibles de afectar a la cultura y la sensibilidad de las empresas ante la innovación.** Cabe destacar, la mejora de la información sobre el impacto efectivo de la innovación en la rentabilidad de los empresarios y el desarrollo de herramientas de formación que animen a los empresarios a adoptar visiones estratégicas, que son consideradas como medidas bastante o muy eficaces por el 71%, aproximadamente, de los expertos. Por otra parte, algo más del 50% de los expertos considera bastante o muy eficaz la concesión de premios a empresarios innovadores, el apoyo a los estudios de viabilidad y la identificación y estímulo de las buenas prácticas en materia de apoyo a la creación de empresas innovadoras. Las medidas consideradas como menos eficaces son el impulso de los encuentros entre investigadores y empresarios, la difusión de historias de éxito y el fomento de los acuerdos de colaboración entre centros de investigación y empresas (Tabla 7).

TABLA.7

**EFICACIA DE LOS INSTRUMENTOS PARA “IMPULSAR LA INNOVACIÓN DE LA PYME”**

(% expertos los considera bastante o muy eficaces)

Mejorar la información existente sobre el impacto efectivo de la innovación en la rentabilidad empresarial, y difundir esta información entre los pequeños empresarios.	71,5%
Desarrollar herramientas de formación específicamente dirigidas a animar a los pequeños empresarios a adoptar visiones estratégicas que anticipen los cambios tecnológicos.	71,5%
Conceder premios a los pequeños empresarios innovadores.	57,2%
Apoyar la realización de estudios de viabilidad de innovaciones que muestren las perspectivas de éxito de los nuevos productos / servicios / procesos.	57,2%
Identificar y estimular las buenas prácticas en materia de apoyo a la creación de empresas innovadoras (Parques Científicos y Tecnológicos, incubadoras y viveros tecnológicos y CEEI).	57,2%
Impulsar el desarrollo y la actividad de los foros y otros puntos de encuentro entre investigadores y empresarios.	42,9%
Difundir ampliamente, a través de los medios de comunicación, historias de pequeñas empresas innovadoras.	28,6%
Fomentar los acuerdos de colaboración entre universidades, centros de investigación y las pequeñas empresas.	28,6 %

Fuente: Cámaras de Comercio.

### 5.2.8. Crear una cultura más emprendedora

#### OBJETIVO

Mejorar las perspectivas de desarrollo empresarial en nuestro país a largo plazo, dando mayor relevancia a las medidas de fomento de la inclinación emprendedora desde etapas tempranas y a las destinadas a aumentar la valoración social de la figura del emprendedor.

#### INSTRUMENTOS

Para crear una mayor cultura emprendedora (motivación y capacidad), se deben completar las actuaciones dirigidas a mejorar las habilidades para la creación de empresas con otras actuaciones que, sobre todo a largo plazo, contribuirán a aumentar la inclinación empresarial de la población, a saber:

1. Facilitar el contacto de los jóvenes con el mundo de la empresa a través de sesiones informativas y visitas a empresas.
2. Desarrollar material para la introducción de la noción de empresa en la escuela primaria y secundaria.

3. Formar a los formadores de las escuelas y promover la participación de los sectores empresariales.
4. Contemplar la introducción en todas las ramas de la formación universitaria de cursos de economía y de creación de empresas.
5. Divulgar información a través de diversos medios de comunicación sobre el papel de los emprendedores en la economía local.
6. Fomentar la organización de “días de puertas abiertas” de las empresas.
7. Introducir y extender en las escuelas concursos de ideas y programas de creación de empresas.

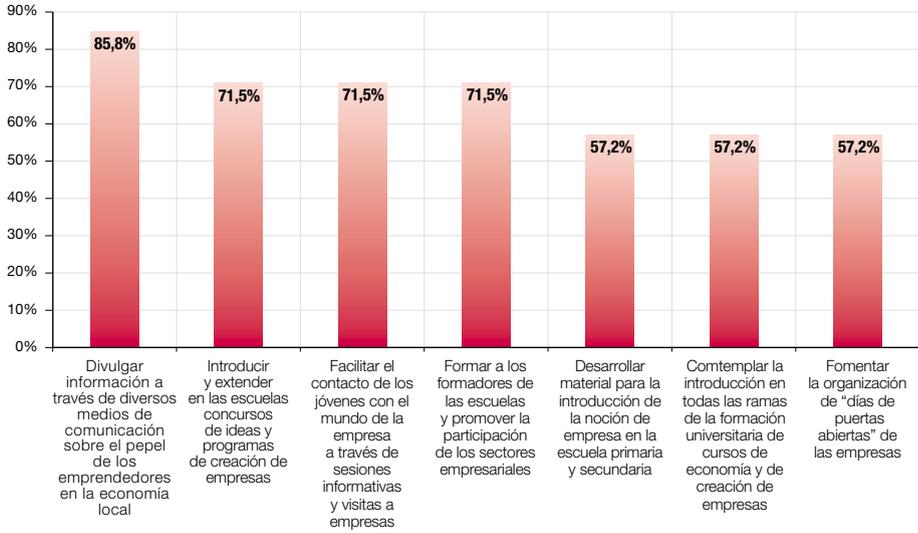
## VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS

Los expertos han considerado bastante eficaces los instrumentos propuestos para crear una cultura más emprendedora (entre el 50% y el 80%, aproximadamente, de los expertos los considera bastante o muy eficaces). Cabe destacar la medida dirigida a divulgar información a través de los medios de comunicación sobre el papel de los emprendedores en la economía local, que es considerada bastante o muy importante por el 85,7% de los expertos. También sobresalen las propuestas de extender en las escuelas concursos de ideas y programas de creación de empresas, de organizar sesiones informativas y visitas de jóvenes a empresas y de formar a los formadores de las escuelas para transmitir el espíritu empresarial (con participación del sector empresarial). Las restantes medidas son valoradas como bastante o muy eficaces por un porcentaje significativamente inferior de expertos, pero todavía superior al 50%.

**GRÁFICO.21**

**EFICACIA DE LOS INSTRUMENTOS PARA “CREAR UNA CULTURA MÁS EMPRENDEDORA”**

(% de expertos los considera bastante o muy importantes)



Fuente: Cámaras de Comercio



**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

**Anexo I.**  
▶ ▶ ▶ ▶ ▶  
**Opiniones  
de Expertos**

## Anexo I. Opiniones de expertos

La consulta al panel de expertos se materializó en dos rondas de contactos<sup>41</sup>. Inicialmente, se efectuó una entrevista personal que no estaba sujeta a un cuestionario cerrado. Con ello se deseaba recoger de forma lo más abierta posible la opinión de los expertos sobre cuestiones clave del espíritu empresarial y la política de apoyo. En una segunda ronda, se empleó un cuestionario estructurado, elaborado a partir de los resultados de las entrevistas personales y de los resultados iniciales del estudio, para recabar nuevamente la opinión de los expertos sobre ciertas líneas de actuación e instrumentos de la política de apoyo.

Este anexo recoge las opiniones señaladas por los expertos en las entrevistas personales, que se han organizado en torno a los siguientes temas: el éxito empresarial, el fracaso empresarial, valoración del entorno empresarial español, las líneas estratégicas para el apoyo a la creación y consolidación empresarial y los instrumentos más eficaces.

### Éxito empresarial

- ◆ El éxito empresarial se produce cuando se cumplen los objetivos con los que se creó la empresa (es una cuestión relativa que depende del empresario y su motivación).
- ◆ Una empresa tiene éxito cuando el conjunto de los miembros de la organización conoce y acepta el modelo a seguir y se logra un buen ambiente de trabajo. Cuando se consolida un equipo organizado para lograr unos mismos objetivos se transmite al exterior una imagen de solidez que facilita el éxito con los clientes (y los buenos resultados empresariales).
- ◆ El éxito empresarial consiste en cumplir con los objetivos empresariales. En consecuencia, resulta muy difícil dar una definición operativa del éxito, porque depende del tipo de empresa y de sus objetivos.
- ◆ El éxito empresarial es una cuestión que sólo puede valorarse a largo plazo. La variable clave que define el éxito es la cuenta de resultados, la rentabilidad, que debe mantenerse a largo plazo.
- ◆ Hay cuatro factores que, en conjunto, nos determinan el éxito de un negocio: 1) la capacidad de generar beneficios y valor añadido; 2) la capacidad de generar beneficios “sociales”, esto es, beneficios más ampliamente entendidos, como el valor humano agregado (la medida en la que la empresa hace crecer a su gente); 3) la

<sup>41</sup> Valoración de expertos realizada durante el último trimestre de 2002.

responsabilidad social de la empresa, pues no puede hablarse de éxito si el empresario evade impuestos, no cumple la legislación social, trata mal a sus empleados, etc; 4) la permanencia (una empresa no tiene éxito si no puede proyectar su permanencia a largo plazo).

## Factores de éxito empresarial

- La preparación del empresario, su espíritu empresarial, la financiación, contar con mano de obra adecuada y apoyo informativo. Todos estos factores son importantes para el éxito empresarial.
- Dentro de la multiplicidad de factores que intervienen en el éxito empresarial, tiene gran relevancia el sostén del proyecto por una o varias personas, con capacidad de liderazgo y una implicación personal.
- Para que un proyecto empresarial tenga éxito, es necesario que se reúnan los siguientes ingredientes: una idea con posibilidades de mercado, una vocación de ganar dinero a través de la actividad empresarial, vocación de continuidad, liderazgo y capacidad y formación del emprendedor.
- La consolidación de una empresa depende críticamente de su estrategia y, en particular, de la propuesta de valor ofrecida al cliente. Para que una empresa tenga éxito y se consolide, el proyecto debe ofrecer al cliente lo que éste desea (para ello, se requiere un análisis estratégico previo y masivo, minucioso, recabar y ampliar información y analizarla).
- La clave del éxito se encuentra en la cultura de la organización. El directivo que se encuentra a la cabeza debe tener un modelo de empresa claro y ser capaz de transmitirlo a todos los miembros de la empresa, con independencia de su situación jerárquica.
- Un factor crítico en el logro del éxito empresarial es que las nuevas empresas tengan unos objetivos claros y se luche por alcanzarlos. Un obstáculo al éxito suele ser la falta de medios financieros (ante la falta de financiación, numerosos neo-emprendedores se ponen nerviosos y cambian el rumbo de la empresa, lo que impide la consolidación empresarial). Otro factor relevante para la consolidación empresarial es la formación y la experiencia del emprendedor.
- Para que las empresas se consoliden, los proyectos deben contar con una oportunidad y una fortaleza. Las empresas se deben crear en función de una oportunidad de mercado, dictadas por los gustos y necesidades cambiantes de los consumidores. Pero, además, el emprendedor necesita una fortaleza, que le permita aprovechar la oportunidad, convertirla en un bien o servicio comercializable.
- La planificación estratégica y la financiación son dos cuestiones clave para la consolidación. Tener una idea acertada y novedosa no basta para lanzarse al mundo empresarial con posibilidades de éxito. Resulta imprescindible que se efectúe una planificación estratégica profunda y minuciosa, para identificar todos los aspectos del entorno y de la organización de la empresa, a fin de lanzar con éxito la idea. Sin

embargo, el emprendedor suele guiarse por su intuición, incluso por sus impulsos, más que seguir una estrategia de planificación. En cuanto a la financiación, algunas empresas se crean bajo la idea de obtener subvenciones para financiarse. Esto resulta muy perjudicial, porque no se analizan adecuadamente las oportunidades de mercado y cómo acceder a la financiación de mercado. Además, las subvenciones se reciben tarde, cuando ya son, incluso, innecesarias.

- Hay tres factores clave para lograr una empresa de éxito: 1) se debe alcanzar y mantener una posición sólida en el mercado (en relación a los competidores); 2) la empresa debe disponer de los recursos adecuados para mantener la posición competitiva en el mercado; 3) la empresa debe operar en un sector que sea, no necesariamente un “nicho de mercado”, pero al menos un sector con demanda dinámica y una competencia no excesiva.
- Las perspectivas de éxito de una empresa dependen en gran medida de dos factores: el proyecto o idea y el emprendedor. Tan importante como el proyecto es la existencia de un individuo o grupo de individuos con características propias del espíritu empresarial, como es la capacidad de ser emprendedor, de superar las dificultades, asumir retos y dedicar recursos (tiempo, trabajo, recursos económicos).
- El éxito de una empresa depende críticamente de la formación y experiencia de los creadores de las empresas. La falta de formación del emprendedor es un obstáculo a la consolidación empresarial. La experiencia es también clave, y por ello resulta muy favorable para el éxito empresarial que, antes de emprender, se trabaje en el seno de una empresa.

## El fracaso empresarial

- La razón que explica la elevada mortalidad infantil es, en buena parte de los casos, que la idea empresarial era mala, o no se supo gestionar la empresa, o no se disponía de recursos para llevar a cabo la idea.
- El fracaso de las nuevas empresas es, en gran parte, predecible y evitable (si un experto hubiera examinado en su momento los proyectos empresariales del 40% de empresas que murieron en los años inmediatamente posteriores a la creación, hubiera podido detectar que estaban mal planteadas).
- Es extremadamente difícil predecir el éxito de un proyecto empresarial. No existen criterios de predictibilidad que permitan determinar ex ante y con certeza si una iniciativa está abocada al fracaso o, por el contrario, es susceptible de tener éxito. Esto apunta a que la cantidad de ideas e iniciativas que se generen es importante para que, al final, se tenga un número elevado de nuevas empresas con éxito.
- Que el 50% de las empresas desaparezca pocos años después de su creación es consecuencia, por una parte, del inevitable riesgo del mercado y, por otra, de la falta de solidez de los proyectos y equipos. Por tanto, mejorar la formación, habilidades y experiencia de los futuros emprendedores resulta clave para reducir las tasas de mortalidad infantil de las empresas.

- ❖ Parte de las elevadas tasas de mortalidad infantil son imputables al riesgo que, inevitablemente, comporta la actividad empresarial. Pero, además, el fracaso se explica por factores imputables a los propios creadores de las empresas, como son: 1) la falta de adecuación de la idea con la que nace la empresa (la percepción de una oportunidad efectiva es clave para el futuro éxito o fracaso de la empresa); 2) la falta de capacidad de los emprendedores (incluso si se comete un error en cuanto a la oportunidad, con una capacidad de gestión suficiente se puede consolidar una empresa).
- ❖ Tras el fracaso de empresas maduras se encuentra en numerosas ocasiones los problemas que conlleva la transmisión de empresas familiares.

## Entorno empresarial en España

### Marco regulatorio y administrativo

- ❖ La regulación en materia de seguridad laboral y medio ambiente es, en la actualidad, excesivamente rígida.
- ❖ Los trámites que se exigen en la actualidad, por ejemplo, para crear una sociedad anónima, son una locura. Se deben crear los instrumentos necesarios para que sea más sencillo cumplimentar los trámites administrativos.
- ❖ Los trámites asociados a la creación de empresas afectan negativamente a los proyectos empresariales porque hacen que, durante cierto tiempo, el emprendedor no esté totalmente dedicado a lo realmente importante (esto es, a dar todos los pasos estratégicos para lanzar la empresa). Parte de su dedicación se pierde resolviendo cuestiones administrativas.
- ❖ En ciertas actividades, se exigen permisos que tardan mucho tiempo en ser concedidos (o denegados), tanto es así que llegan a abandonarse proyectos empresariales por la lentitud con la que la Administración concede tales permisos.
- ❖ Los trámites vinculados a la creación de empresas son complejos y hacen que disminuya la atención que presta el empresario a la gestación del proyecto empresarial. Ahora bien, parece excesivo considerar que estos trámites impidan la creación de empresas, únicamente son trabas incómodas que deben superarse.
- ❖ Las empresas soportan, en general, excesivas trabas administrativas, hecho que se manifiesta con claridad en el proceso de creación de nuevas empresas. Las complicaciones del marco administrativo sitúan a las empresas españolas en una posición desfavorable respecto a las de otros países de nuestro entorno que tienen una regulación más sencilla (por lo que deben dedicar menos esfuerzos a cumplir trámites administrativos y pueden concentrarse más en cuestiones estratégicas).
- ❖ Las regulaciones y trámites exigidos actualmente para crear una empresa no son excesivamente complejos, ni hacen perder demasiado tiempo al empresario. En todo caso, aunque se pueda argumentar que los trámites para la creación de empresas son abundantes y complejos, el empresario debe ser capaz de cumpli-

mentarlos (esto entra dentro de las características y habilidades que deben presentar los emprendedores).

- El lenguaje empleado en documentos administrativos y oficiales es muy técnico y complejo para el emprendedor, lo que provoca dificultades innecesarias.
- Los trámites administrativos para la creación y gestión de empresas son complejos. En cierta medida, esta complejidad es inevitable, pero todo esfuerzo por parte de la Administración para simplificar los trámites serían favorables a las empresas.

## Fiscalidad

- La fiscalidad que soportan las empresas españolas (de cualquier edad) parece razonable en el contexto de los países europeos. Ahora bien, hay dos problemas que deberían resolverse: la doble imposición que persiste sobre los beneficios empresariales y la persistencia del Impuesto de Actividades Económicas (no está vinculado a los beneficios ni a la actividad de la empresa y tiene fuerte impacto sobre las nuevas empresas y las que pasan por períodos de escasa actividad).
- La idoneidad de la fiscalidad de las empresas jóvenes es cuestionable. Las empresas pasan por un período difícil en sus primeros momentos de vida y la fiscalidad ocasiona dificultades adicionales. A la semilla hay que regarla, apoyarla hasta que se consolida, lo que no sucede exactamente en el caso de las empresas jóvenes españolas con el actual sistema fiscal.
- La fiscalidad de las empresas en España no es excesiva, pero la situación de las nuevas empresas requiere una mención especial. Dados los problemas de acceso a la financiación de las nuevas empresas (que dificulta la consolidación), la fiscalidad resulta excesiva y, en particular, las cotizaciones sociales de los autónomos son muy gravosas.
- La presión fiscal de las empresas no es excesiva, y se encuentra en línea con la de otros países de nuestro entorno.
- La fiscalidad sobre las empresas en España es razonable. En cualquier caso, la clave para la creación y consolidación empresarial no es la carga fiscal que se soporta, sino la idea con que nace una empresa y la capacidad de gestión de los emprendedores.

## Recursos Humanos

- El nivel de formación de los trabajadores en España es elevado. Existen, en ocasiones, ciertos desequilibrios en el mercado de trabajo, como la falta de formación en TIC o la escasez de trabajadores de construcción. Pero tienen carácter transitorio y a veces están relacionados con el ciclo económico.
- Contratar personal asalariado con las cualificaciones adecuadas no es, normalmente un problema. Otra cuestión es que el emprendedor pueda o esté dispuesto a pagar.
- En España el nivel formativo es muy elevado y no existe un problema de escasez de mano de obra adecuada, salvo en circunstancias muy particulares.
- La formación de los empresarios es media. En las pequeñas y medianas empresas, el nivel de los emprendedores no es muy elevado y, sobre todo, se constata un problema de falta de visión global del entorno.
- Ciertas características del mercado de trabajo español inciden negativamente en las empresas: 1) la escasa o nula movilidad geográfica de los trabajadores, tras lo que subyacen barreras culturales en buena medida; 2) la distancia que existe entre la formación universitaria y las habilidades demandadas por las empresas; 3) la falta de trabajadores con Formación Profesional (la extensión de la Formación Profesional, como alternativa a la universitaria, se enfrenta al problema que supone el fuerte desprestigio social de este tipo de carrera).
- Resulta claramente complicado encontrar y contratar a gente buena en las empresas. Una parte de la escasez de personal adecuado es consecuencia del alejamiento entre la Universidad y la empresa. Existe una distancia excesiva entre la Universidad (lo que se enseña a los universitarios, las competencias y conocimientos que adquieren) y las necesidades de competencias de las empresas. En el caso de la Formación Profesional también se aprecia un cierto distanciamiento, pero de menor envergadura.
- El nivel del emprendedor español es similar al de otros países de nuestro entorno. A medida que continúe el desarrollo del país, aumentará la inclinación y capacidad empresarial.

## Financiación

- La financiación es uno de los aspectos más complicados y críticos para la creación de nuevas empresas. Existen dificultades severas de acceso al capital, ya que las entidades financieras son rígidas y poco proclives a otorgar financiación a proyectos empresariales emergentes (temen más el error que el éxito). Cuando un proyecto ha demostrado su éxito, no hay problema para obtener financiación adicional, pero un proyecto incipiente soporta altas restricciones financieras.
- La financiación pública es selectiva, poco horizontal. Se financian ciertos tipos de empresas, según criterios de la UE.

- Dadas las dificultades de acceso a la financiación, las nuevas empresas deben comenzar muy poco a poco, usando los fondos propios de los fundadores o los de amigos y familiares. A menudo, los socios son la principal fuente de la que se obtiene la financiación, por ello es importante contar con un equipo de socios amplio, a pesar de que ello complique la gestión empresarial.
- Cuando los proyectos son buenos e interesantes, consiguen financiación, siempre que sus promotores sean personas de honorabilidad públicamente reconocida.
- Las dificultades de acceso a la financiación impiden la creación de algunas empresas. Además, conducen a que las empresas se creen con una dimensión reducida, no por elección del empresario o porque técnicamente sea acertado, sino ante la imposibilidad de financiar una empresa de mayor envergadura.
- La financiación para la creación de empresas en España es claramente insuficiente. La dificultad de acceso a la financiación impide la creación de empresas que responden a proyectos empresariales sólidos y con buenas perspectivas de rentabilidad. También afecta negativamente a la consolidación, ya que las empresas que nacen con muy pocos recursos financieros no pueden aguantar para buscar clientes.
- Las condiciones de acceso a la financiación de nuevas empresas son, sin duda, muy complicadas. Ciertos proyectos empresariales excelentes no se lanzan a causa de la falta de financiación.
- El dinero no es hoy un problema para crear empresas. Lo importante es que los proyectos sean sólidos, estén bien fundamentados y sean impulsados por un equipo capaz y con dotes de liderazgo. No obstante, existe una falta de conexión entre los demandantes y oferentes de fondos.
- Los buenos proyectos empresariales, los más sólidos y atractivos, consiguen financiación. Pero si se facilita el acceso a la financiación, cabe esperar que aumente la tasa de creación de empresas con éxito, porque si existe un mayor stock de ideas e iniciativas, es posible que se acabe con un mayor grupo de nuevas empresas consolidadas.
- Los proyectos empresariales, las ideas nuevas, tienen dificultades para ser llevadas a la práctica a causa de falta de financiación. Crear una empresa comporta necesariamente un cierto riesgo y, lógicamente, las entidades financieras privadas no desean asumirlo. Pero si los proyectos empresariales son realmente interesantes y sus promotores están comprometidos y tienen capacidad de gestión, éstos deben ser capaces de atraer el interés de socios capitalistas e inversores institucionales.
- No es fácil reunir los fondos para ser empresario en ninguna parte del mundo, pero en algunos sitios es más fácil que en otros. Por ejemplo, en Estados Unidos es más sencillo obtener financiación, porque la idea general es la de confianza, las entidades financieras no piensan que va a haber un problema de impago. Por el contrario, en países como España y otros Latinoamericanos predomina la desconfianza. Es una filosofía de “Doubtness” latina frente al “Entrustment” de los Estados Unidos que complica la obtención de financiación (conseguir un crédito es, digamos, 40 veces más fácil en Estados Unidos que en España).



- El acceso a la financiación de las nuevas empresas, en especial de las empresas de base innovadora, es deficiente en España. No hay prácticamente inversión privada. El capital riesgo, en realidad, casi no existe, y las empresas del sector apenas arriesgan, pues destinan la mayoría de sus inversiones a empresas ya consolidadas y de gran tamaño. La situación del capital semilla en nuestro país es desoladora y se puede decir que no hay prácticamente inversión en etapas iniciales.

## **Innovación**

- El grueso de las empresas españolas, pequeñas y familiares, no se ha subido al carro de la innovación. Falta concienciación sobre los beneficios y posibilidades de la innovación para la empresa.
- La pequeña empresa es escasamente innovadora. Hay resistencias internas a la innovación, porque ésta comporta cambios en las empresas y sus miembros son reacios a tales cambios. Además, se aprecia una falta de cultura innovadora de los directivos y, también, una insuficiencia de medios para innovar.
- Las actividades innovadoras ocupan, como mucho, un lugar secundario. Tras esta falta de atención a la innovación subyace una escasez de cultura innovadora en las empresas. Mientras no haya una mayor concienciación de la necesidad de innovar para mantener la posición competitiva, será difícil que la innovación juegue un papel más relevante en las empresas españolas.
- La innovación implica cambiar la empresa, a fin de hacer las cosas mejor. Bajo esta concepción, la práctica totalidad de las empresas deberían ser innovadoras.
- La innovación debe ser entendida como un proceso de mejora incremental que ayuda a mantener la posición competitiva de las empresas. En este sentido, cabe sostener que la empresa es innovación, o que las empresas que sobreviven lo logran porque son innovadoras. Bajo esta perspectiva, existiría un conjunto muy amplio de empresas innovadoras en España, la mayoría de las cuales son desconocidas por la administración.

## **Cultura emprendedora**

- En España no hay una cultura empresarial honda. Los jóvenes raramente desean convertirse en empresarios en el futuro. En entornos universitarios, incluso dentro de los estudios de administración y gestión de empresas, no es común que los estudiantes tengan como opción laboral preferida la creación de una empresa.
- La sociedad en general contempla con suspicacia al emprendedor, se le considera una persona excesivamente ambiciosa e incluso acaparadora. Las noticias sobre los grandes escándalos empresariales inciden muy negativamente en la visión que la sociedad tiene del empresario.

- En España se sigue subvalorando el papel del pequeño y mediano empresario, falta concienciación. Además, ciertos rasgos culturales no favorecen el desarrollo empresarial, pues, por ejemplo, se sigue viendo escandaloso que el empresario gane dinero, cuando esto en realidad resulta clave para el espíritu empresarial.
- Si en países como Estados Unidos la sociedad valora de forma muy positiva al individuo que con su esfuerzo crea riqueza, especialmente cuando partía de una posición familiar/social poco favorable, en España tiende a suceder precisamente lo contrario, pues se observa con suspicacia a los individuos creadores de su propia fortuna.
- El fracaso empresarial estigmatiza al empresario cuando se producen pérdidas de puestos de trabajo. La sociedad no entiende que el éxito y el fracaso están necesariamente relacionados, y que una consecuencia muy importante del fracaso es el aprendizaje, que promoverá éxitos en el futuro.
- En España, la cultura emprendedora es escasa y, además, no siempre se ha contado con los modelos adecuados de lo que significa la actividad empresarial. Hay toda una generación educada bajo la idea de que la empresa es una forma rápida y fácil de ganar dinero. Además, la familia no ayuda a desarrollar la inclinación empresarial. Se insta a los hijos a buscar un trabajo fijo, preferiblemente como funcionarios, y no a devenir emprendedor.
- La visión social del empresario ha mejorado de forma notable. Pero sería necesario aumentar la sensibilización social del valor de la figura del empresario.
- La cultura empresarial depende extraordinariamente de la zona geográfica que se considere, cambia mucho incluso de localidad a localidad. Aun así, el entrevistado ha afirmado que, en conjunto, España tiene una escasa cultura empresarial en comparación con otros países de nuestro entorno.
- El espíritu de empresa se ha desarrollado sustancialmente en España a lo largo de los últimos decenios, en paralelo con el proceso de desarrollo económico del país. España partía de una situación de claro retraso respecto al conjunto de la Unión Europea, si bien la evolución reciente ha permitido cerrar, en cierta medida, la brecha que nos separa del grueso de la Unión Europea. La razón de esta evolución es que existe una correlación positiva entre el espíritu empresarial y el desarrollo conjunto de un país.
- Hay ciertos aspectos que no favorecen el desarrollo del espíritu empresarial. Por una parte, existe un rechazo social al fracaso empresarial, que estigmatiza al emprendedor que ha sufrido un fracaso y no anima a aprender de ello y volver a tomar iniciativas empresariales. A ello se suma la falta de incentivos económicos que premien la iniciativa empresarial. Ser emprendedor es, en cierta medida, irracional, porque se asumen riesgos y costes muy superiores a los que soportan los individuos que trabajan como asalariados. Por lo tanto, se debería premiar más la inclinación empresarial.

## Líneas estratégicas señaladas para apoyar la creación y consolidación de empresas

- La política de apoyo a la creación y consolidación de empresas debería seguir tres líneas fundamentales: 1) Sin duda alguna, mejorar las condiciones de acceso a la financiación para la creación de empresas; 2) Facilitar el apoyo de consultores a las empresas jóvenes, que suplan la falta de experiencia de los nuevos empresarios; 3) Facilitar las relaciones con clientes, socios, proveedores, etc.
- Para apoyar desde el Sector Público la aparición de empresas de éxito, se deberían seguir las siguientes líneas de actuación preferentes: 1) Impulsar los mecanismos de financiación de nuevas empresas; 2) Mejorar la formación de los emprendedores potenciales; 3) Valorar la eficacia de las medidas de apoyo existentes; 4) Promover la cultura empresarial.
- La política de apoyo a la consolidación debería seguir dos líneas prioritarias: reducir las cargas fiscales en los momentos iniciales de las empresas y facilitar el acceso a la financiación.
- Con el objetivo de mejorar la creación de empresas y sus perspectivas de éxito, se debería incidir en dos aspectos: la formación (de emprendedores y de futuros emprendedores) y el acceso a la financiación.
- Las líneas estratégicas sobre las que debería profundizar la política de apoyo a la creación y consolidación empresarial son, conjuntamente, la financiación y el asesoramiento personalizado en los primeros momentos de la actividad de la empresa.
- Las líneas de apoyo a la creación y consolidación empresarial incluyen de forma preferente las siguientes: 1) Reforma en profundidad de la legislación y normativa laboral; 2) Mejora de los trámites administrativos que se exigen para el inicio de una actividad; 3) Mejorar la visión social del empresario.
- En principio, no se debe intervenir excesivamente en el mundo empresarial. Estamos en una economía de mercado, basada en el principio de flexibilidad. Para operar en estas circunstancias, se requiere una intervención y apoyo moderado del Sector Público. Las intervenciones directas pueden ser nocivas para el conjunto de la sociedad. Por ejemplo, se dan casos de creación de empresas con subvenciones públicas, que les otorgan una posición ventajosa frente a competidores existentes. Incluso, se puede dar la desaparición de empresas existentes, rentables, a causa de la entrada de nuevas empresas muy apoyadas por el Sector Público. Resulta, por lo tanto, imprescindible evitar estas consecuencias indeseables de la política de apoyo.
- Las políticas “facilitadores” (del acceso a la financiación, contratación de personal, etc) son importantes, pero a largo plazo las actuaciones con mayor impacto serán las dirigidas a fomentar el nacimiento de vocaciones empresariales y a dotar a los individuos de herramientas que les capaciten para crear y gestionar empresas.

## Instrumentos propuestos para apoyar la creación y consolidación de empresas

### Simplificación administrativa y facilitar el proceso de creación de empresas

- Se deben crear instrumentos que hagan más sencilla la cumplimentación de los trámites. También deben extenderse los existentes, por ejemplo, las VUE (que no funcionan en numerosas provincias españolas).
- Las Ventanillas Únicas Empresariales no son la mejor vía para solucionar el problema de la complejidad administrativa que conlleva la creación de una empresa. Con este instrumento, se establece un interlocutor o mediador entre el emprendedor/creador y las distintas entidades de la administración con competencias para la creación de una empresa. Ello simplifica la tarea que debe efectuar el emprendedor, pero no se está yendo a solucionar la raíz del problema, esto es, la multiplicidad de trámites.
- Mejorar (más rapidez y agilidad) los trámites administrativos que se exigen para el inicio de una actividad, incluyendo los permisos sanitarios, certificaciones de impacto ambiental, etc.

### Establecer una fiscalidad favorable al emprendedor

- Se debería estudiar seriamente la desaparición del IAE, o su reforma, para adecuarlo a la realidad económica de la empresa.
- Se precisan actuaciones urgentes que mejoren la fiscalidad de las empresas jóvenes. Para apoyar a las empresas en estos momentos iniciales (“regar la semilla”), caben varias posibilidades: 1) Eximir a las empresas jóvenes del pago de impuestos, durante un cierto tiempo; 2) Vincular el pago de impuestos a la obtención de beneficios; 3) Diferir el pago de impuestos hasta el momento en que la empresa esté más consolidada y obtenga beneficios.
- En el caso de las empresas jóvenes, se podría estudiar la reducción de los tipos impositivos, en particular del impuesto sobre sociedades, y la exención del Impuesto sobre Actividades Económicas. En el caso de los empresarios autónomos, debería plantearse una reducción de la cuota pagada a la Seguridad Social.
- Se debería contemplar la revisión del régimen fiscal de las empresas españolas para introducir modificaciones que faciliten la creación y expansión empresarial.
- En general, una menor carga fiscal disminuiría los incentivos de las empresas a operar en situaciones de economía sumergida, lo que conduciría a una mayor ética empresarial que sería favorable para el desarrollo económico.

## Impulsar las habilidades de emprendedores y trabajadores

- ❖ Mejorar la formación de los emprendedores es una tarea de largo plazo. En cursos de semanas o incluso meses de duración no se puede aprender todo lo que se requiere para ser empresario. Por lo tanto, el asesoramiento puede resultar clave.
- ❖ Una forma interesante de apoyar la consolidación empresarial es facilitar a los empresarios servicios de asesoramiento. No se trata, necesariamente, de proveerlos de forma gratuita, ya que los servicios ofrecidos sin coste no son adecuadamente valorados por los emprendedores. Se trataría, más bien, de facilitar el acceso a los mismos: poniendo en contacto a consultores-asesores y empresarios y, también, facilitando a los últimos parte de los recursos con que pagar a los consultores.
- ❖ Impulsar los centros de formación y asesoramiento para empresarios (existentes) y para personas con proyectos empresariales. Estos centros deberían cumplir las siguientes tareas: 1) Impartir formación especializada, adecuada a las necesidades de gestión de la pequeña empresa; 2) Dar asesoramiento personalizado, especialmente por parte de profesionales experimentados en el mundo de la empresa; 3) Convertirse en un centro de encuentro entre los promotores de iniciativas empresariales y los inversores.
- ❖ Aumentar la formación de los jóvenes sobre la gestión de empresas y, en particular, sobre la creación de nuevas empresas. En todas las licenciaturas universitarias debería impartirse esta formación.
- ❖ Las empresas tienen dificultades para contratar personal adecuado, encontrar personas realmente preparadas es complicado. Una vía para mejorar la situación es articular un sistema universitario más próximo a la empresa y sus necesidades, lo que supondría un cambio de gran magnitud vista la situación actual.

## Financiación de las empresas

- ❖ Se deben mejorar con urgencia las condiciones de acceso a la financiación para la creación de empresas. Para ello se cuenta con varias vías: 1) Hacer aflorar los fondos de las entidades financieras privadas (la Administración debe llegar a acuerdos con las entidades financieras para compartir riesgos con éstas); 2) Fomentar las redes de inversores informales y las empresas de capital riesgo; 3) Cambiar la orientación de la ayuda pública, hacerla más genérica, no condicionarla a las características de las empresas.
- ❖ No se debe regalar el dinero para crear empresas. Los promotores de los proyectos deben ser capaces de encontrar la financiación, gracias al atractivo del negocio y la honorabilidad de los empresarios. En todo caso, sí resultaría favorable que se extendieran los sistemas de garantías recíprocas y las empresas de capital riesgo.
- ❖ Las subvenciones no constituyen una solución a los problemas de financiación de las nuevas empresas, pues crean incentivos a vivir del apoyo público y, además, hay suficiente financiación privada para sostener la creación y expansión de empresas.

Lo que se necesita es que se impulsen los puntos de encuentro entre proyectos empresariales e inversores.

- La solución del problema de acceso a la financiación es bastante complicada. Los proyectos empresariales comportan necesariamente un cierto riesgo, y no hay razón para pedir que las entidades financieras soporten este riesgo. La financiación pública no es una solución, pues cuando se recibe, la empresa ya está funcionando bien, ha pasado las dificultades iniciales.
- Crear un centro de expertos dedicados a la evaluación de proyectos empresariales. Tendría que ser de elevado prestigio, sin dudas sobre el carácter independiente de sus miembros evaluadores. Los proyectos que recibieran la aprobación, tendrían buenas perspectivas de obtener financiación.
- Fomentar las redes de empresarios e inversores potenciales, a fin de facilitar la búsqueda de socios.
- Los programas de apoyo público a las empresas deben efectuar un esfuerzo para filtrar los proyectos, a fin de seleccionar los más sólidos. Esto es, los que se basen en un buen proyecto/idea y cuenten con un emprendedor o un equipo de emprendedores con capacidad para gestionarlos. Estos proyectos sí deberían contar con algún tipo de apoyo.

### **Fomento de la innovación y la capacidad tecnológica de las empresa**

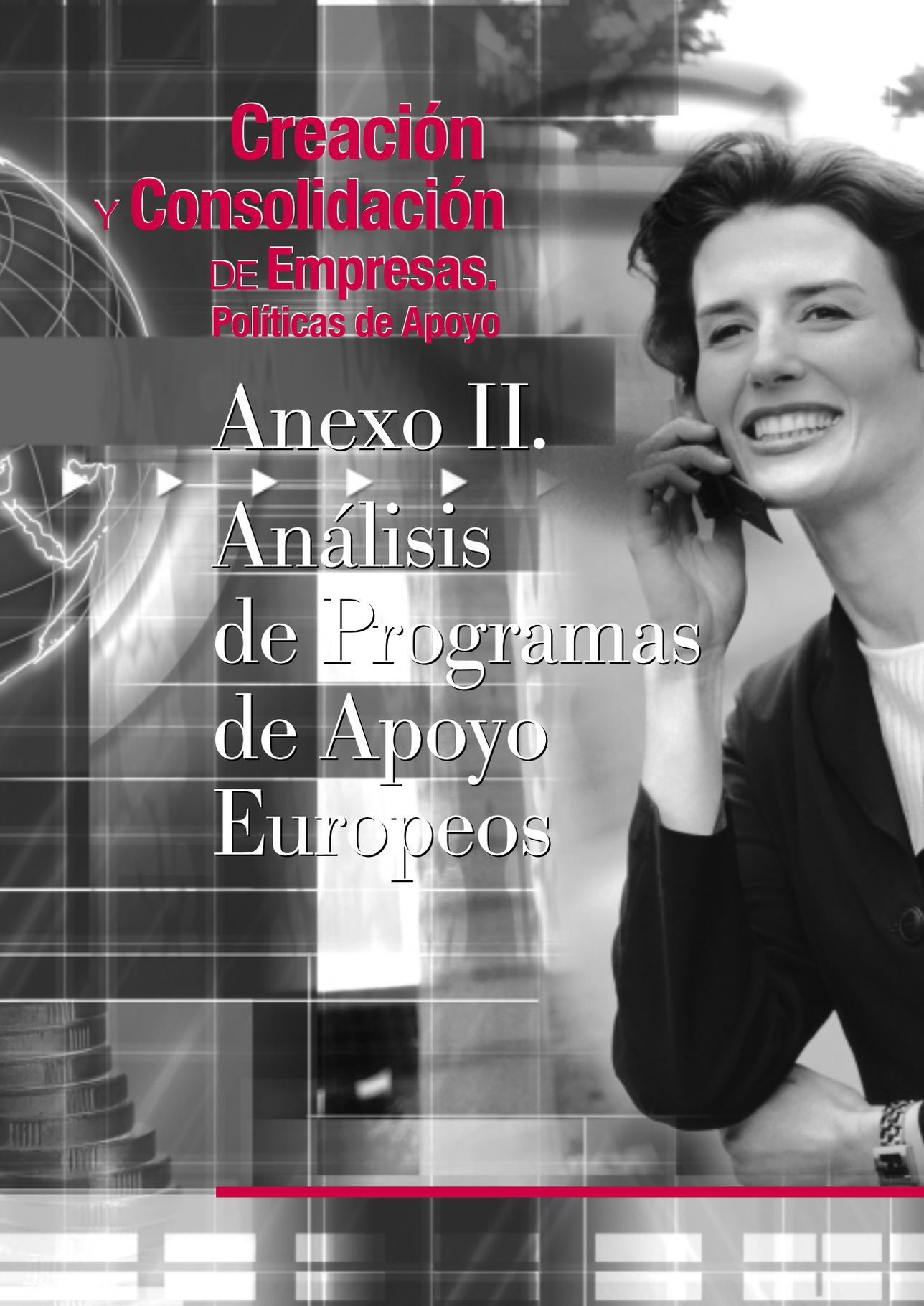
- Lo realmente importante para fomentar la innovación y tecnificación es actuar con campañas de concienciación que hagan reflexionar al grueso de empresas pequeñas y familiares, escasamente tecnificadas y sin cultura innovadora, y les informen sobre la rentabilidad y beneficios que pueden obtener gracias a la innovación y la tecnología.
- No se confía excesivamente en la capacidad de las subvenciones para impulsar la innovación de las empresas. De hecho, las subvenciones benefician especialmente a las empresas de mayor dimensión, que realmente no necesitan el apoyo financiero para innovar.
- Demostrar a la empresa media española que la innovación es una fuente de beneficios empresariales. Ello podría articularse estableciendo un interfaz eficiente entre los empresarios y los centros de investigación e innovación. Se requieren interlocutores que sepan comunicar con los empresarios y les asesoren en materia de innovación.
- La insuficiencia de la innovación de la pequeña empresa se debe sobre todo a la falta de concienciación de los empresarios sobre los beneficios de la innovación. Por tanto, las actuaciones se deben dirigir a concienciar a los emprendedores sobre las posibilidades de obtener beneficios empresariales gracias a la innovación. Por ejemplo, mediante: 1) La realización y divulgación de estudios sobre la actividad innovadora de las pequeñas empresas y su impacto en la rentabilidad; 2) La concesión de

premios a las empresas innovadoras. Pero no se deben dar a las grandes empresas, como sucede actualmente, sino a las pequeñas y medianas.

- Impulsar líneas claras de investigación, rentables a largo plazo.
- Apoyar a los investigadores y a las empresas innovadoras, con independencia de su tamaño, pues este apoyo generará un efecto difusor de la innovación sobre el conjunto del tejido empresarial.
- Impulsar la creación de estructuras de soporte de empresas jóvenes e innovadoras (Parques Científicos y Tecnológicos y Viveros tecnológicos) para apoyar los procesos innovadores a escala local.
- Apoyar, desde el Sector Público, el despegue y consolidación de las empresas de alto contenido tecnológico, convirtiéndolas en suministradoras del Sector Público. En Estados Unidos, las empresas innovadoras y de base tecnológica se han visto muy beneficiadas por las compras públicas, especialmente en el terreno de tecnologías militares. Debería estudiarse la introducción de esta política en España.

### **Fomentar la cultura emprendedora**

- Fomentar experiencias empresariales tempranas, por ejemplo, a través de programas de creación de empresas de jóvenes en la escuela secundaria, que cuenten con el apoyo de empresarios.
- Formar a los formadores en el espíritu empresarial. Desde las licenciaturas de Filosofía hasta las de Diseño Industrial, debería contarse con profesorado capaz de transmitir la noción de riesgo, oportunidad y empresa.
- Impulsar los programas de formación de empresarios (dotar a individuos con una idea empresarial de las herramientas necesarias para transformar las ideas en negocios).
- Se deberían estudiar fórmulas que compensaran a los emprendedores por los mayores riesgos que soportan frente a los individuos que trabajan como asalariados. Una posibilidad en este sentido es reducir la fiscalidad de la empresa.
- Difundir historias de éxito de emprendedores locales, que hayan dedicado sus vidas a emprender y sirvan como modelo a los niños desde una edad temprana.
- Dar premios a los empresarios, especialmente a los creadores de negocios que, durante años, hayan luchado activamente por generar riqueza.
- Para garantizar un desarrollo empresarial más sólido en el futuro, se necesita incidir, mediante la educación y campañas de concienciación, en el papel crítico del pequeño empresario, y mostrar su cara amable.



**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

**Anexo II.**

**Análisis  
de Programas  
de Apoyo  
Europeos**

# A

## anexo II

### Análisis de Programas de Apoyo Europeos

LÍNEAS DE ACTUACIÓN	PAÍS	PROGRAMA	PÁG.
1. SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA Y EVALUACIÓN DE REGULACIÓN	Dinamarca	<i>"Checklists"</i> . Para mejora de la regulación. <i>"Account of burdens"</i> . Valoración de trámites administrativos.	69-70
	Dinamarca	<i>"Test panels"</i> . Impacto de reglamentaciones. <i>"Model businesses"</i> .	
	Suecia	<i>"Unidad Simplex"</i> .	
2. AYUDAS A LA CREACIÓN	Austria	Servicios Información Cámaras de Comercio ( <a href="http://www.gruenderservice.net">www.gruenderservice.net</a> ): <i>Test Entrepreneur</i> . <i>"Cash-Lexikon"</i> . Conceptos financieros básicos y mecanismos de financiación. <i>"Cash-Guide"</i> . Bolsa de contactos entre oferentes y demandantes de financiación. <i>"Business Plan"</i> . <i>"Checklist"</i> . Para negociar con socios financieros.	70-71
3. FISCALIDAD	Austria	<i>NEUFÖG</i> . Ley de Asistencia a la Creación de Empresas.	72-73
4. IMPULSO DE HABILIDADES DIRECTIVAS (FORMACIÓN)	Reino Unido	University for Industry Ltd. ( <a href="http://www.learnirect.co.uk">http://www.learnirect.co.uk</a> )	73-74
5. FINANCIACION	Dinamarca	Fondo para el Crecimiento Danés (VeekstFonden)	74-75



LÍNEAS DE ACTUACIÓN	PAÍS	PROGRAMA	PÁG.
6. FOMENTO DE LA INNOVACIÓN	Bélgica	<i>Apoyo Informativo a la Empresa.</i> <i>Subvenciones para estudios relativos a:</i> - Viabilidad Técnica y Comercial - Estudios sectoriales - Viabilidad de software innovador	76
	Alemania	Ministerio de Economía y Tecnología. <i>Programa PRO INNO</i>	77
	Finlandia	Agencia Nacional para la Tecnología. <i>Programa TULI</i>	77
7. IMPULSO CULTURA EMPRENDEDOR	Bélgica	Iniciativa mixta público-privada - <i>Programa DREAM (www.dream-it.be)</i> - <i>Día DREAM 20/Marzo</i>	78-79
	Dinamarca	Ministerio de Educación <i>Plan para la Actitud Emprendedora</i>	79



**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

**Anexo III.**  
▶ ▶ ▶ ▶ ▶  
**Programas de  
Apoyo en España**

# A

## anexo III

### Programas de Apoyo en España

LÍNEAS DE ACTUACIÓN	PROGRAMA	PÁG.
1. SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA	<b>Administraciones Públicas</b>	
	Plan de Agilización y Simplificación Normativa para competitividad de la PYME (Julio 1999)	84
2. APOYO A LA CREACIÓN	Ventanilla Única Empresarial (V.U.E.)	
	Proyecto Nueva Empresa	85-86
3. FISCALIDAD	Reformas fiscales (IRPF, Impuesto sobre sociedades, IVA)	87-89
	Real Decreto Ley 2/2003	
4. IMPULSO HABILIDADES	<b>Cámaras de Comercio – Instituto Nacional de Empleo</b>	
	Servicio de integración activa en la PYME (SIAP)	89-91
	<b>Ministerio de Ciencia y Tecnología</b> Plan de Acción INFO XXI – Programa CRECE	
5. FINANCIACION	<b>Dirección General de PYMES</b>	
	Préstamos participativos ENISA	91-93
	<b>Instituto de Crédito Oficial (ICO)</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea ICO – PYME</li> <li>• Línea Innovación Tecnológica (CDTI)</li> <li>• Línea para la Internacionalización</li> <li>• Programa de Microcréditos</li> </ul> Sociedades de Garantía Recíprocas (SGR)	



LÍNEAS DE ACTUACIÓN	PROGRAMA	PÁG.
6. FOMENTO DE LA INNOVACIÓN	<p><b>Ministerio de Ciencia y Tecnología</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Programa de Fomento de la Investigación Técnica (PROFIT)</li><li>Programa Info XXI (Adopción de nuevas tecnologías por las PYME)</li><li>Programa ARTE (Nuevas tecnologías y comercio electrónico)</li><li>Iniciativa PISTA (Teletrabajo)</li><li>Iniciativa NEOTEC (Creación de empresas tecnológicas)</li></ul> <p><b>Ministerio de Ciencia y Tecnología, y Asociación Española de Parques Tecnológicos</b></p> <p>Acuerdo marco APTE</p>	94-96
7. IMPULSO DE UNA CULTURA EMPRENDEDORA	<p><b>Educación Secundaria</b></p> <p>Introducción Idea de Empresa Emprendimiento Área Tecnológica</p> <p><b>Formación Profesional</b></p> <p>Modelo profesional de Formación en Centros de Trabajo</p> <p><b>Fundación Universidad Empresa</b></p> <p>Becas LIDER y CITIUS</p> <p><b>INCYDE</b></p> <p>Fomento de vocaciones empresariales Formación y asesoramiento para la creación y consolidación de empresas.</p> <p><b>Ministerio de Ciencia y Tecnología</b></p> <p>Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial.</p>	96



**Creación  
y Consolidación  
DE Empresas.  
Políticas de Apoyo**

**Bibliografía**

## BIBLIOGRAFIA

**ACS, Z y D. AUDRETSCH (1988)**, *Innovation in large and small firms: An empirical analysis*, American Economic Review 78 (4).

**ACS, Z y D. AUDRETSCH (1990)**, *Innovation and Small Firms*, Cambridge MIT Press.

**ATKINSON, R, R. COURT, J. WARD (1999)**, *The State New Economy Index. Benchmarking Economic Transformation in the States*, Progressive Policy Institute, Technology and New Economy Project, July.

**AUDRETSCH, D. (1995a)**, *Innovation and Industry Evolution*, Cambridge, MIT Press.

**AUDRETSCH, D. (1995b)**, *Innovation, Growth and Survival*, International Journal of Industrial Organization 13, pp. 441-457.

**AUDRETSCH, D, L. KLOMP y A. THURIK (2001)**, *Do Services differ from Manufacturing? The Post Entry Performance of Firms in Dutch Services*, en David Audretsch and Roy Thurik (eds.), *Innovation, Industry Evolution and Employment*, Cambridge University Press.

**AUDRETSCH, D Y A. THURIK (2001)**, *What's New About the New Economy? Sources of Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies*, Institute for Development Strategies, Ameritech Discussion Papers.

**BANCO DE ESPAÑA (2002)**, *Boletín Económico / Julio-Agosto 2002*.

**BIRCH, D. (1981)**, *Who create Jobs?*, The Public Interest 65.

**CÁMARAS DE COMERCIO (2000)**, *Informe Económico Anual*.

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

**CÁMARAS DE COMERCIO (2002)**, *Espíritu empresarial en España, Europa y Estados Unidos*.

**CÁMARAS DE COMERCIO (2003)**, *Competitividad de la empresa española 2002-2003*.

**CESGAR (2000)**, *Memoria 2000*, [http://www.cesgar.es/fr\\_memo.htm](http://www.cesgar.es/fr_memo.htm).

**COMISIÓN EUROPEA (2000)**, *Entrepreneurship*, Flash Eurobarometer n.83, Sep. 2000.

**COMISIÓN EUROPEA (2001)**, *Benchmarking Enterprise Policy. Results from the 2001 Scoreboard*. Commission Staff Working Paper. SEC (2001) 1900.



**DAVIS, S., J. HALTIWANGER Y S. SCHUH (1996a)**, *Job Creation and Job Destruction in the US Manufacturing*, Cambridge MIT Press.

**DAVIS, S., J. HALTIWANGER Y S. SCHUH (1996b)**, *Small Business and Job Creation: Dissecting the Myths and Reassessing the Facts*, Small Business Economics 8(4).

**GEROSKI, P. (1995)**, *What do we Know about Entry?*, International Journal of Industrial Organization 13, 421-440.

**INFORME GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (1999, 2000 y 2001)**, <http://www.gemconsortium.org>.

**KIRCHHOFF, B (1999)**, *The Dynamics of Ambitious Entrepreneurs*, en *Entrepreneurship in the Netherlands*, Den Haag 1999.

**MARTÍN PELLÓN, J. (2002)**, *Oferta y Demanda de Capital Riesgo en España 2001*, Civitas Madrid.

**OCDE (1995)**, *Recommendation of the Council of the OECD on Improving the Quality of Government Regulation*, <http://www1.oecd.org/puma/regref/pubs/rco95/index.htm>

**OECD (1998)**, *Fostering Entrepreneurship*, OECD Publications, Paris.

**OCDE (2000)**, *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*. OECD Paris.

**OECD (2001)**, *Education at a Glance*. <http://www1.oecd.org/els/education/ei/eag/>



**Cam**bres  
Fundació INCYDE

**Cam**aras  
Fundación INCYDE

**Cam**berak  
Fundazioa INCYDE

Fundación INCYDE

Cámaras de Comercio, Industria  
y Navegación de España  
Servicio de Estudios

Teléfono: 902 100 096  
[www.camaras.org](http://www.camaras.org)